

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
UNAN –MANAGUA
FALCULTAD REGIONAL MULTIDICIPLINARIA
FAREM –ESTELÍ**

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas



**Seminario de Graduación para optar al título de Licenciadas en
Administración de Empresas.**

Tema Delimitado:

**“Análisis de la viabilidad económica para el mejoramiento del
crecimiento empresarial de la granja avícola Las Delicias del
Municipio de San Nicolás, durante el periodo 2015”.**

Autoras:

Avilez Avilez Norely del Rosario.

Aráuz Rocha Keylin Sofía.

Acuña Cruz Débora Betania.

Tutora: MSc. Flor Idalia Lanuza Gámez

Estelí, Enero 2016



AGRADECIMIENTO

A nuestra asesora de tesis Msc. Flor Idalia Lanuza Gámez, por su apoyo incondicional.

A las Srtas. Keylin Sofía Aráuz Rocha, Fátima del Rosario Ruiz Fuentes, Aura Elieth Ruiz Mayorga, y Yerling Maricela Joya Blandón socias de la Granja Avícola las delicias por la información brindada para llevar a cabo esta investigación.

A nuestros profesores por el conocimiento transmitido durante el transcurso de estos cinco años.

A nuestros compañeros de clases por su apoyo mutuo.

A todas las personas que de una u otra forma nos brindaron su ayuda y confianza en el transcurso de este trabajo investigativo.



DEDICATORIA.

A Dios,

Por ser fuente de luz y sabiduría en nuestros caminos.

A nuestros padres,

Por ser fuente de apoyo e inspiración.



VALORACIÓN DOCENTE

A través de la presente hago constar que: Avilez Avilez Norely del Rosario, Aráuz Rocha Keylin Sofía y Acuña Cruz Débora Betania, estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas finalizaron su trabajo investigativo en el tema: **“Análisis de la viabilidad económica para el mejoramiento del crecimiento empresarial de la granja avícola Las Delicias del Municipio de San Nicolás, durante el periodo 2015”**.

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

Es relevante señalar que la investigación sobre **el análisis de la viabilidad económica para el mejoramiento del crecimiento empresarial de la granja avícola Las Delicias del Municipio de San Nicolás**, es un tema que por primera vez se ha trabajado, y de igual manera no existe poca información sobre el mismo, valoro positivo el análisis de sus datos los que están relacionados con sus objetivos.

Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones del jurado en la pre defensa, se valora que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa de seminario de graduación vigente y por lo tanto, está listo para ser presentado en la defensa final.

Dado en la ciudad de Estelí a los quince días del mes de enero del 2016.

Atentamente.

MSc. Flor Idalia Lanuza



INDICE

I.INTRODUCCIÓN..... 1

1.1. Antecedentes..... 2

1.2.Planteamiento del problema. 4

1.3.. Preguntas problema..... 5

1.4.Justificación. 6

II..OBJETIVOS: 7

III.MARCO TEORICO..... 8

3.1. La empresa..... 8

3.2. La empresa familiar. 10

3.3. Pyme. 12

3.4. Sector agropecuario..... 14

3.5. La avicultura. 14

3.6. Concepto de administración..... 17

3.7. Proceso administrativo..... 18

3.8. Proceso de producción. 21

3.9. Proceso de comercialización..... 22

3.10. Factores tecnico - productivos. 22

3.11. Control de calidad. 29

3.12. Proyecciones de venta..... 30

3.13. Demanda. 31

3.14. Oferta..... 32

3.15. Viabilidad. 33

3.16. Crecimiento económico – Desarrollo económico..... 36

3.17. Estrategia..... 38

3.18. Foda. 41

3.19. Indicadores financieros. 41

3.20. Liquidez. 42

IV. DISEÑO METODOLÓGICO..... 47

4.1 Tipo de investigación. 47



4.2 Tipo de estudio.	47
4.3. Universo.....	47
4.4.Muestra.....	48
4.5. Diseño de instrumento.	48
V.ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.	50
5.1.1. Primera Etapa: Investigación documental.	50
5.1.2. Segunda Etapa: Elaboración de instrumentos.....	50
5.1.3. Tercera Etapa: Trabajo de campo.....	51
5.1.4. Cuarta Etapa: Elaboración del documento final.....	51
VI. RESULTADOS.....	53
VII.CONCLUSIONES.....	68
VIII.RECOMENDACIONES.	70
IX.BIBLIOGRAFÍA.	71
X.ANEXOS.	75





I. INTRODUCCIÓN.

En nuestro país la producción del sector Avícola ha avanzado y difundido a gran nivel desarrollándose en todos los climas y regiones, debido a su alta adaptabilidad, rentabilidad y aceptación en el mercado. La producción de este sector agropecuario se ha desarrollado a ritmo apresurado, en la última década ha tenido un crecimiento acelerado por su facilidad de adquisición, el cual tiene gran demanda.

Tomando en cuenta los conocimientos adquiridos en investigación aplicada el presente trabajo investigativo está enfocado a realizar un análisis crítico del crecimiento y desarrollo económico empresarial de granja avícola Las Delicias ubicada en el Municipio de San Nicolás durante el periodo 2015.

En el marco conceptual se exponen las bases conceptuales que soportan la investigación, este comprende el fundamento conceptual de empresa, las pymes, Sector agropecuario, proceso administrativo, proceso de producción y comercialización, demanda y oferta, factores técnicos productivos, control de calidad, viabilidad, crecimiento económico y empresarial, estrategias, foda e indicadores financieros. También se muestra la operacionalización de los objetivos.

En el diseño metodológico se especifica, tipo de investigación, tipo de estudio, universo, muestra, las técnicas de recolección de datos y las etapas de la investigación. Por otra parte, se presenta un análisis de resultados en el cual contiene una primera parte relacionada con los hallazgos obtenidos de la aplicación de las técnicas de recolección de datos, estas son la guía de observación, revisión documental, la entrevista e investigación documental. Estas tres técnicas fueron aplicadas con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones producto del análisis de los resultados expuestos; así como las referencias utilizadas en la investigación y sus respectivos anexos, indispensables en la realización de este estudio.



1.1. ANTECEDENTES.

La avicultura es la cría de aves de corral o domésticas, para obtener de ellas alimentos como huevo y carne para beneficio del hombre y bajo el uso de las técnicas más adecuadas, considerando todos los cuidados a los animales para que dentro de su zona de confort medioambiental, pueda dar todo lo que genéticamente son capaces. Estados Unidos fue fundador en este tipo de producción de pollos en la décadas de 1,930 y 1,940, y desde entonces ha sido adoptado por la mayoría de los países desarrollados como el más económico de los sistemas.

La Avicultura en Nicaragua juega un papel muy importante en lo económico y social, porque muchas familias se dedican a esta actividad, satisfaciendo así sus necesidades laborales, lo que da como resultado que un buen número de población consume carne de pollo.

La elevada tasa de reproducción de la especie es una característica importante, dado que su carne es apreciada como alimento A.

Para profundizar en el tema se realizaron indagaciones documentales sobre estudios relacionados encontrándose en la Biblioteca Urania Zelaya FAREM - Estelí los siguientes trabajos.

El primer proyecto aborda el tema de “La Granja avícola Hyline”, elaborado por: Romero Rodríguez Dora Cristina, que consistió específicamente en la producción de huevo en el Municipio de Condega y fue realizado en el año 2001.

Un segundo proyecto sobre “El establecimiento de granja avícola variedad Declad Brown”, en el Municipio de Estelí, durante el periodo 2002-2008; elaborado por: Arvizu Rugama Niuvis Loiveth, Martínez Brenda Alicia y Rodríguez Karen Lucia, cuyo tema principal fue la crianza avícola para la producción de huevos.

El tercer tema encontrado consistió en “La instalación de una granja avícola con la producción de la raza Broyley” en el valle tres esquina comunidad Santa Cruz Departamento de Estelí año 2003-2006, planteándose como objetivo aumentar los



ingresos de los habitantes de tres esquinas mediante la producción de carne de pollo de calidad para consumo humano, sus autores fueron: Valdivia López Mariela, Rugama Talavera Fátima, Zelaya Pérez Maribel y Gutiérrez M José Benito.

Y un último proyecto, que aborda sobre “La creación de granja avícola para producción de pollo de engorde” en el periodo 01 de junio 2003 al 30 de mayo 2006 en la comunidad de Las Cañas Municipio de La Trinidad, este fue elaborado por Laguna Benavidez Blanca Yamileth, Toruño L Cándida Rosa, Urrutia R. Ana Francisca y Molina R. Maylen Isabel.

A partir de la revisión de documentos se determinó que no se tienen investigaciones que presenten un estudio sistemático y completo referente a, “**Analizar la viabilidad económica para el mejoramiento del crecimiento empresarial de granja avícola las Delicias del municipio de San Nicolás, durante el periodo 2015**”. Así mismo, esta investigación se convierte en el primer antecedente de tesis a nivel de la facultad.



1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La microempresa granja Las Delicias está ubicada en el departamento de Estelí KM 13 del Municipio de San Nicolás, comarca Quebrada de Agua, dedicada a la producción y comercialización de Pollos de engorde; el comercio de la carne avícola depende de la calidad del producto.

Las Delicias durante el periodo 2014-2015 ha promovido el desarrollo integral de familias rurales, mediante alternativas de producción hacia la búsqueda de sostenibilidad.

A su vez ha presentado limitaciones económicas negativas por los altos costos de materia prima, falta de financiamiento para la realización de inversiones, incumplimiento en la entrega de los pedidos realizados por los clientes, mal manejo técnico en la granja y el déficit en la cantidad productiva debido a mortalidad excesiva de los pollos.

Debido a que la producción y comercialización de pollos de engorde es la principal fuente de ingreso para la microempresa Las Delicias, este producto adquiere un índice de calidad aceptable por el mercado Municipal, aspectos que se deben considerar para ofrecer a la población un producto de elevado valor nutritivo y de excelente calidad.

Basándose en la problemática que enfrenta avícola Las Delicias se considera de suma importancia buscar nuevas alternativas de solución que favorezca en la sostenibilidad financiera y productivo para su crecimiento empresarial.



1.3. PREGUNTAS PROBLEMA.

Con base en la descripción de problema se ha definido una ruta crítica de preguntas problemas que guía esta investigación y que se detallan a continuación:

¿Cuál es la viabilidad económica de microempresa avícola Las Delicias para el mejoramiento del crecimiento empresarial en el Municipio de San Nicolás, durante el periodo 2015?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

1. ¿Cuáles son las actividades administrativas realizadas por granja avícola Las Delicias en el proceso de producción y comercialización?
2. ¿Cuáles son los factores técnicos productivos que afectan la expansión de granja avícola Las Delicias en el Municipio de San Nicolás?
3. ¿Cuáles son los controles de calidad que implementa granja avícola Las Delicias para la producción de carne en el Municipio de San Nicolás?
4. ¿Qué estrategias pueden contribuir a la sostenibilidad de la granja avícola Las Delicias para el mejoramiento del crecimiento empresarial?



1.4. JUSTIFICACIÓN.

La avicultura en Nicaragua se caracteriza por tener una dinámica cambiante y estar directamente relacionada con el avance tecnológico y las políticas económicas del país.

Es una actividad que tiene un crecimiento con tendencia exponencial acelerada y con la cual, se busca tener presencia en los diferentes mercados, así mismo, este propósito servirá para generar ingresos y a la vez abastecer el mercado de San Nicolás.

Como futuro administradores de empresas, nos motivó realizar este trabajo investigativo acerca de la viabilidad económica para el mejoramiento del crecimiento empresarial de granja avícola Las Delicias del Municipio de San Nicolás, con lo cual no solo dará repuestas de solución a los habitantes del Municipio de San Nicolás, llevándoles productos que aporten minerales y vitaminas para una buena nutrición, y de esta manera ver la viabilidad que tiene la granja que existe actualmente, implementando beneficios a grupos sociales con escasos recursos desde el punto de vista de la generación de empleos. También enriquecerá y se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de administración de empresas con el método aprender haciendo.

La avicultura además de ser una actividad que aporta productos que forman parte importante de la canasta básica, contribuye a la calidad de vida del país de forma directa e indirecta incluyendo aproximadamente 20 mil personas que están relacionadas con la industria. (ANAPA, 1997).

Por lo tanto, se considera que este trabajo servirá como base metodológica y una importante fuente de información para futuras investigaciones, contribuyendo al enriquecimiento y ampliación de conocimientos profundizando específicamente al tema viabilidad económica para el mejoramiento del crecimiento empresarial.



II. OBJETIVOS:

2.1. OBJETIVO GENERAL.

- Analizar la viabilidad económica de la microempresa granja Avícola Las Delicias para el mejoramiento del crecimiento empresarial en el Municipio de San Nicolás, durante el periodo 2015.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Describir las actividades administrativas implementadas por granja avícola Las Delicias en el proceso de producción y comercialización.
- Identificar los factores técnicos productivos que afectan la rentabilidad de granja Avícola Las Delicias.
- Explicar los controles de calidad implementados en granja avícola Las Delicias en el sistema de producción de carne.
- Proponer estrategias para el mejoramiento del crecimiento empresarial de granja avícola Las Delicias.



III. MARCO TEORICO.

3.1. LA EMPRESA.

Se llaman empresa a toda sociedad formada a partir de un capital para llevar a cabo una actividad (producción, transformación, comercialización, o de prestación de servicios) generalmente con fines lucrativos.

Las empresas se clasifican de varias formas:

Según su actividad, según el número de socios y según aportes de capital. (Gutiérrez, 2002)

3.1.1. Según su actividad:

- **Agropecuaria.**

Son empresas dedicadas a las actividades agropecuarias y pertenecen al sector primario de la economía. Como ejemplo están: granjas porcinas, avícolas, piscícolas o lecheras, entre otras.

- **Mineras.**

Son aquellas que se dedican a la explotación de los recursos del subsuelo, como: empresas exportadoras del petróleo, de carbón, de oro, de piedras preciosas, titanio, entre otros minerales.

- **Industriales.**

Son empresas que pertenecen al sector secundario de la economía. Para su funcionamiento requieren maquinarias, equipos, instalaciones y personal especializado.

Sus actividades involucran la compra y transformación de materias primas, para luego vender los nuevos productos al consumidor final.

- **Comerciales.**

Estas empresas se dedican a la compra y venta de productos transformados. En este grupo se encuentran las empresas distribuidoras.



- **Servicios.**

Se dedican a vender servicios profesionales; por ejemplo las empresas de asesoría técnica, agropecuaria, los colegios, las empresas prestadoras de servicio de salud, etc. (Gutiérrez, 2002)

3.1.2. Según el tamaño:

- **Grandes Empresas.**

Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

- **Medianas Empresas.**

En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

- **Pequeñas Empresas.**

En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.

- **Microempresas.**

Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente. (Fleitman, 2000).



3.1.3. Según el número de socios:

- **Unipersonales o de un socio.**

Son empresas cuyo dueño es una persona, natural o jurídica.

- **De varios Socios.**

Son empresas que pertenecen que pertenecen a dos o más socios se pueden constituir de varias formas: Sociedad comercial, sociedad colectiva, sociedad limitada, sociedades comanditarias, sociedades anónimas.

3.1.4. Según el aporte de capital:

- **Privada.**

En esta, los particulares invierten capital con el fin de obtener ganancias. La toma de decisiones, en esta empresa, se realiza de acuerdo con el objetivo de la ganancia, los riesgos el mercado al cual se dirige la producción, evaluando la competencia, todo dentro del principio de racionalidad económica.

- **Pública.**

El capital para su formación puede ser público o estatal. Las empresas de esta naturaleza se crean principalmente con el fin de satisfacer necesidades sociales e impulsar el desarrollo económico.

- **Mixta.**

Es aquella que se forma con la unión del capital público y privado. (Gutiérrez, 2002).

3.2. LA EMPRESA FAMILIAR.

Hay quienes prefieren que todo quede en familia. En el mundo de los negocios, existe la posibilidad de que los miembros de un grupo familiar puedan unirse a través de la creación de una Empresa. Se estima que un 80% de las empresas en el mundo son Empresas Familiares.



3.2.1. ¿Qué es una empresa familiar?

Es un negocio donde los miembros de una determinada familia se unen entre sí para trabajar, tomar decisiones, cumplir ciertas tareas y distribuirse los beneficios de forma justa.

Es bueno que la familia permanezca unida, siempre y cuando alguno de sus miembros no obstaculice la labor que le compete en el seno de la empresa.

3.2.2. Los retos de la empresa familiar.

La empresa familiar, por su naturaleza, presenta ciertos retos que son únicos, y que no presentan empresas de otra naturaleza. Entre ellos: 1) cómo separar la relación familiar de la de negocios, 2) cómo mantener las relaciones sanas en la segunda y subsiguientes generaciones 3) cómo planificar la sucesión y la repartición accionaria.

En este tipo de unión debe existir un alto nivel de comunicación, para que los efectos del enlace empresa-familia no sean negativos y pueda existir la tipo de empresa, debido a marcadas diferencias sociales, profesionales, económicas y culturales, son típicos sin embargo, todo el grupo debe tratar de solventar estas discrepancias para que no se produzca una lamentable ruptura de la cohesión familiar.

La sucesión de los bienes familiares debe ser vista con antelación. El más capacitado de los miembros, es quien debería asumir el liderazgo de la empresa, siempre y cuando sea aprobado por todos los accionistas.

Es necesario que en el seno de esta empresa exista total transparencia en la concentración de la fuerza económica, se distribuyan los bienes de forma adecuada, se cumplan los respectivos requisitos legales para preservar la identidad de la empresa, se defina de forma clara y justa la separación de los inversionistas, se den a conocer los resultados y toma de decisiones entre todos los miembros y se definan las estrategias de sucesión para las siguientes generaciones. (Gerencia, 2007).



3.3. PYME.

La pequeña y mediana empresa (conocida también por el acrónimo PYME, lexicalizado como PYME o por la sigla PME) 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. Usualmente se ha visto también el término PYME (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello, una PYME nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una cantidad de personal.

3.3.1 Ventajas e inconvenientes: el avance tecnológico y el desarrollo de los medios de comunicación traen consigo ventajas y oportunidades para la empresa sin embargo también traen amenazas; una empresa puede crecer y prosperar con la utilización de los avances tecnológicos si es que éstos se encuentran a su alcance, por otro lado puede empequeñecerse al no tener acceso a las nuevas tecnologías o medios a los que la competencia si puede. Incorporado a esto la desaparición de las fronteras gracias a la nueva era global en la que vivimos hace posible que un competidor lejano sea próximo gracias a la amplia cobertura de los medios.

Las PYMES tienen grandes ventajas como su capacidad de adaptabilidad gracias a su estructura pequeña, su posibilidad de especializarse en cada nicho de mercado ofreciendo un tipo de atención directa y finalmente su capacidad comunicativa.



La mayor ventaja de una PYMES es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido. Sin embargo el acceso a mercados tan específicos o a una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes.

- **Financiación.**

Las empresas pequeñas tienen más dificultad de encontrar financiación a un coste y plazo adecuados debido a su mayor riesgo. Para solucionar esto se recurren a las SGR (Sociedad de Garantía Recíproca) y capital riesgo. Empleo. Son empresas con mucha rigidez laboral y que tiene dificultades para encontrar mano de obra especializada. La formación previa del empleado es fundamental para éstas.

- **Tecnología.**

Debido al pequeño volumen de beneficios que presentan estas empresas no pueden dedicar fondos a la investigación, por lo que tienen que asociarse con universidades o con otras empresas.

- **Acceso a mercados internacionales.**

El menor tamaño complica su entrada en otros mercados. Desde las instituciones públicas se hacen esfuerzos para formar a las empresas en las culturas de otros países. (Mercado Vargas & Palmerin Cerna, 2007).

3.3.2. Importancia de la PYME.

Las pequeñas y medianas empresas, (PYMES), tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un



excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza.

Las pequeñas y medianas empresas cumplen un importante papel en la economía del país. Las principales razones de su existencia son:

- Pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más a productos más estandarizados.
- Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas. La mayor parte de las grandes empresas se valen de empresas subcontratadas menores para realizar servicios u operaciones que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de coste.
- Existen actividades productivas donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas, como por ejemplo el caso de las cooperativas agrícolas.(Baena, 2010).

3.4. SECTOR AGROPECUARIO.

La actividad agropecuaria puede desarrollarse tanto las personas naturales como la de dueño de sus granjas o fincas, o mediante la asociación de varias personas o socios que reúnen su capital(dinero, activo y trabajo).para conformar el patrimonio de una empresa o negocio que los unirá bajo el nombre de una empresa, distinto del de cada uno de ellos, de una o de otra manera , el estado tiene la función de controlar todas las actividades económicas que se desarrollan en cualquier empresa; para ello ha establecido requisito, controles y además impuestos u obligaciones.(Acuña, 2002).

3.5. LA AVICULTURA.

La avicultura es el arte de criar aves de corral, aprovechando al máximo los productos que ellas proporcionan, conservando y mejorando las diferentes variedades y razas.



El objetivo de la producción avícola es obtener una cantidad máxima de carne y huevos al menor costo posible. Estos productos poseen un alto valor nutritivo.(Definición, 2014).

Las aves han sido domesticadas durante miles de años. Evidencia arqueológicas sugieren que las gallinas domésticas existen en China desde hace 8 000 años y que luego se expandieron hacia Europa occidental, posiblemente, a través de Rusia. La domesticación puede haber ocurrido separadamente en India o haber sido introducida a través del sur de Asia.

La existencia en la India de los gallos de riña desde hace 3 000 años, da cuenta del arraigo ancestral de las gallinas en su cultura. (Carbo, 1996).

Las gallinas domésticas aparecieron en África hace varios siglos; actualmente constituyen un elemento esencial de la vida africana. (FAO, 2008).

3.5.1. Ventajas de la producción avícola.

- Proporcionar al hombre alimentos ricos en proteínas
- Se requiere de poco espacio; ya que un metro cuadrado se puede explotar de 8 a 12 pollos (engorde) y de 6 a 8 gallinas (ponedoras).
- Las utilidades se obtienen a corto plazo, ya que los pollos de engorde tienen un periodo de explotación de 6 semanas.
- Se adaptan a los diferentes sistemas de explotación.
- Requieren poca mano de obra.(Ecured, 2005).

3.5.2. Principales razas de aves.

- **Raza.**

Conjunto de animales aves de características muy definidas que se transmiten a su descendientes.(Ecured, 2005).

Existen diferentes tipos de razas de aves para carne.

Raza Cornish: su característica más notable es su peso, es muy grande para su tamaño. El emplume es lento. Su postura inicial de 30 a 36 semanas.



Raza Wyandotte: la piel y las patas son de color amarillo. La mayoría son de emplume lento. La producción de huevo es de regular a buena.

3.5.3. Factores para selección de razas productoras de carne.

- Ritmo de crecimiento
- Color de la piel
- Temperamento

Conformación anatómica apropiada.

La actividad agropecuaria mantiene todavía una considerable importancia en la economía de los países de la región, aunque con una cierta tendencia a la baja. (Carbo, 1996).

3.5.4. Importancia del sector avícola en Nicaragua.

En los últimos años la industria avícola en general ha experimentado importantes incrementos en sus volúmenes de producción gracias a la aplicación de la tecnología moderna, lográndose constituir por su eficiencia productiva en una de las más importantes actividades agropecuarias a nivel nacional y mundial.

El creciente desarrollo de la avicultura de Nicaragua tiene un mercado seguro, tanto en el país como en el extranjero y forma parte de un programa nacional integral, mediante la entrega de aves para que familias pobres también se inicien en la cría y reproducción, que proporciona dos alimentos vitales, buena carne y huevos, con bastante rapidez. Sin embargo, este crecimiento debe ir acompañado del incremento en el consumo, que actualmente es de unos 92 unidades per cápita anuales.

La producción de carne y huevos en períodos relativamente cortos proporciona alimentos vitales para la población, especialmente la de menos recursos.

Para facilitar el aumento de la cría avícola con el doble objetivo de que mejorar la alimentación de los más pobres y que estos tengan la posibilidad de iniciar la cría y venta de aves y huevos, las autoridades del país desarrollan el programa social



Gallo pinto, mediante el cual le entrega esta especie animal, para que con la reproducción puedan efectuar ventas en el mercado y satisfacer otras necesidades.

También existen las pequeñas, medianas y grandes empresas avícolas que están establecidas y crecen a buen ritmo, las cuales cuentan con un creciente mercado nacional y las exportaciones a países de varios continentes, porque esta nació está certificada libre de enfermedades como la fiebre aviaria, que le facilita las ventas.

Analistas nicaragüenses consideran que este sector del país se caracteriza por satisfacer las mayores exigencias del consumidor local y se ha impuesto en mercados tan exquisitos como los de Estados Unidos, Europa y Japón. (López, 2013).

3.6. CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN.

3.6.1. Administración.

Es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumpla eficientemente objetivos específicos. Esta definición básica debe aplicarse:

- Cuando se desempeña como administradores los individuos deben ejercer las funciones administrativas de planeación, organización, integrado de personal, dirección y control.
- La administración se aplica a todo tipo de organizaciones.
- La intención de todos los administradores es la misma.

La administración persigue la productividad, lo que implica eficacia y eficiencia.(Weihrich & Koontz, 2004).

3.6.2. Importancia de la administración.

La Administración es importante porque se aplica a todo tipo de empresa debido a que el éxito de las Empresas, depende de una buena administración elevando la productividad y así cada elemento de las Empresa es eficiente y productivo.

La eficiencia técnica administrativa promueve y orienta hacia el desarrollo, crea. Capitalización, mejora la calidad de empleados y trabajadores.



En la pequeña y mediana empresa la única posibilidad de competir con otras similares es mejorar su administración.(Munch, 2005).

3.7. PROCESO ADMINISTRATIVO.

El proceso administrativo es un medio de integrar diferentes actividades para poner en marcha las estrategias empresariales. Después de definir los objetivos empresariales y formular las estrategias que la empresa pretende desarrollar analizando el ambiente que rodea la empresa, la tarea que debe desempeñarse y la tecnología que se utilizara, así como las personas involucradas, deben administrarse la acción empresarial que pondrá en práctica las estrategias seleccionada.

En la administración de la acción empresarial entra en juego el proceso administrativo para planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa en todos sus niveles de actuación. El proceso administrativo no es solo un simple secuencia ni un ciclo repetitivo de Funciones planeación, organización y control.(Chiavenato, 2001).

Según Harold Koontz y Heinz Weihrich definen el proceso administrativo en cinco fases:

3.7.1. Planeación.

La planeación Implica seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones necesarias para cumplirla, y requiere por lo tanto de la toma de decisiones; esto es, de la selección de cursos futuros a partir de las diversas alternativas.(Weihrich & Koontz, 2004).

Es el proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.

Planear es función del administrador, aunque el carácter y la amplitud de la planeación varían con su autoridad, y la naturaleza de las políticas y planes delineados por su superior.



➤ **Su importancia:**

- Propicia el desarrollo de la empresa.
- Reduce al máximo los riesgos.
- Maximiza el aprovechamiento de los recursos y tiempo.

➤ **En una empresa debe planearse:**

- Misión: es la razón de ser de la empresa. También se dice que es la labor, el encargo o servicio especial que una empresa se propone lograr hacia el largo plazo.
- Visión: es la capacidad administrativa de ubicar a la empresa en el futuro.
- Objetivos: son el resultado que se espera obtener, y hacia el cual se encaminan los esfuerzos conjuntos.
- Metas: los diferentes propósitos que se deben cumplir para lograr el objetivo.
- Políticas: son guías o lineamientos de carácter general, que indican el marco dentro del cual empleados de una empresa pueden tomar decisiones, usando su iniciativa y buen juicio.
- Reglas: son normas precisas que regulan una situación en particular.
- Estrategias: son los cursos de acción, preparados para enfrentarse a las situaciones cambiantes del medio interno y externo, a fin de alcanzar sus objetivos.
- Programas: son planes que comprenden objetivos, políticas, estrategias, procedimientos, reglas, asignación de funciones y recursos, y las acciones necesarias para alcanzar los objetivos, estableciendo el tiempo necesario para la ejecución de cada una de las etapas de operación.
- Presupuestos: es un plan que representa las expectativas para un período futuro, expresados en términos cuantitativos tales como: dinero, horas trabajadas, unidades producidas, etc.



- Procedimientos: son planes que señalan una serie de labores concatenadas que deben realizarse de acuerdo a una secuencia cronológica, para alcanzar los objetivos preestablecidos (Munch, 2005).

3.7.2. Organización.

La organización es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura interrelacionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa. La estructura es interrelacionada en el sentido de que debe garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para el cumplimiento de las metas, asignación que debe hacerse a las personas mejor capacitadas para realizar una tarea

El propósito de una estructura organizacional es contribuir a la creación de un entorno favorable para el desempeño humano. Se trata, entonces, de un instrumento administrativo, no de un fin en sí mismo. (Wehrich & Koontz, 2004).

3.7.3. Integración del personal.

La integración del personal implica llenar y mantener ocupados los puestos contenidos por la estructura organizacional. Esto se lleva a cabo mediante la identificación de los requerimientos de fuerzas de trabajos la realización de un inventario del personal disponible y el reclutamiento, selección, ubicación, ascenso, evaluación, planeación profesional, compensación y capacitación (o alguna otra forma de desarrollo) tanto de los candidatos a ocupar el puesto como de los ocupantes de estos en un momento dado a fin de lograr la eficaz y eficiente realización de las tareas. (Wehrich & Koontz, 2004)

3.7.4. Dirección.

La dirección es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor de cumplimientos de las metas organizacionales y grupales; por lo tanto, tienen que ver fundamentalmente con el aspecto impersonal de la administración. Todos los administradores coincidirán en que sus problemas más importantes son los que resultan de los individuos (sus deseos y actitudes, su comportamiento individual, grupos y en que los administradores eficaces deben ser el mismo líder eficaces. (Wehrich & Koontz, 2004)



3.7.5. Control.

El control es la función de medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes, implica la medición del desempeño con base a metas y planes, la detección de desviaciones respecto de las normas y la contribución a las correcciones de estas. Los planes orientan a los administradores en el uso de los recursos para la consecución de metas específicas, tras de lo cual las actividades son objeto de revisión para determinar si responden a lo planeado (Wehrich & Koontz, 2004).

3.8. PROCESO DE PRODUCCIÓN.

3.8.1. ¿Qué es un proceso de producción?

Todo proceso de producción es un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos elementos “entrados”, denominados factores, en ciertos elementos “salidos”, denominados productos, con el objetivo primario de incrementar su valor, concepto éste referido a la “capacidad para satisfacer necesidades. (Cartier, 2000).

3.8.2. Elementos esenciales de todo proceso productivo.

- **Los factores o recursos:** en general, toda clase de bienes o servicios económicos empleados con fines productivos.
- **Las acciones:** ámbito en el que se combinan los factores en el marco de determinadas pautas operativas; y
- **Los resultados o productos:** en general, todo bien o servicio obtenido de un proceso productivo.

La teoría de la producción estudia estos sistemas, asumiendo que esa noción de transformación no se limita exclusivamente a las mutaciones técnicas inducidas sobre determinados recursos materiales, propia de la actividad industrial. El concepto también abarca a los cambios “de modo”, “de tiempo”, “de lugar” o de cualquier otra índole, provocados en los factores con similar intencionalidad de agregar valor. (Cartier, 2000).



3.9. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.

Según Kotler (1995), el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? en el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.

La comercialización de carne de pollo se caracteriza por una estructura oligopolística, conformada por unas pocas empresas con un alto grado de integración. La estructura misma del mercado ha llevado a que, una considerable cantidad de granjas pequeñas y medianas funcionen como suplidoras de materia prima para los complejos avícolas.

Las grandes empresas, al formar este oligopolio, controlan parte del suministro de materia prima no solo por los volúmenes que operan sino también por los altos costos que representa la importación, esto último significa una barrera adicional para que otras personas, puedan iniciarse en la actividad. Además cuentan con una amplia red de distribución y han desarrollado una estrategia bien definida de diferenciación del producto en el mercado.

El canal de comercialización más importante es el del minorista, cuando el producto se vende fuera de la granja (aproximadamente compran un 50% del volumen comercializado). Esto es el resultado de la estrategia seguida por las grandes empresas integradas de acortar la cadena de comercialización y llegar más directamente al consumidor. (Gonzalo Cortés, 1994).

3.10. FACTORES TECNICO - PRODUCTIVOS.

Los factores de producción son los recursos que una empresa o una persona utiliza para crear y producir bienes y servicios. Cada uno de estos factores tiene una compensación o un retorno.

Medios utilizados en los procesos de producción: De forma habitual, se consideran cuatro: la tierra (bienes inmuebles), el trabajo, el capital (por ejemplo, una



inversión en maquinaria) y la organización; a veces se considera que la función empresarial es el cuarto factor de producción. La disponibilidad relativa de estos factores en un país (su dotación de factores) es uno de los aspectos más determinantes de la inversión y el comercio internacional.

Estos 3 factores clásicos están en la ciencia económica actual en proceso de evolución hacia una estructuración más compleja.

Para que una empresa logre sus objetivos tiene que conseguir la mejor combinación de los factores de producción disponibles. Esta combinación variará a lo largo del tiempo y dependerá de la necesidad de crecimiento, de la disponibilidad de mano de obra calificada y de la experiencia de los gestores, de las nuevas tecnologías y de los precios de mercado de los distintos factores de producción.

Cada uno de estos factores tiene una compensación o un retorno. Por ejemplo, el capital tiene como compensación los beneficios o ganancias del mayor valor que le añade a los productos, el trabajo tiene como compensación los salarios, y la tierra tiene como compensación la renta que se obtiene de ella al utilizarla.

- **Factor tierra.**

Lugar o espacio en el que se desarrolla el proceso productivo entendiéndose como tal el lugar donde se encuentra por ejemplo la empresa, la industria y los recursos naturales.

El factor tierra, en sentido amplio, se refiere al conjunto de recursos naturales empleados en el proceso de producción. Comprende la tierra propiamente dicha, el agua, el aire, las plantas, los animales, los minerales y las fuentes de energía.

La tierra tiene recursos naturales; localización geográfica utilizada para procesos productivos de bienes comunes. El factor tierra (cada vez más alterado por la intervención humana) se considera hoy, bien como componente del capital, bien como un componente de un factor natural más amplio (recursos naturales o capital natural). Es la fuente de toda materia prima proveniente del suelo y del subsuelo.



3.10.1. CLASIFICACIÓN.

Esta suele clasificarse en recursos renovables, no renovables y permanentes. Recurso natural, cualquier forma de materia o energía que existe de modo natural y que puede ser utilizada por el ser humano. Los recursos naturales pueden clasificarse por su durabilidad, dividiéndose en renovables y no renovables.

Los primeros pueden ser explotados indefinidamente, mientras que los segundos son finitos y con tendencia inexorable al agotamiento. Los recursos naturales son la tierra para el cultivo, espacio para residencias e industrias, depósitos minerales, agua, pesca y vida silvestre, bosques y otros bienes.

- ✓ Los recursos naturales renovables incluyen la fauna y flora naturales de cualquier tipo, ya que todos aquellos pueden volver a surgir generalmente. El propio suelo puede considerarse un recurso renovable, aunque cuando está muy dañado es difícil de recuperar debido a la lentitud de su proceso de formación. El drenaje natural de una cuenca hidrológica puede perdurar indefinidamente por medio de una gestión cuidadosa de su vegetación y sus suelos, y es posible controlar la calidad del agua y su grado de contaminación. Así se pueden utilizar recursos naturales para producir otros recursos los cuales se utilizan en la producción de bienes y servicios para el consumidor.
- ✓ Los recursos no renovables son los que no pueden reponerse o que sólo pueden reponerse a lo largo de periodos de tiempo extremadamente largos. Estos recursos incluyen los combustibles fósiles (carbón, petróleo y gas natural) y las menas metálicas y de otros tipos.

Los recursos naturales no renovables son los recursos mineros, entre los que se puede contar también a los combustibles fósiles (el carbón o el petróleo). Existen, en la corteza terrestre, cantidades finitas de estos materiales que pueden ser aprovechados por el ser humano; esta disponibilidad limitada implica la necesidad de buscar sistemas de reciclado de materiales, de ahorro y alternativas a su uso (especialmente en el caso de los combustibles, que no pueden ser reciclados) que no comprometan el desarrollo y la calidad de vida de las sociedades humanas.



- ✓ Los recursos naturales permanentes son aquellos que como su nombre lo dice permanecen en la naturaleza, como por ejemplo: la sal, el agua y el aire. Se llaman permanentes a aquellos recursos en los cuales el aprovechamiento es desproporcionadamente pequeño frente a la magnitud del recurso.

Tal es el caso de la energía solar, de la atmósfera, del agua de los océanos. Respecto al sol y a los planetas, sabemos bien que están condenados a desaparecer, pero para ellos se requieren millones de años, que comparándolos con la duración de la vida humana, nos permiten que la duración de ese recurso es permanente.

Este factor de producción no se refiere únicamente a la tierra en sí (el área utilizada para desarrollar actividades que generen una producción cría de ganado, siembra de cultivos, construcción de edificios de oficinas, etc.).

- **Factor trabajo.**

Por trabajo se entiende la actividad humana, tanto física como intelectual. En realidad toda actividad productiva realizada por un ser humano requiere siempre de algún esfuerzo físico y de conocimientos previos. Esta clasificación de los factores productivos se correspondía biunívocamente con un análisis "sociológico" del sistema económico en tiempos de los economistas clásicos.

El trabajo, en economía, se refiere al esfuerzo realizado para asegurar un beneficio económico. Es uno de los tres factores de producción principales, siendo los otros dos la tierra (o recursos naturales) y el capital.

En la industria, el trabajo tiene una gran variedad de funciones, que se pueden clasificar de la siguiente manera: producción de materias primas, como en la minería y en la agricultura; producción en el sentido amplio del término, o transformación de materias primas en objetos útiles para satisfacer las necesidades humanas; distribución o transporte de los objetos útiles de un lugar a otro, en función de las necesidades humanas; las operaciones relacionadas con la gestión de la producción, como la contabilidad y el trabajo de oficina; y los servicios, como los que producen los médicos o los profesores. Muchos economistas diferencian entre trabajo



productivo y trabajo improductivo. El primero consiste en aquellos tipos de manipulaciones que producen utilidad mediante objetos. El trabajo improductivo, como el que desempeña un músico, es útil pero no incrementa la riqueza material de la comunidad.

El factor trabajo se compone del esfuerzo o las capacidades humanas (del trabajador), que pueden ser tanto físicas como intelectuales; en ambos casos, aplicadas a la materia prima. El factor trabajo beneficia tanto a los grandes y pequeños productores, como al trabajador en sí mismo, pues al vender su esfuerzo, recibe un salario que le sirve para mantenerse económicamente. De esta manera, el beneficio es recíproco, entre los empresarios y los empleados de éstos (no obstante los empresarios reciben por lo general mayores ganancias).

El trabajo es la parte de la producción que es realizada por el hombre. En realidad abarca muchas nociones, sin embargo las principales son:

- El esfuerzo humano en la búsqueda de un fin productivo.
- El esfuerzo que merece una remuneración. (Noción muy vaga)
- El uso de la inteligencia humana aplicada a las actividades.
- **Factor capital.**
 - ✓ Capital: Todos los elementos que intervienen en la producción llámese a estos como la organización, las maquinarias, etc.

Los recursos que se emplean para producir bienes y servicios constituyen el capital. Se pueden distinguir 3 clases:

- ✓ **Capital físico:** Es el formado por los elementos materiales tangibles: edificios, materias primas, etc.
- ✓ **Capital humano:** Es la educación y formación profesional de los empresarios y trabajadores de una empresa.
- ✓ **Capital financiero:** Es el dinero que se necesita para formar una empresa y mantener su actividad.



Por capital se entiende el conjunto de recursos producidos por la mano del hombre que se necesitan para fabricar bienes y servicios: la maquinaria o las instalaciones industriales, por ejemplo. Conviene que esto quede claro ya que la palabra 'capital' se usa muchas veces de forma incorrecta para designar cualquier cantidad grande de dinero. El dinero sólo será capital cuando vaya a ser utilizado para producir bienes y servicios, en cuyo caso se llamará capital financiero. El dinero que se vaya a utilizar para adquirir bienes de consumo no puede ser llamado capital.

No se consideran como capital, en el sentido tradicional, las casas, el mobiliario o los bienes que se consumen para el disfrute personal, ni tampoco el dinero que se reserva para estos fines. Desde el punto de vista de la contabilidad, el capital se define como la suma de las propiedades de un individuo o una corporación, en un momento dado, a diferencia de los ingresos derivados de esas propiedades a lo largo del tiempo. Una empresa de negocios tendrá, por tanto, una cuenta de capital (normalmente denominada balance), que refleja los activos de la empresa en un determinado momento, y una cuenta de ingresos que refleja los flujos de activos y pasivos durante un periodo de tiempo determinado.

Se pueden distinguir varias clases de capital. Una clasificación muy común distingue entre capital fijo y capital circulante. El capital fijo incluye medios de producción más o menos duraderos, como la tierra, los edificios y la maquinaria. El capital circulante se refiere a bienes no renovables, como las materias primas o la energía, así como los fondos necesarios para pagar los salarios y otros pasivos que se le puedan exigir a la empresa.

- En el plano técnico, el capital es el conjunto de bienes que, en vez de ser consumidos directamente, sirven para aumentar la producción de otros bienes.
- En el plano financiero, el capital es la suma necesaria para la compra de factores originales de producción.
- En sentido jurídico, el capital está constituido por los derechos relativos a los bienes que representan los medios técnicos de producción.



- **Factor tecnología.**

Es un factor de especial relevancia en los últimos tiempos, puede definirse como el conjunto de procedimientos utilizados para producir bienes y servicios.

El saber hacer y el conocimiento aplicado es un nuevo factor de producción, a través del progreso tecnológico el hombre ha sido capaz de diversificar y ampliar sus horizontes, llegar cada día más rápido, mejor y más eficientemente en la búsqueda de sus objetivos. A través de mejoramiento tecnológico, la humanidad ha mejorado su nivel de producción cada día más, e independientemente de la distribución del conocimiento hoy se produce más de mil veces más de lo que se producía hace tal solo un Siglo. La tecnología hace que la producción se escale a niveles nunca antes vistos en donde el poder del capital acogido por el poder de la tecnología puede crear economías de escala en donde incluso existen empresas que tienen dominio mundial de los mercados.

Según la tecnología, hay tres tipos de producción:

Producción manual: Aquella en que el ser humano proporciona fuerza y el manejo de las herramientas.

Producción mecanizada: Aquella en la que la maquinaria proporciona la fuerza y el ser humano las herramientas.

Producción tecnificada o robotizada: Aquella en la que la máquina proporciona la fuerza y controla las herramientas, y los trabajadores se limitan a programarlas y supervisarlas.

La tecnología utilizada por cada empresa viene condicionada por distintos factores:

Su actividad. Hay actividades humanas que son difíciles de mecanizar.

La capacidad financiera. Las empresas con más ganancias pueden invertir más en tecnología.

El nivel de desarrollo del país donde se encuentra en las economías industrializadas, las empresas invierten normalmente una parte importante de sus recursos en Investigación y Desarrollo (I+D), para mejorar su producción y sus beneficios.



La tecnología ofrece enormes posibilidades, pero también plantea algunos problemas, como la desaparición de puestos de trabajo o la marginación de las regiones y países menos desarrollados, que no pueden incorporarse al rápido cambio tecnológico. (Aulafacil, 2008).

3.11. CONTROL DE CALIDAD.

Consiste en la implantación de programas, mecanismos y/o técnicas en una empresa para la mejora de la calidad de sus productos, servicios y productividad.

El proceso de control sigue siete etapas, que son las siguientes:

- Establecer el objeto del control. Elegir una unidad de medida.
- Establecer el valor normal o estándar de la especificación a controlar.

3.11.1. Objetivos.

- Establecer un control de calidad busca satisfacer a los clientes al máximo y conseguir los objetivos de la empresa.
- Para ello, el control de calidad suele aplicarse a todos los procesos de la empresa.
- Obtener la información necesaria acerca de los estándares de calidad que el mercado espera y desde ahí, se controla cada proceso hasta la obtención del producto/servicio.

3.11.2. Ventajas de establecer procesos de control de calidad

- Muestra el orden, la importancia y la interrelación de los distintos procesos de la empresa.
- Se realiza un seguimiento más detallado de las operaciones.
- Se detectan Establecer un instrumento de medida.
- Realizar la medición de la magnitud en la unidad elegida.
- Interpretar las diferencias entre el valor real y el valor normal o estándar.
- Actuar sobre las diferencias encontradas.
- Los problemas antes y se corrigen más fácilmente. (Aulafacil, 2008).



3.12. PROYECCIONES DE VENTA.

Una proyección de ventas es la cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro.

Es una predicción que es sinónimo de una previsión de ventas. Ambas ayudan a determinar la salud de una empresa y si las tendencias de ventas están a la alza o a la baja.

Las pequeñas empresas utilizan varias inversiones para determinar las proyecciones de ventas. La iniciativa por lo general comienza en el departamento de ventas. Hay ciertas ventajas inherentes cuando se calcula y utilizan las proyecciones de ventas.

3.12.1. Indicando las proyecciones de ventas.

Las proyecciones de ventas por lo general se expresan en términos de unidades y dólares. Las pequeñas empresas también asignan un período de tiempo determinado para las proyecciones de ventas. Por ejemplo, las proyecciones de ventas pueden ser calculadas sobre una base mensual, trimestral o anual. Por otra parte, la mayoría de las empresas comparan sus proyecciones de ventas con las cifras de ventas anteriores, mostrando un porcentaje de incremento o disminución en comparación con el período anterior. El periodo anterior puede ser el mismo periodo del año anterior.]

Las proyecciones de ventas también se pueden hacer para varios años, lo que ayuda a los gerentes de producción a planificar y ejecutar sus departamentos de manera más eficiente.

3.12.2. Determinación de las proyecciones de ventas.

Los propietarios o gerentes de ventas de pequeñas empresas por lo general hacen las proyecciones de ventas.

Pueden obtener aportaciones de los representantes de ventas, la alta dirección y el departamento de mercadotecnia.



La mayoría de las pequeñas empresas primero calculan los costos de producción o compra de sus productos o servicios.

Las condiciones económicas, los puntos de ventas estacionales, la intensidad de la competencia y los cambios en la población también se tienen en cuenta para determinar las proyecciones de ventas.

3.12.3. Ventajas de las proyecciones de ventas.

Hay una serie de ventajas de tener al día las previsiones de ventas precisas. Una de ellas es que puede ser más fácil de obtener préstamos. Los bancos a menudo basan sus decisiones de préstamos en el marco de tiempo en que una empresa se convierte en un beneficio.

Las empresas establecidas pueden necesitar mostrar el potencial de crecimiento y explicar cómo se derivan los números. La Administración de Pequeños Negocios recomienda las previsiones de ventas o proyecciones como parte del proceso de solicitud de préstamo. Las proyecciones de ventas también permiten la comercialización y otros departamentos funcionales para crear sus presupuestos y planificar proyectos. Las proyecciones de ventas favorables podrían interesarles a los posibles inversores, aumentando el valor para los accionistas. (Suttle, 2003).

3.13. DEMANDA.

La **demanda** es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago). (Kotler, 2003)

El **Diccionario de Marketing**, de Cultural S.A., define la **demanda** como "el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas.

En síntesis, una **definición de demanda** que se puede extraer de todos estos aportes o propuestas, y que en lo personal sugiero, es la siguiente:



"La **demanda** es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".

3.13.1. Demanda Insatisfecha.

En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para colmar la brecha; cuando traten de satisfacer una demanda insatisfecha tendrán que distinguir entre una brecha en el nivel de satisfacción y un vacío en el tipo de satisfacción.

La brecha en la clase de satisfacciones, se presenta cuando los destinatarios pueden obtener satisfacción, solo por medio de un producto mejorado o un nuevo producto que corrija las deficiencias de los existentes; el vacío en el nivel de satisfacción tiene que ver con una situación donde los productos de que se dispone no pueden brindar el nivel, grado o satisfacción deseados.

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.(Altagracia, 2012).

3.14. OFERTA.

Para **Laura Fisher (2004)**, la **oferta** se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando ésta definición, ambos autores indican que la **ley de la oferta** "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta".

En el **Diccionario de marketing cultural S.A** la oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de



bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta".

Para **Philip Kotler (2004)**, Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

En síntesis, una **definición de oferta** que se puede extraer de todos estos aportes o propuestas, y que en lo personal sugiero, es la siguiente:

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

3.15. VIABILIDAD.

Se conoce como análisis de viabilidad al estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto. Cualquier proyecto o empresa que se desee poner en marcha tiene que tener como herramienta principal un plan de viabilidad que deje patente las posibilidades de éxito que aquellas iniciativas pueden tener. (Definición, 2007).

3.15.1. Tipos de Viabilidad.

- **Viabilidad legal.**

El estudio de viabilidad legal debe informar si la legalidad vigente permite, o más bien no impide la realización del proyecto empresarial. Este estudio de viabilidad, al igual que los otros, en lo posible debe ser efectuado por expertos y el encargado de evaluar la factibilidad global del proyecto ha de seguir la orientación de los especialistas.



En algunos casos y para tener una idea preliminar sobre la viabilidad legal del proyecto, puede consultarse a organismos relacionados con las actividades que serán desarrolladas en el mismo.

- **Viabilidad técnica.**

Este estudio es de vital importancia, en él se determina si la tecnología (dura y blanda) disponible, permite hacer realidad el proyecto y también si es conveniente hacerlo.

Un estudio de viabilidad técnica debe proveer información sobre las diversas formas de materializar el proyecto o los diferentes procesos que pueden utilizarse para producir un bien o servicio. El estudio deberá contener una estimación de los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para el estado de operación del proyecto.

La información técnica obtenida se utiliza para determinar cuál es la forma más eficiente de materializar el proyecto. Esta determinación de eficiencia, se hace basándose en criterios técnicos y económicos, esto ha de ser así, puesto que puede ocurrir que una solución óptima desde el punto de vista técnico, no lo sea desde un punto de vista económico.

- **Viabilidad financiera.**

El estudio de la viabilidad financiera no es otra cosa que ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto

Por lo general, se dice que los buenos proyectos, es decir, aquellos con rentabilidad alta, con un riesgo razonable y bien evaluado, encuentran financiamiento con cierta facilidad. También se afirma que los proyectos deben ser evaluados con independencia de las fuentes de financiamiento. Lo que se observa en la realidad es, que no es fácil conseguir recursos financieros si no se cuenta con garantías reales (prendas sobre vehículos, hipotecas sobre terrenos o cascos, etc.) y que el acceso a créditos para los microempresarios tiene más de una dificultad.



El estudio de viabilidad financiera debe mostrar que con las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede acceder el proyecto, es posible financiar todas las etapas del mismo. Estas fuentes pueden ser propias (capital aportado por los mismos socios), bancos, financieras, cooperativas de ahorro y crédito, fuentes externas, etc.

- **Viabilidad de gestión.**

La gestión o administración de un proyecto es de vital importancia, especialmente cuando es necesario crear una empresa para ponerlo en operación. Una gestión eficiente hace más probable que los beneficios netos obtenidos sean iguales o mayores a los estimados en el proyecto. Muchos buenos proyectos fracasan por mala gestión.

Este estudio debe contener a lo menos lo siguiente:

Estructura organizativa que más se adecue a las necesidades de puesta en marcha y operación del proyecto.

Con base en la estructura organizacional, se debe definir las necesidades de personal y estimar los costos de mano de obra y honorarios profesionales.

Requerimiento de sistemas para una gestión eficiente. (Sistema contable, inventarios, cobranzas, abastecimiento o proveedores, clientes o socios, etc.)

Una estimación de la infraestructura requerida y del equipamiento correspondiente.

- **Viabilidad económica.**

El estudio de la viabilidad económica no es otra cosa que la evaluación del proyecto. En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

En este estudio se debe evaluar económicamente todas las opciones encontradas en los estudios anteriores. Es necesario analizar todas las alternativas que resulten de combinar las diversas opciones técnicas, financieras, de gestión y de mercado



encontradas en los respectivos estudios de viabilidad. A veces una opción técnica que fue desechada en el correspondiente estudio de viabilidad, puede resultar conveniente al hacer un análisis integrando opciones de gestión, de mercado, legales y financieras.

- **Viabilidad institucional.**

Esto dice relación con la resistencia de otras organizaciones a la formación de una empresa de tipo cooperativa.

- **Viabilidad medioambiental.**

Si el proyecto en su proceso productivo es contaminante (ruidos molestos, emanaciones tóxicas, mal tratamiento de desechos, malos olores, etc.), puede ser inviable y tener impedimentos legales para operar.(Decoop, 2007).

3.16. CRECIMIENTO ECONÓMICO – DESARROLLO ECONÓMICO.

3.16.1. Crecimiento económico.

Es el cambio continuo de la producción agregada a través del tiempo. Desarrolló económico es el aumento persistente del bienestar de una población .Sin crecimiento económico no hay desarrollo económico y viceversa.(Blanchard & Pérez, 2000).

3.16.2. Desarrollo Económico.

El desarrollo económico puede definirse genéricamente como crecimiento sostenible desde tres puntos de vista: económico, social y medioambiental. Tal crecimiento cualificado tiene diversas implicaciones:

La dimensión cuantitativa: el desarrollo implica un aumento cuantitativo de los flujos de producto-renta-gasto por habitante.

La dimensión relativa: la medición del desarrollo de un país tiene en cuenta su población y el nivel alcanzado por otros países.



La dimensión dinámica: el desarrollo no es sólo un estado (situación), sino principalmente un proceso.

La dimensión temporal: el desarrollo es un proceso auto sostenido, que no sólo hace posible el dinamismo presente, sino también su continuidad en el futuro.

La dimensión social: el desarrollo es un crecimiento solidario (solidaridad no sólo intergeneracional, sino también intergeneracional).

La dimensión medioambiental: el desarrollo es un crecimiento sostenible desde el punto de vista de los recursos naturales y el equilibrio medioambiental. (Gestiopolis, 2006).

3.16.3. Crecimiento Empresarial.

Al hablar de crecimiento empresarial la definición más precisa sería la que lo considera como el proceso de mejora de una compañía que la impulsa a alcanzar determinadas cuotas de éxito. El crecimiento del negocio puede lograrse de dos formas distintas: bien aumentando los ingresos percibidos por la organización gracias a un aumento del volumen de venta de sus productos o un incremento de los ingresos percibidos por sus servicios; bien mediante el incremento de la rentabilidad de las operaciones, que es el que se consigue al reducir de forma efectiva los costes.

➤ **De estas fases depende el crecimiento empresarial.**

- **Desarrollo de mercado:**

Se consigue encontrando nuevas aplicaciones o usos para el producto o servicio. Esto provoca un sector poblacional objetivo mayor y con ello el crecimiento de las operaciones. Frecuentemente la restricción de aplicaciones está limitada por la misma empresa, ya sea por imagen, prejuicios o resistencia al cambio.

- **Desarrollo de producto:**

Consiste en crear nuevos productos o dotar de nuevas características superiores al mismo producto, para conseguir que los clientes adquieran los nuevos productos o los prefieran frente a los de los competidores. Tal es el caso de Sony, que ha



desarrollado productos de tecnología de vanguardia y esto nos ha arrastrado a renovar los anteriores.

- **Desarrollo de la necesidad:**

El desarrollo de la necesidad es un concepto altamente rentable. Consiste en conseguir que un nicho de mercado socio-económico alto considere indispensable contar con un tipo de producto específico.

- **Penetración:**

Se busca obtener una mayor proporción de mercado objetivo, quitando a la competencia parte de su contribución. Esto va aunado de estrategias de mercadotecnia, y se recurre a actividades como publicidad, promociones, eventos, muestreo, campañas, entre otros. Es altamente conveniente tener (o construir) una diferenciación muy clara para el producto o servicio para implementar esta estrategia.

Debe considerarse que conseguir desplazar productos alternos también es una posibilidad de incrementar la penetración. Un ejemplo; es el caso de BonaFont, que ha desplazado a otras bebidas, especialmente a los refrescos, quitándoles una fracción importante del mercado que poseían. (Emprendices, 2010).

3.17. ESTRATEGIA.

Es la definición de las metas y objetivos a largo plazo de una empresa y la adopción de acciones y asignación de los recursos necesarios para la consecución de estos objetivos. (Chandler, 1962).

Una estrategia comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.

3.17.1. Tipos de Estrategia.

Estrategia corporativa: ocupa la parte superior de la pirámide. Es la que diagrama la dirección general y define parámetros fundamentales como la misión de la empresa, los objetivos de la empresa, la visión de la organización (dónde queremos



ir), la cultura y valores, entre otras. Una vez se tienen claros estos parámetros se define la estrategia corporativa. Estas no se fijan mirando a la competencia, sino que sólo se basan en los propios valores.

Estrategia competitiva o de negocio: son las estrategias que definen cómo vamos a competir en el mercado. A diferencia de lo que ocurre con la corporativa, en la estrategia competitiva se analiza cómo funcionan los competidores. Por momentos, este análisis se puede asemejar a un juego de ajedrez. Dependiendo cómo se muevan los demás, moveremos las piezas de nuestra estrategia. Esta estrategia se plasma en la conocida Unidad Estratégica de Negocio, y responde a la pregunta de cómo competir en cada negocio.

Estrategias funcionales: una vez se tienen definidos los parámetros de la estrategia corporativa y competitiva, se determinan los pasos a seguir en aspectos importantes como el marketing, la tecnología, los canales de distribución y otros.

Cabe destacar que las estrategias corporativas y competitivas se diseñan de una manera uniforme o complementaria en un alto porcentaje de compañías.

Estrategias generales: son estrategias que consideran a la empresa como un todo, es decir, sirven para alcanzar los objetivos generales de la empresa.

Algunos ejemplos de estrategias generales:

- Diversificar los productos.
- Diversificar los mercados.
- Competir en base a los costos.
- Competir en base a la diferenciación.
- Enfocarse en un segmento de mercado específico.
- Fusionarse con otra empresa.

Estrategias específicas: son estrategias que sirven de ayuda para poder llevar a cabo las estrategias generales; las estrategias específicas más conocidas y utilizadas son las estrategias de marketing.



Algunos ejemplos de estrategias generales:

- Aumentar el número de vendedores.
- Aumentar el número de puntos de ventas.
- Disminuir los precios.
- Elevar el gasto en publicidad.
- Agregar nuevas promociones de ventas.
- Establecer nuevos sistemas de información.

Estrategia Empresarial: en el ámbito de la empresa se utiliza el término estrategia empresarial para hablar de la serie de pasos o pautas que una compañía debe seguir para obtener los mayores beneficios. Un ejemplo de estrategia empresarial puede ser adquirir empresas del mismo sector para eliminar a la competencia. (Gestión, 2005)

3.17.2. Importancia.

Las estrategias financieras son decisiones financieras en planeación y control de alto nivel, de suma importancia para la vida de una organización y determinantes para la consecución de recursos y objetivos a largo plazo. Dichas decisiones son tomadas por la más alta autoridad dentro de la organización de la empresa, ya sea el consejo de administración, o bien, por el gerente general denominado también presidente o por la comisión ejecutiva del consejo.

En este sentido, el ejecutivo de finanzas o administrador financiero, le corresponde formular las recomendaciones sobre las decisiones estratégicas financieras, para su aprobación por el consejo de administración; el gerente general, la comisión ejecutora del consejo, en sí, las estrategias financieras, pueden resumirse en términos de objetivos, políticas y planes.

La estrategia financiera de una organización consiste en las acciones combinadas que ha emprendido la dirección y que pretende para lograr los objetivos financieros y luchara por la misión de la organización. Una estrategia financiera es la mejor manera para conseguir la inversión (recursos económicos) necesaria para generar el negocio o para expandir ya sea con recursos de potenciales accionistas o recursos de entidades, incluyendo la forma de pago que mejor satisfaga al negocio. Dentro de



las estrategias financieras e incluyen los costos y precios de ventas que harán del negocio un éxito. (Gestión, 2005).

3.18. FODA.

Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro a la competencia. (Significados, 2010).

3.18.1. Importancia del Foda.

Este análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual este compete.

El análisis de FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la institución y en las diferentes funciones o departamentos (Unidades de análisis) tales como producto, mercado, empresa, fabricación, divisiones, sucursales, distribución, administración, finanzas y otros.

Con este análisis los empresarios pueden obtener muchas conclusiones de una gran utilidad para estar al tanto de la situación de su propia institución y del mercado en el que esta se desenvuelve lo que mejorara la competitividad de las estrategias de mercado y ventas que se diseñen

Debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de sus negocios. Debe resaltar los aspectos favorable y desfavorable comparándolo de manera objetiva y realistas con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno. (Emagister, 2010).

3.19. INDICADORES FINANCIEROS.

Los Indicadores Financieros o Ratios Financieros son medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado.



La mayoría de las relaciones se pueden calcular a partir de la información suministrada por los estados financieros. Así, los Indicadores Financieros se pueden utilizar para analizar las tendencias y comparar los estados financieros de la empresa con los de otras empresas. En algunos casos, el análisis de estos indicadores puede predecir quiebra futuro.

Los Indicadores Financieros se pueden clasificar de acuerdo a la información que proporcionan. Los siguientes tipos de indicadores se utilizan con especial frecuencia:

Indicadores financieros de liquidez, que proporcionan información sobre la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo financieras.

Ratios de rotación de activos de indicar la eficiencia con que la empresa utiliza sus activos.

Indicadores financieros de apalancamiento, que proporcionan una indicación de la solvencia a largo plazo de la empresa.

Indicadores financieros de rentabilidad, que ofrecen varias medidas diferentes del éxito de la empresa en la generación de beneficios.

Las razones de actividad, miden la rapidez con que las cuentas por cobrar o los inventarios se convierten en efectivo. Son un complemento de las razones de liquidez, ya que permiten precisar aproximadamente el período de tiempo que la cuenta respectiva (cuenta por cobrar, inventario), necesita para convertirse en dinero. Miden la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos invertidos en estos activos.

Son fundamentalmente las siguientes: la rotación de inventario, la rotación de las cuentas por cobrar, período promedio de pago a proveedores, la rotación de activos totales, la rotación de activos fijos y el ciclo de caja.



Indicadores financieros sobre la política de dividendos, que dan una idea de la política de dividendos de la empresa y las perspectivas de crecimiento futuro.(Enciclopedia , 2010).

3.20. LIQUIDEZ.

Es un concepto económico que mide que tan rápido un activo puede ser convertido en dinero en efectivo, sin que la misma sufra una pérdida en su valor real. Por ejemplo un depósito en una caja de ahorros es un activo con una liquidez alta ya que puede obtenerse el dinero en efectivo en cualquier momento.(Economía, 2012).



• Operacionalización de los Objetivos.

Objetivos Específicos	Dimensiones de Análisis o Categorías	Definición Conceptual	Subcategorías/Índice	Indicadores	Fuente
1. Describir las actividades administrativas implementadas por granja avícola Las Delicias en el proceso de producción y comercialización.	Actividades Administrativas	Es el nombre que se le da al conjunto de funciones adecuadas a planeación organización integración del personal dirección y control	Funciones Administrativas	Es la realización de ciertas actividades o deberes al tiempo que se coordinan de manera eficaz y eficiente en conjunto con el trabajo de los demás.	➤ Entrevistas
2. Identificar los factores técnicos productivos que afectan a la rentabilidad de la empresa avícola Las Delicias.	Factores técnicos productivos	Los factores técnicos productivos son los recursos que una empresa o una persona utiliza para crear y producir bienes y servicios. Cada uno de estos factores tiene una compensación o un	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tecnología: Planta instalada. ✓ Capacitaciones. ✓ Indicadores Financieros. 	<p>Conjunto de instrumentos o recursos empleados en un determinado campo o sector.</p> <p>Son medidas que analizan el</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entrevistas dirigidas ➤ Observación



Objetivos Específicos	Dimensiones de Análisis o Categorías	Definición Conceptual	Subcategorías/Índice	Indicadores	Fuente
		retorno.		estado de la empresa.	
3. Explicar los controles de calidad implementados por Granja Las Delicias en el sistema de producción de carne.	Control de calidad.	Consiste en la implantación de programas, mecanismos y/o técnicas en una empresa para la mejora de la calidad de sus productos, servicios y productividad.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Materias primas. ✓ Recursos humanos. ✓ Capacidad productiva 	<p>Cosa que potencialmente sirve para crear algo.</p> <p>Máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada.</p>	➤ Entrevistas dirigidas
4. Proponer estrategias para el mejoramiento del crecimiento empresarial de granja avícola Las Delicias.	Estrategias	Es un plan para dirigir un asunto, se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones orientada a alcanzar los objetivos a	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovación. ✓ Tecnologías 	<p>Es aquel cambio que introduce alguna novedad en un producto.</p> <p>Conjunto de medios técnicos necesarios para</p>	➤ Observación



Objetivos Específicos	Dimensiones de Análisis o Categorías	Definición Conceptual	Subcategorías/Índice	Indicadores	Fuente
		corto y a largo plazo.	✓ Infraestructura	el desarrollo de una actividad	

Fuente; Elaboración Propia



IV. DISEÑO METODOLÓGICO.

4.1 Tipo de investigación.

Según el nivel de conocimiento esta es una investigación documental aplicada puesto que se analizó la viabilidad económica para el mejoramiento del crecimiento empresarial de la granja avícola Las Delicias del Municipio de San Nicolás durante el periodo 2015, para lo cual se han implementado instrumentos de recolección de datos en una población real.

A su vez, según el enfoque filosófico es un estudio cualitativo porque se analizó a profundidad **“Crecimiento y desarrollo económico empresarial de la Granja Avícola Las Delicias en el Municipio de San Nicolás”**, ya que se partirá primeramente de los conocimientos previos del personal que labora para granja las delicias.

4.2 Tipo de estudio.

Es un estudio analítico- descriptivo porque se realizó un análisis crítico de las fuentes de financiamiento desarrollados por la granja avícola y de tipo descriptivo porque se explicó de forma clara y detallada la importancia que tiene para esta granja la aplicación de estrategias de fuentes de financiamiento.

4.3 Universo.

En la presente investigación el universo está constituido por cuatro granjas avícolas existentes en el de Municipio de San Nicolás.

4.4 Muestra.

En el Municipio de San Nicolás comarca Quebrada de Agua, el estudio de la muestra se realizó en granja avícola Las Delicias la que nos brindó la información que es de gran utilidad para la investigación.

El muestreo aplicado para esta investigación es por conveniencia, dado que solamente una empresa de manera voluntaria proporciono la información.



4.4.1. Tipo de Muestra.

No probabilístico: Casual o incidental.

4.4.2. Criterios de selección de la Muestra.

Se escogió el muestreo no probabilístico, porque solo se trabajó con la granja avícola Las Delicias la que brinda la información requerida para la investigación.

Donde los informantes claves a ser entrevistados estuvieron dispuestos a participar de manera voluntaria en el estudio.

4.5 Diseño de instrumento.

Para cumplir con los objetivos planteados en la investigación, se hizo uso de cuatro técnicas de recolección de datos: entrevista, revisión documental, guía de observación e investigación documental.

4.5.1 Fuentes Primarias.

- **Revisión documental:**

Para la realización de la investigación se utilizó la revisión documental para obtener la certeza de que lo expresado en el documento es en realidad lo ejecutado por la granja avícola Las Delicias.

4.5.2. Fuentes Secundarias.

- **Entrevista:**

Entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el tema propuesto. Se elaboraron y realizaron entrevistas dirigidas a 3(tres) socias de la empresa Avícola las Delicias con el objeto de obtener toda la información necesaria para el desarrollo del tema de investigación.

- **Guía de observación:**

Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y según el problema que se estudia. Esta guía, por lo general, se estructura



a través de columnas que favorecen la organización de los datos recogidos. Por medio de esta fuente, se observó y analizó el proceso con el cual se llevan a cabo las principales estrategias de financiamiento referentes a las problemáticas de sostenibilidad de la granja.

- **Investigación documental:**

Es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de materiales bibliográficos, de bibliotecas, centros de documentación e información. Por medio de esta fuente se complementó toda la información requerida para llevar a cabo la investigación, reuniendo las condiciones de la objetividad documental.



V. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.

5.1.1. Primera Etapa: Investigación documental.

En ésta parte de la investigación documental se realizó a través del análisis de las **fuentes secundarias**, lo que permitió identificar de manera precisa el problema y recopilar la información necesaria para el análisis de datos y de esta manera se planteó el enfoque a utilizar y los procedimientos a aplicar.

Mediante la utilización de las fuentes secundarias, permitieron realizar un análisis exhaustivo de toda la documentación relativa a crecimiento y desarrollo “viabilidad económica para el mejoramiento empresarial de la granja avícola Las Delicias del Municipio de San Nicolás en el periodo 2015.

5.1.2. Segunda Etapa: Elaboración de instrumentos.

Para el procesamiento y análisis de la información se utilizó matrices de datos, aplicando técnicas de análisis de contenido que se fueron seleccionando una vez obtenida la información, previa selección de categorías de análisis que surgieron con los datos empíricos.

Los instrumentos fueron diseñados previos a cada sesión de trabajo y readecuados según fue necesario durante la sesión de trabajo de campo a realizar, considerando que la investigación cualitativa cuenta con el principio de la flexibilidad y la franqueza, por lo tanto los instrumentos no son cuestionarios o camisas de fuerzas, que obligan al investigar a realizar preguntas fuera de contexto.

Por lo que se elaboraron previamente las preguntas semiestructuradas de acuerdo a cada objetivo planteado en la investigación, así mismo, el diseño metodológico para realización de las entrevista del trabajo de campo.

Entre las herramientas que se utilizaron, se encuentran cámaras fotográficas, y libreta de campo.



5.1.3. Tercera Etapa: Trabajo de campo.

En un primer momento, se elaboró una ruta metodológica para la investigación cualitativa, en correspondencia; así mismo, se definieron los instrumentos básicos a ser aplicados en el proceso investigativo.

En este proceso metodológico se realizaron entrevistas personales, dirigidas a actores claves para la recolección de datos, un método con mayor profundidad, ya que en este transcurso hay confianza entre el entrevistador/a y entrevistado/. Esta técnica se da en un ambiente agradable y solo.

Esto permite obtener testimonios brindados por las y los participantes sustentan el abordaje y análisis en la investigación. La información que se obtuvo es proveniente de las entrevistas realizadas con los actores claves: pequeños y medianos empresarios.

En un segundo momento, se llevó a cabo un trabajo de campo para el abordaje de diversos actores sociales vinculados al trabajo de investigación cualitativa de manera directa.

En este aspecto se utilizó la fuente de información primaria, que permitió recopilar la información cualitativa para la investigación, como insumo base para valorar el alcance e impacto del trabajo realizado por los pequeños empresarios”, a partir de las opiniones y valoraciones de ellos mismo.

Las técnicas empleadas en la evaluación son: entrevistas destacando cambios significativos: se realizó la entrevista a 3 participantes de la granja avícola Las Delicias del Municipio de San Nicolás.

5.1.4. Cuarta Etapa. Elaboración de Documento Final:

Se analizó la información obtenida por medio de las técnicas de recolección de datos, y se presentaron resultados originalmente financieros llegando de esta manera a una conclusión y resultados claros, tomando en cuenta que es una investigación cualitativa.



Este documento de investigación fue elaborado en base a la guía de Investigación Aplicada a Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.



VI. RESULTADOS.

6.1. Generalidades de la empresa

Según la entrevista realizada a las socias Granja avícola Las Delicias es una microempresa (Empresa Familiar) que surgió a través de un curso de formación técnico en Gestión Integrada y Ecológica de Finca, impartido en un periodo de tres (3) años a un grupo de jóvenes emprendedores.

Granja avícola Las Delicias fue fundada el 23 de septiembre del año 2014, cuenta con objetivos estratégicos o a largo plazo los que son formulados para el buen funcionamiento de la empresa, misión (quiénes somos), y visión (qué queremos llegar hacer en el futuro).

Esta granja está dedicada únicamente a la cría, producción y comercialización de pollos y no han innovado a ofrecer otros productos que no se deriven de este rubro.

Objetivo de la empresa.

Proyectamos como jóvenes emprendedoras mejorar nuestros niveles de vida así como de nuestros familiares.

Misión: somos un grupo de mujeres jóvenes que producimos y comercializamos carne de pollo de buena calidad con tecnologías amigable con el medio ambiente, sostenible.

Tecnología amigable: este término se refiere al buen uso de las herramientas aplicadas en el desarrollo productivo de la granja aportando de esta manera a la protección del medio ambiente y por ultimo utilizando los recursos naturales de manera racional y consiente.

Visión: ser reconocidas como una microempresa de mujeres líderes en la producción y comercialización de carne de pollo en el municipio de San Nicolás y lugares circunvecinos.

Granja avícola Las Delicias realiza sus actividades bajo una estructura legal como una sociedad de Responsabilidad Social (R.S), porque esta se rige bajo las mismas



leyes que dicte la microempresa; compuesta por un grupo de jóvenes que poseen experiencia en el proceso de manejo para la crianza de pollo, inicio con un capital de C\$ 72,958.00 (setenta y dos mil novecientos cincuenta ocho córdobas netos) constituido por: fondo de premio 26,629.00, fondo de donación 43,829.00 fondo de aporte local 2,500.00.

Esta microempresa está conformada por 8 trabajadores:

Cuatro socias dedicadas al cuidado, producción y comercialización y sacrificio de los pollos con el apoyo de cuatro trabajadores más para un total de ocho personas, el promedio de clientes es de 30% que adquieren la carne de pollo al por mayor y un 70% las comunidades cercanas, cubre aproximadamente el 60%, beneficiando a los clientes con buena calidad y buen precio.

6.1.1. Actividades administrativas implementadas por granja avícola Las Delicias en el proceso de producción y comercialización.

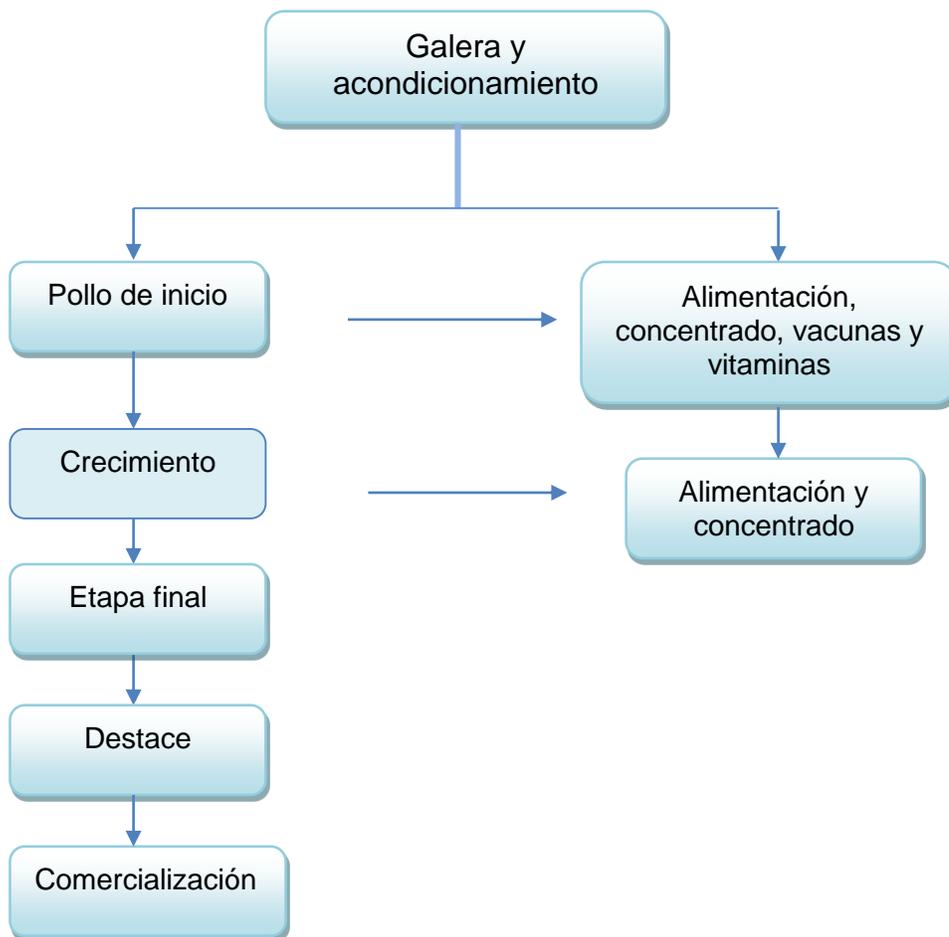
Granja avícola las Delicias aplica las cuatro actividades administrativas en el proceso de producción y comercialización.

Planeación: Es fundamental en toda empresa por lo que granja avícola Las Delicias para empezar realizó un plan de negocio partiendo como objetivo principal la implantación de una granja de pollos de engorde para satisfacer la necesidades de las familias de esta comunidad y del Municipio como tal.

Para llevar a cabo el proceso de producción en granja avícola Las Delicias se realizan las actividades desde que se planea la cantidad de pollitos a adquirir de acuerdo al capital con que se cuenta, acondicionamiento de la galera y luego se procede a realizar la adquisición los que pasaran al proceso de inicio, desarrollo y etapa final, alimentado con concentrado de inicio en la primera etapa y la segunda etapa se alimentan con concentrado de crecimiento.



Esquema N°1. Flujo-Diagrama de Granja avícola Las Delicias.



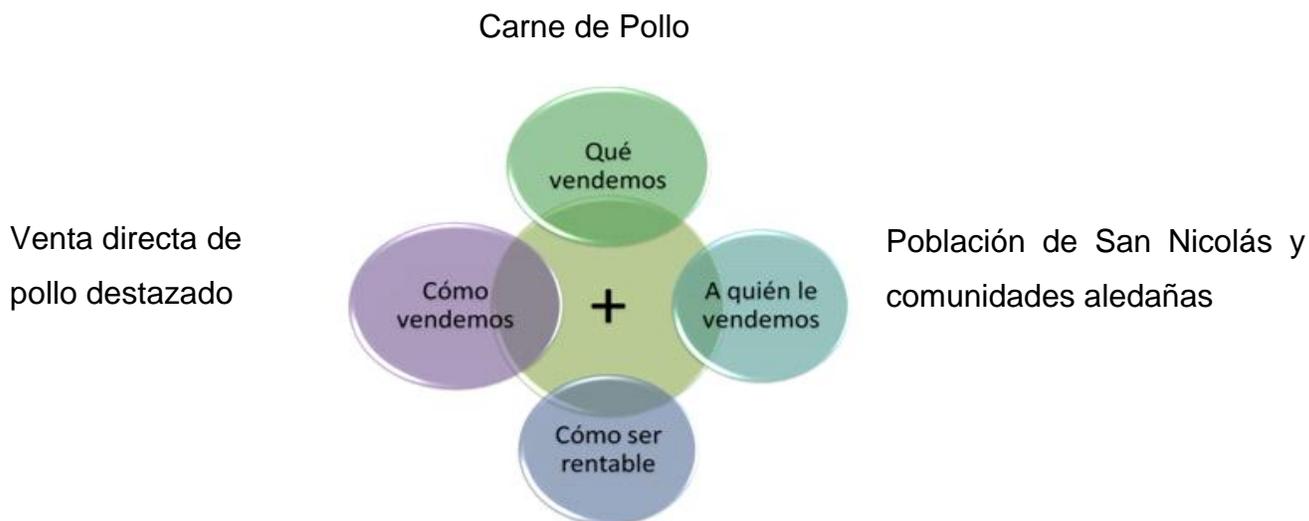
Fuente:(Empresa Las Delicias, 2014).

Comercialización.

Para realizar las actividades en el proceso de comercialización como granja avícola Las Delicias ya cuenta los clientes fijos se levanta un pedido una semana antes de realizar el sacrificio de los pollo para tener la certeza de la cantidad de pollo que se va a trasladar desde las instalaciones de la granja hasta el municipio hacia las principales pulperías y comedores (al por mayor) y posterior realizar la venta de manera minoritaria en el puesto de venta de la granja (al detalle).

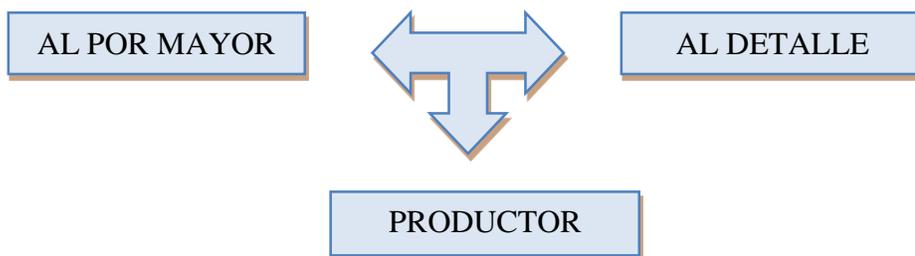


Esquema N°2. Proceso de comercialización de Granja avícola Las Delicias



Ofertando productos de buena calidad para satisfacer las necesidades de los mercados y de nuestros clientes entregando producto fresco y libre de hormonas y empleando la mano de obra

Esquema N°3. Canal de comercialización.



Fuente: (Empresa Las Delicias, 2014)

Organización: esta se lleva a cabo mediante una estructura de cargos donde cada una de las socias juega un rol dentro de la granja estas se organizan para llevar a cabo cada actividad.

En el proceso de producción estas se dividen responsabilidad del cuidado de la granja durante una semana del mes cada una de las socias llevando a cabo cada una de las



actividades de cuidado y protección del pollo, así mismo al momento del sacrificio del pollo cada una se dividen realizar una actividad y de esta manera facilitar el proceso para la comercialización donde dos de las socias realizan la entrega de pedidos y las otras dos quedan en la granja atendiendo a los que realizan compras minoritaria.

Dirección: en esta actividad granja avícola realiza incentivos a sus trabajadores de manera que ellos se sientan motivados y realicen su trabajo con más entrega y se sientan responsables de las actividades que realizan de manera de lograr el cumplimiento de las metas organizacionales.

Control: granja avícola lleva a cabo la actividad de control para medir y corregir las desviaciones que se presentan durante el proceso de producción y comercialización como entrega tardías a los clientes y pago retrasados con el objetivo de garantizar que los hechos se apeguen a los planes y reglamentos de la granja y así ayudar a la granja a reducir los riesgos.

6.2. Factores técnicos productivos que afectan a la rentabilidad de la granja avícola Las Delicias.

Granja Las Delicias no pertenece a ninguna organización solo cuenta con el apoyo del programa de Gestión Integral y Ecológica de Finca (PROGA), que es un proyecto dedicado al “Mejoramiento de la Producción y Gestión Agrícola de las y los jóvenes productoras y productores de la Segovia, y se rigen conforme el funcionamiento y administración de este negocio, de igual manera no se encuentran inscrito en la Alcaldía.

Problemática.

Las instalaciones con las que cuenta esta granja son muy pequeñas por la que no puede realizar con mayor calidad las actividades y por ende afecta al crecimiento de la granja; es por eso que no se cumple eficientemente con los pedidos que realizan los clientes por la baja cantidad de producción.

Factor tierra: uno de los elementos principales que afecta a la microempresa es que no cuentan con el servicio de agua potable en las instalaciones, si no que el agua



que utilizan es proveniente de un ojo de agua que no es de su propiedad, esto tiende a afectar a la microempresa en tiempo de verano debido a que esta vertiente de agua se seca y se tiene que incurrir en gastos para solventar esta problemática.

Factor trabajo: es la actividad que realizan los trabajadores con el fin de beneficiar a los compradores como el trabajador en sí mismo.

Factor capital: esta granja se vio afectada por la obtención de un préstamo a pagar a corto plazo obligado a efectuar pago total en un periodo de tres meses esto se dio por un mal entendido entre el prestamista y el prestatario.

Factor tecnológico: granja avícola Las Delicias ha enfrentado dificultades durante el año 2014 con un alza en la energía eléctrica, en la que se vio afectada por un periodo de cuatro meses continuos, debido a una fuga de energía por mala instalación en el medidor, el uso de bujías de 75kw las que producen un consumo excesivo.

Uno de los problemas que se presentan con respecto a la adquisición de materia prima es que no se cuenta con un vehículo propio para trasladar los pollos de la ciudad de Estelí hacia la granja y comercializar la carne al municipio y por ende alquilan un vehículo para realizar estas actividades.

Otro aspecto por lo que no invierten en productos tecnológicos es por no contar con el capital suficiente teniendo en cuenta de esta manera adecuarse a las condiciones de su entorno en el que se desarrollan.

Medidas correctiva que ha tomado la microempresa.

La microempresa como medida correctiva en el alza de energía eléctrica realizó reclamos a la empresa ENATREL y respectivamente a INE obteniendo repuesta positiva, así mismo, realizo cambios de bujía ahorrativas la que en dependencia del clima se encienden en el día y toda la noche para cuidar de la producción .

La granja ha manifestado el cumplimiento con los clientes en cuanto a la rapidez de entrega del producto final, fresco, limpio confiable un peso exacto.



6.3. Controles de calidad implementados en granja avícola Las Delicias en el sistema de producción de carne.

- **Infraestructura.**

El tipo de calidad de construcción de la granja avícola Las Delicias, es la adecuada al clima de la zona; para ello se determinó en su momento todas las especificaciones requeridas para esta actividad.

A continuación se mencionan algunas:

- Adecuadas para el tipo de protección del pollo.
- Lugar seco.
- Galera y terreno plano bien drenado.
- El sitio está construido de manera que el sol penetre en el lugar durante varias horas del día y este protegida de fuertes corrientes de vientos.

El principal lugar donde se adquiere la materia prima como: pollitos de un día de nacidos, concentrado de inicio, concentrado de crecimiento (engorde), vacunas, vitaminas, es adquirido en El Granjero Estelí.

Esta se ha visto afectada en la cantidad productiva de los pollos, por mortalidad que se da al momento de ser ubicados en la granja, esto se da debido al cambio climático al que se enfrentan, por lo que son trasladados de un día de nacidos de zona caliente a un lugar fresco; sin embargo granja avícola tomando en cuenta que la cantidad productiva es baja respecto a los pedidos efectuado por sus clientes, para lograr ventajas competitivas tiene como principal objetivo brindar producto de buena calidad, manteniendo el lugar limpio, evitando la aplicación de hormonas que son dañinas para la salud del consumidor, alimentando a los pollos con concentrados que aportan propiedades nutritivas, desinfectado los comederos y bebederos con la aplicación de yodo donde se alimentan los pollos, aplicando vacunación y vitaminas para descartar enfermedades .

Granja Las Delicias como medida de seguridad al presentarse enfermedades en los pollos proceden a descartarlos para evitar que estos contaminen a los demás y de



esta manera asegurar la calidad del producto final, para conseguir un buen prestigio por parte de los que compran el producto.

De forma general la calidad se define como “el grado de adecuación del producto para el uso al que se le destina.

Actualmente, el consumidor se encuentra en una situación ideal para la elección del producto o servicio, y se decidirá por aquel que, dentro del rango de precios que se haya fijado, resulte más idóneo para su uso. Esta idoneidad o adecuación al uso es la perspectiva que de la calidad tienen los consumidores. Sin embargo, desde el punto de vista de la empresa, es importante crear, desarrollar y controlar la calidad, que se relacione con la concordancia entre las características que el producto realmente posee y las que el cliente nos ha solicitado.

Otra actividad que realiza granja avícola respecto al control de calidad es en la parte financiera donde designa a unas de sus socias para que este lleve toda la información financiera efectuada de esta.

Cabe destacar que llevan un control financiero básico, utilizando para ello el libro diario de forma manual.

6.4. Análisis financiero.

6.4.1. Análisis Financiero de la Empresa.

Al momento de recopilar la información en la empresa se encontró que no contaba con un estado financiero; sin embargo, con algunos documentos con que contaban se logró estructurar el balance general y el estado de resultado.

El estado de resultado indica que la empresa tiene una rentabilidad anual de 65%, es decir, 5.4% mensual.

En cuanto a los gastos de operación invierte el 61.29%, en servicios básicos 22.33%, en Mantenimiento y reparación 2.81%, incurre en gastos de transporte 4.74%, en Amortización de capital 3.77%, se invierten en alimentación 1.40%, y se emplean



para otros gastos un 3.4% para un total de gastos administrativos de 99.74% de inversiones efectuadas al año.

Tabla N°4. Estado de Resultados.

Pollos Las Delicias	
Estado de Resultado	
Del 03 de Sept. 2014 al 03 de Sept. 2015	
Concepto	Córdobas C\$
Ingresos por ventas	104,548.00
TOTAL INGRESOS	104,548.00
Compras de Mat. Prima	53,769.27
UTILIDAD BRUTA	50,778.73
Gastos de Operación	21,843.00
Servicios Básicos	7,960.00
Mantenimiento y Reparaciones	1,000.00
Gastos de transporte	1,690.00
Amortización de Capital	1,344.00
Alimentación	500
Otros Gastos	1,300.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	35,637.00
UTILIDAD NETA	68,911.00

Fuente: Elaboración propia.

Rentabilidad=Utilidad Neta/ ventas Netas=0. 65 (65%).



Tabla N°5. Balance General

POLLOS LAS DELICIAS			
BALANCE GENERAL			
DEL 03 DE SEPTIEMBRE 2014 AL 03 DE SEPTIEMBRE 2015			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	C\$15,000.00	Cuentas por Pagar	1,900.00
Cuentas por Cobrar	5,000.00	Préstamos Bancarios,	0
Inventario	10,000.00		0
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	30,000.00	TOTAL PASIVO CIRCULANTE	1,900.00
Activo Fijo			
Edificio	20,000.00		
		Pasivo diferido	
Transporte	1,690.00	Anticipado recibido de clientes	10,000.00
Depreciación Acumulada	(-5000)	TOTAL PASIVO DIFERIDO	10,000.00
TOTAL ACTIVO FIJO	16,690.00	Total pasivo	11,900.00
		Capital Social	
		TOTAL CAPITAL	34,790.00
TOTAL ACTIVO	46,690.00	TOTAL PASIVO + CAPITAL	46,690.00

Fuente: Elaboración propia.

Rotación de activos= Ventas/Activos

Rotación de activos = $104,548.00 / 46,690.00 = 2.23\%$

Interpretación

Estos resultado nos indican que en un año los activos de la empresa rotan 2.23 veces, lo que podemos traducir a días para lo cual dividimos $360 / 2.23$ nos da como resultado que A los activos de la empresa rotan 161 días estos se están convirtiendo en efectivo.

Prueba Acida= Activos Corriente – Inventario / Pasivo corriente.

Prueba Acida= $30,000.00 - 10,000.00 / 1,900.00 = 10.52\%$.



Interpretación.

Quiere decir que por cada peso que debe la empresa, dispone de 10.52 centavos para pagarlo, es decir que esta empresa está en condiciones de pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo sin vender sus mercancías.

Mediante el análisis realizado al Estado de Resultado y al Balance General podemos decir que a pesar que Granja Las Delicias hasta la actualidad no cuenta con estados financieros siendo esta una empresa empírica, está siendo rentable

6.5. FODA

FODA que presento Granja avícola Las Delicias

Fortalezas	Oportunidades
Se cuenta con Instalaciones propias	Aceptación del producto por el mercado
Fuerte responsabilidad social de la empresa	El mercado está creciendo
Calidad del producto final	Oportunidad de mejorar los costos
No se tiene rechazo por calidad del producto	Rubro de ciclo corto y por ende oportunidad de crecer
	Posibilidades de acceder a créditos
	Existencia de empresa que distribuyen materia prima en la zona
Debilidades	Amenazas
Pocos recursos económicos	Condiciones climáticas adversas
Falta de capacitación	
Instalaciones pequeñas	Alto índice de delincuencia.
Poca Comunicación	
Poca experiencia en la comercialización	
No cuentan con vehículo propio.	
Equipo y local no asegurado	



6.5.1. Análisis de Matriz FODA.

	<p>Fortaleza F</p> <p>F1 .Instalaciones propias.</p> <p>F2.Fuerte responsabilidad social de la empresa.</p> <p>F3.Calidad del producto final.</p> <p>F4.No se tiene rechazo por calidad del producto.</p>	<p>Debilidades D</p> <p>D1.Pocos recursos económicos.</p> <p>D2.Falta de capacitación.</p> <p>D3.Instalaciones pequeñas.</p> <p>D4.Poca Comunicación</p> <p>D5.Poca experiencia en la comercialización.</p> <p>D6. No cuentan con vehículo propio.</p> <p>D7.Equipo y local no asegurado</p>
<p>Oportunidades O</p> <p>O1.Aceptación del producto por el mercado.</p> <p>O2.El mercado está creciendo.</p> <p>O3.Oportunidad de mejorar los costos.</p> <p>O4.La competencia es débil.</p> <p>O5.Posibilidades de acceder a créditos</p> <p>O6. Rubro de ciclo corto y por ende oportunidad</p>	<p>Estrategias F.O</p> <p>FO1.Mantener la calidad del producto para ser estable en el mercado (O1-F4-O4).</p> <p>FO2.Diversificar las oportunidades de crecer mediante la calidad del producto final. (F3-O3-O6)</p>	<p>Estrategia D-O</p> <p>DO1. El acceso a crédito para crecimiento en mercado e incrementar los recursos económicos. (D1-O5).</p> <p>DO2.Proponer a la granja que aproveche la oportunidad de la existencia de materia prima en la zona para no incurrir en gastos. (D6-O7).</p>



<p>de crecer.</p> <p>O7.Existencia de empresa que distribuye materia prima en la zona.</p>		
<p>Amenazas A.</p> <p>A1.Condiciones climáticas adversas.</p> <p>A2.Alto índice de delincuencia.</p>	<p>Estrategias FA</p> <p>FA1.Reforestar el área donde está ubicada la granja. (F1-A2).</p> <p>FA2.Mantener los precios accesibles al consumidor, brindando un excelente servicio al cliente. (F4-A1-F2).</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>DA1.Asegurar los equipos de la granja contra robos y siniestros (D7-A2-A3).</p> <p>DA2.Penetración en el mercado.(D3-A1)</p>

La matriz FODA es una herramienta de ajuste importante que ayuda a las socias de la granja a crear cuatro tipos de estrategias:

FO Utilizando las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades externas, las estrategias DO mejorando las habilidades internas de la Granja al aprovechar las oportunidades externas, las estrategias FA utilizando las fortalezas internas de la Granja para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas y las estrategias DA como tácticas defensivas que tienen como propósito reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas.



6.6. ESTRATEGIAS PARA LA EMPRESA.

- **Estrategias N°1: Mejorar las actividades en el proceso de producción y Comercialización.**

Objetivo: Emplear nuevas técnicas que ayuden al mejoramiento y proceso que efectúa Granja Avícola.

Actividades:

- Buscar nuevas rutas de comercialización.
- Ampliar las instalaciones para el proceso de sacrificio de pollo.
- Dentro de la Penetración en el mercado, intentando que los productos de la empresa se utilicen más intensamente dentro de los mercados que ya posee.
- Lanzar promociones durante la venta del producto.

- **Estrategia N°2: Orientar a la Granja a mejorar los factores técnicos que la afectan.**

Objetivo: Dar conocer los medios como la empresa puede ser más rentable.

Actividades:

- Intensidad en la inversión.
- Incrementar la cantidad de producción.
- Implantar nuevos productos.
- Cavar un pozo artificial en el área donde está ubicada la granja.

- **Estrategia N°3. Mejorar la calidad productiva.**

Objetivo: Proponer a la Granja actividades básicas como puede mejorar la calidad del producto.

Actividades:

- Desinfectar los lugares donde están ubicados los pollos.



- Procurar que el agua al nivel de bebederos este siempre fresca y limpia.
 - Estimular el consumo de alimento continuamente.
 - Realizar una comisión de higiene y seguridad ocupacional.
 - Usar técnicas adecuadas de vacunación que garantice una buena cobertura en las aves y evitar reacciones severas postvacunales.
 - Adecuar mejor el área donde se lleva el sacrificio del pollo para evitar contaminación del producto final.
 - Que el personal que se dedica a realizar el proceso de producción utilice los equipos necesarios.
- **Estrategia N°4. Aumentar el porcentaje destinado para inversión en infraestructura.**

Objetivo: Fomentar el crecimiento estructural de La Granja.

Actividades:

- Adquirir materiales de producción que nos ofrece la tecnología.
- Optar a nuevos créditos buscando el fiador más competente en cuanto a plazos e intereses a pagar.



VII. CONCLUSIONES.

Granja Avícola Las Delicias está ubicada en el Municipio de San Nicolás es una microempresa formada a partir de la iniciativa de cuatro jóvenes emprendedoras dispuestas a la actividad de producción y comercialización de pollos de engorde, se caracteriza por practicar los valores como:

- Compromisos: entregando nuestro mayor esfuerzo en el logro de los objetivos de la microempresa y la satisfacción de los clientes, mediante la responsabilidad y lealtad con las compañeras y los proveedores.
- Integridad: actuamos conforme a altos valores morales para brindar mayor seguridad confianza a nuestros clientes y proveedores.
- Comunicación: trabajamos con un sistema fluido de comunicación para el mejoramiento continuo.
- Trabajo en Equipo: trabajamos en conjunto las actividades para alcanzar los objetivos de la empresa de manera responsable.
- Responsabilidad: comprometidos con el servicio de calidad a los demás y asumimos responsabilidad de nuestras acciones.

A pesar de las consecuencias que causo el incremento de la energía eléctrica y la mala interpretación al momento de adquirir el préstamo y demás factores, la Granja supo afrontar esta problemática y seguir con su funcionamiento. Efectuando el pago de una manera rápida conociendo a la vez las diversas maneras y políticas que se deben establecer al momento de optar a un crédito y de esta forma creando seguridad en cuanto al buen funcionamiento de la Granja.

En conclusión es importante retomar que la avicultura en Nicaragua tiene un creciente desarrollo y cuenta con un mercado seguro tanto en el país como en el extranjero que crece a un buen ritmo satisfaciendo las necesidades de familias de escaso recursos económicos.



Cabe mencionar que en las actividades del sector avícola las familias tienen facilidades y oportunidades para implantar su propio negocio debido que nos e requiere de gran cantidad de inversión para empezar operaciones.



VIII. RECOMENDACIONES.

- Que la presente investigación sirva como esencia de estudio para sobresalir de las problemáticas que presentó la Granja.
- Inscribirse en la Alcaldía
- Darles seguimiento año con año al estado de resultado y balance general Propuesto.
- Buscar financiamiento a largo plazo para mejoras en infraestructura y adquisición de nuevos materiales para la producción.
- Capacitar al menos dos veces al año a las socias que no poseen conocimientos acerca de cómo producir y comercializar el producto.
- Mejorar el cuidado y el mantenimiento de las instalaciones de la granja avícola.
- Incrementar el crecimiento de la producción para lograr abastecer el municipio.
- Capacitar a una persona para que lleve a cabo estas actividades en el proceso administrativo y /o contratar a un administrador.
- Buscar nuevos socios para invertir en la granja y lograr ventajas competitivas en cuanto al crecimiento de esta.
- Poner en práctica las estrategias Propuestas.



IX. BIBLIOGRAFÍA.

Acuña, H. F. (2002). Manual Agropecuario. Bogotá, Colombia: IBALPE.

ANAPA. (1997). Avicultura.

Altagracia, L. (2012). Google. Recuperado el Miércoles de Mayo de 2015, de <http://www.eoi.es/blogs.Lorenntaltagracia/marketing-social>.

Baena, E. (Miércoles de Diciembre de 2010). Aprendeconomia. Recuperado el Lunes de Junio de 2015, de <http://aprendeconomia.wordprees.com>.

Blanchard, O., & Pérez, D. (2000). Macroeconomía. Prentice Hall.

Carbo, C. B. (1996). Avicultura Gallinas y Pollos. Bracelona (España): Obra Oceano.

Cartier Enriques, N. (2000). Eco.unne.edu.ar. Recuperado el Lunes de Mayo de 2015, de <http://www.Eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/VIII Congreso>.

Chiavenato, I. (2001). Administración Proceso administrativo. Colombia: Mc Graw Hill.

Comunidad_Emagister. (2010). Emagister.com. Recuperado el Viernes de Junio de 2015, de www.emagister.com: <http://www.emagister.com>.

Decoop. (2007). Recuperado el Martes de Mayo de 2015, de www.decoop.cl/inicio/fomentocooperativo.<http://www.decoop.cl/inicio/fomentocooperativo>.

Definición. (2007). Recuperado el Jueves de Junio de 2015, de <http://www.definición.de/viabilidad/>.

Definición. (Sábado de Septiembre de 2014). Recuperado el Miércoles de Junio de 2015, de <http://conceptodefinición.de/avicultura/de google>.

Economía. (Miércoles de Abril de 2012). Recuperado el Viernes de Julio de 2015, de <http://www.economia.ws/liquidez.php> de google.

Ecured. (2005). .Ecured.cu. Recuperado el lunes de Mayo de 2015, de <http://www.Ecured.cu/index.php/Avicultura>.



Emprendices. (07 de Agosto de 2010). emprendices. Recuperado el lunes de mayo de 2015, de <http://www.Emprendices.co/estrategias-de-crecimiento-empresarial/>

Empresa Las Delicias. (2014). Proceso de producción. Estelí-Nicaragua.

Enciclopedia , F. (Martes de Marzo de 2010). Recuperado el Jueves de Julio de 2015, de <http://www.encyclopediainanciera.com/indicadores-financieras.htmdegoogle>.

FAO. (2008). .Fao.org. Recuperado el lunes de Mayo de 2015, de <http://www.Fao.org/docrep>.

Fleitman, J. (2000). Negocios Exitosos: como empezar, administrar y operar eficientemente un negocio. México: McGraw-Hill Interamericana.

Gerencia. (2007). De gerencia.com. Recuperado el Martes de Mayo de 2015, de <http://www.degerencia.com/emprendedores-y-pequeñas-empresas>.

Gestiopolis. (Lunes de Junio de 2006). Recuperado el Viernes de Julio de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/que-so-crecimiento-economico-y-desarrollo-economico-se-relaciona/de-google>.

Gonzalo Cortés, E. (1994). Atlas Agropecuario. Costa Rica.

Gutiérrez, L. C. (2002). Manual Agropecuario. Bogotá, Colombia: IBALPE.

Kotler. (2003). En Dirección de marketing (pág. 10). México. Pearson Educación.

López, L. (Sabado de Octubre de 2013). Google. Recuperado el Miércoles de Junio de 2015, de <http://www.Importancia-de-la-avicultura-en-nicaragua//>

Mercado Vargas, H., & Palmerin Cerna, M. (2007). Eumed.net. Recuperado el Lunes de Junio de 2015, de <http://eumed.net//librosd-gratis/pymes.htm>

Munch, L. G. (2005). Fundamentos de la Administracion. México.

Significados. (Viernes de Enero de 2008). Recuperado el Lunes de Juio de 2015, de <http://significados.com/estrategia/>.



Significados, F. (2010). Google. Recuperado el Viernes de Junio de 2015, de <http://www.significados.com./foda/>

Suttle, R. (2003). Pyme. Recuperado el lunes de Mayo de 2015, de <http://www.Pyme.Lavoztx.com/definición-de-proyección-de-ventas.>

Wehrich, H., & Koontz, H. (2004). Administración. México: Mc Graw Hill.



ACRONIMOS:

SGR: Sociedad de Garantía Recíproca.

INE: Instituto Nicaragüense de Energía.

ENATREL: Empresa Nacional de Transmisión Eléctrica.

PROGA: Programa de Gestión Agrícola.

R.S: Responsabilidad Social.

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas.



X. ANEXOS.

Anexo N°1. Matriz de categorías y subcategorías.

Anexo N°2. Guía de Entrevistas.

Anexo N°3. Guía de Observación.

Anexo N°4. Acta Constitutiva de la Granja.

Anexo N°5. Cronograma de Actividades.

Anexo N°6. Ilustraciones.

Ilustración N°1. Pollos de un día de nacidos.

Ilustración N°2. Vacunación de pollos.

Ilustración N°3. Pollos de cuatro semanas.



Anexo N°1 Matriz de categoría y subcategorías.

SÍNTOMA	CAUSA	PRONÓSTICO	CONTROL PRONÓSTICO
Limitación en la adquisición de materia prima	Falta de financiamiento para la inversión	No se abastece suficientemente a los pedidos de los clientes	Definir las políticas que brinden aportes a una mejor fuente de financiamiento
Disminución en la cantidad productiva	Muerte en una parte significativa de los pollos	Baja en la cantidad objetiva a producir	Equilibrar la cantidad que se va a producir
No se ha distribuido a mercados del departamento	No se produce la cantidad suficiente para abastecerlos	Falta de capital contable	Formar cooperativas para la adquisición de nuevos fondos
Pago por servicios recibidos alterados	Uso inadecuado de la energía	Desequilibrio de los fondos para solventar estos gastos	Solicitar inspección al medidor de energía



ANEXO Nº 2 Guía de Entrevistas.

Estudiantes de V año de la carrera de Administración de Empresas de Universidad Nacional de Nicaragua la FAREM Estelí, están realizando una investigación acerca del posicionamiento que tiene la granjas avícolas en el Municipio.

Tesis: “Análisis de la viabilidad económica para el mejoramiento del crecimiento empresarial de la Granja Avícola Las Delicias en el Municipio de San Nicolás durante el periodo 2015”

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad la recolección de datos para realización de resultados y conclusión acerca del tema de investigación.

I. Información General

Nombre del entrevistado: _____

Fecha: _____ Hora: _____

II. Historia de la empresa.

1. ¿Cuándo se fundó la empresa?
2. ¿Quiénes fueron los precursores?
3. ¿Cómo surgió la granja avícola en el municipio de San Nicolás?
4. ¿Pertenece a alguna organización? ¿Están asociados?
5. ¿Qué tipo de negocio es?
6. ¿Cuenta la empresa con misión y visión?
7. ¿Cuál es la estructura legal de la empresa (Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, etc.)? .
8. ¿Quiénes son los propietarios de la empresa y qué experiencia tienen?
9. ¿Con cuánto capital de trabajo inicio su empresa?
10. ¿Cuántos trabajadores conforman la empresa?



III. Funcionamiento de la granja avícola.

11. ¿Cómo ha ido creciendo la actividad en este año?
12. ¿Qué problemas han tenido respecto a la adquisición de materia prima?
13. ¿Qué leyes los rigen para realizar esta actividad?
14. ¿Cómo ha sido el proceso de comercialización?
15. ¿Cuántos clientes aproximados conforman esta empresa?
16. ¿Qué necesidades del mercado cubren con sus productos?
17. ¿Cómo están posicionados con los productos ó servicios y cuáles son los beneficios para los clientes?

IV. Factores técnicos que afectan la granja avícola.

18. ¿Qué dificultades ha presentado la granja durante este año?
19. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de la granja avícola?
20. ¿Qué requisitos debe de cumplir la empresa para que puedan otorgarles crédito?
21. ¿Cree que el alza en la energía ha afectado a su empresa? ¿Porque?
22. ¿Han realizado arreglo de pago para solventarlos?
23. ¿Considera que las instalaciones son aptas para crecer como mercado?
24. ¿Cómo se ha beneficiado la empresa con el financiamiento que obtienen?
25. ¿Qué estrategias de crecimiento tiene previstas como empresa?

V. Controles de calidad de la granja.

26. ¿Cuáles son los controles de calidad que implementa granja las delicias?
27. ¿Qué medidas toman al momento de producir la carne?
28. ¿Han innovado con nuevos productos?
29. ¿Se ha invertido en infraestructura?
30. ¿Qué técnicas se han empleado para mejorar su producción?
31. ¿Destina la empresa un porcentaje de sus ventas para la publicidad?
32. ¿Qué tipo de publicidad realiza?



Anexo N°3.Guia de Observación.

Puntos a Observar	Apreciación sintética del observador			
	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Atención	X			
Comunicación		X		
Coordinación			x	
Liderazgo		X		
Motivación		X		
Comercialización			x	
Condiciones		X		
Producciones	X			
Infraestructura			x	



ANEXO Nº 4. ACTA CONSTITUTIVA DE LA INICIATIVA:

Pollo Las Delicias

En la comunidad de Quebrada de Agua en el municipio de San Nicolás del departamento de Estelí a las 23 del día martes del mes de septiembre del año 2014 las Jóvenes abajo firmantes hemos celebrado asamblea de constitución, una vez realizado el debate y por votación unánime, acordamos lo siguiente:

PRIMERO:

*Constituir la **iniciativa Pollo Las Delicias**”, que se identificara con las siglas Las Delicias como una iniciativa que se dedicara a desarrollar actividades dirigidas, a la producción ,engorde ,destace, comercialización siendo el domicilio legal la comunidad de Quebrada de agua en el municipio de San Nicolás, en el departamento de Estelí.*

SEGUNDO:

Nosotros/as miembro de la iniciativa **POLLO LAS DELICIAS** somos los siguientes:

Nº	Nombre y Apellidos	Cedula	Oficio	Domicilio	Estado civil	Firma
1	Aura Elieth Ruiz Mayorga	166-250294-0001U	Empresaria	Quebrada de Agua	soltera	
2	Yerling Marisela Joya Blandon	166-040289-0001B	Empresaria	Quebrada de agua	Casada	
3	Keylin Sofia Arauz Rocha	166-040693-0001F	Empresaria	Quebrada de agua	casada	
4	Fátima del Rosario Ruiz Fuente	166-131290-0000E	Empresaria	Quebrada de agua	soltera	

TERCERO:

Suscribir un patrimonio inicial de C\$ 72,958.00 (setenta y dos mil novecientos cincuenta ocho córdobas netos) constituido por: fondo de premio 26629.00, fondo de donación 43,829.00 fondo de aporte local 2500.00, con la siguiente distribución.

CUARTA:

Elegir a los y las integrantes de nuestra iniciativa, los cuales quedan constituidos de la siguiente manera:



Nº	Nombre y Apellidos	Cedula	Femenino	Patrimonio inicial.			
				Fondos premios	Fondos donados	Aporte	Total
1	Aura Elieth Ruiz Mayorga	166-250294-0001U	X	6,657.25	10,957.25	625.00.00	18,239.5
2	Yerling Marisela Joya Blandon	166-040289-0001B	X	6,657.25	10,957.25	625.00.00	18,239.5
3	Keylin Sofia Arauz Rocha	166-040693-0001F	X	6,657.25	10,957.25	625.00.00	18,239.5
4	Fátima del Rosario Ruiz Fuente	166-131290-0000E	X	6,657.25	10,957.25	625.00.00	18,239.5
Total				26,629.00	43,829.00	2500.00.00	72,958.00

Junta directiva de la iniciativa

PRESIDENTE/A:	AURA ELIETH RUIZ MAYORGA
VICEPRESIDENTE/A :	YERLIN MARISELA JOYA BLANDON
SECRETARIO/A :	KEYLIN SOFIA ARAUZ ROCHA
TESORERO/A:	FATIMA DEL ROSARIO RUIZ FUENTE

De igual manera se procedió a elegir a los y las representantes legales de gestión de nuestra iniciativa: **quedando esta de la siguiente manera:**

1. AURA ELIETH RUIZ MAYORGA
2. FATIMA DEL ROSARIO RUIZ FUENTES

QUINTA:

ROLES Y RESPONSABILIDADES DEL PRESIDENTE/A

1. Convocar apoyado por el secretario(a) a las reuniones presidiendo dichos actos.
2. Realizar todas las actividades, gestiones y autorizaciones que requieran su firma y/o presencia como representante legal de la iniciativa
3. Ejecutar los actos de representación del consejo de administración



4. Las otras facultades otorgadas por los estatutos, los reglamentos internos, la asamblea general o las disposiciones legales vigentes.

DEL VICEPRESIDENTE/A

1. El vicepresidente actuará de adjunto del presidente o presidente, asumiendo las funciones que específicamente este le delegue y actuará en su ausencia como suplente con las mismas facultades y deberes que le asignan el reglamentos.

DEL SECRETARIA

1. Anotar en los libros de actas de reuniones todo lo concerniente a las mismas.
2. Llevar el registro de los y las socias, sus altas y bajas.
3. Recibir en nombre de la iniciativa, todas las constancias, correspondencias, solicitudes y documentos en general.
4. Custodiar toda la documentación interna de la iniciativa
5. Preparar junto con el presidente o la presidenta los informes.
6. Las otras que le asignen

DEL TESORERA.

1. El control contable de todas las actividades de la iniciativa.
2. La custodia de los títulos y derechos de la iniciativa, la documentación bancaria, y otros de naturaleza similar.
3. Firmar junto con el presidente o presidenta los documentos de salida de fondos de la iniciativa y en general aquellos que la iniciativa resulte obligada económicamente con terceros (deudas).
4. Presentar periódicamente informes contables y económicos sobre la situación de la iniciativa.
5. Los que expresamente le asignen.



Fotografía N°1. Pollos de 1 semanas



22/09/2015. Norely Avilez

Fotografía N°2. Vacunación de pollos.



24/09/2015 Keylin Aràuz



Fotografía N°3 Pollos de 4 Semanas.



15/10/2015 Norely Avilez



ANEXONº5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

Actividades	Mes	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Agosto				Sept				Octubre				Noviembr				Diciembr				Enero				
	Semana	I	I	II	IV	I	I	II	IV	I	I	III	IV	I	I	III	IV	I	I	III	IV	I	I	III	IV	I	I	III	IV	I	I	III	IV	I	I	III	IV	I	III	V		
Línea de Investigación																																										
Elección del tema de Investigación																																										
Visitar la microempresa																																										
Recolección de la información																																										
Planteamiento del Problema																																										
Planteamiento de la Justificación																																										
Redacción del marco Conceptual.																																										
Redacción del Cuadro de Operacionalización de los objetivos																																										
Elaboración del diseño metodológico e instrumentos																																										
Trabajo de Campo																																										
Procesamiento de las Entrevistas																																										
Análisis de los Resultados																																										
Redacción del trabajo Final																																										

