



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA
AVÍCOLA EN LA COMUNA RÍO SECO, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2022

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

Edward Xavier Pozo Pozo

LA LIBERTAD – ECUADOR

FEBRERO – 2023



Estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena, año 2022

AUTOR:

Edward Xavier Pozo Pozo

TUTOR:

Ing. Hugo Álvarez Plua. MBA

Resumen

El presente trabajo investigativo surge con la necesidad de optar por un emprendimiento local realizando una actividad avícola que fomente el desarrollo de la comunidad, se plantea el objetivo de realizar un estudio de mercado para la creación de una granja avícola, conocer la situación actual del mercado y posibles clientes potenciales existentes en la comuna Río Seco, se pretende evidenciar mediante la realización de un negocio la contribución comercial tanto para los emprendimientos existentes y futuros. Así como también identificar la oferta y demanda que existe, en consecuencia, se consideró a los habitantes como objeto de estudio, no obstante, se realizó un análisis enfocado a las tiendas existentes. Con la aplicación de los instrumentos los resultados fueron oportunos para el cumplimiento de los objetivos planteados, ante la inexistencia de una organización enfocada en esta área, los datos indicaron la aceptación de la población sobre la creación de un negocio en la localidad, así también, se identificó posibles clientes potenciales lo cual indica factible teniendo en cuenta factores y aspectos como precio, ubicación, puntos de venta, canales de información y calidad de productos, puntos relevantes para la ciudadanía. En conclusión, a través del desarrollo de esta investigación se afirma que es favorable la idea planteada.

Palabras claves: Estudio de mercado, oferta, demanda, creación de negocios, clientes potenciales.



**Market study for the creation of a poultry farm in Río Seco community,
province of Santa Elena, year 2022**

AUTOR:

Edward Xavier Pozo Pozo

TUTOR:

Ing. Hugo Álvarez Plua. MBA

Abstract

The present investigative work arises with the need to opt for a local enterprise carrying out a poultry activity that promotes the development of the community, the objective of carrying out a market study for the creation of a poultry farm is set out, to know the current situation of the market and possible existing clients in the Río Seco commune, it is intended to demonstrate the commercial contribution for both existing and future ventures by carrying out a business. As well as identifying the supply and demand that exists, consequently, the inhabitants were missed as an object of study, however, an analysis focused on the existing stores was carried out. With the application of the instruments, the results were opportune for the fulfillment of the proposed objectives, in the absence of an organization focused on this area, the data indicated the acceptance of the population on the creation of a business in the locality, as well as, Potential clients were identified, which indicates feasible taking into account factors and aspects such as price, location, points of sale, information channels and product quality, relevant points for citizens. In conclusion, through the development of this research it is affirmed that the idea raised is favorable.

Keywords: Market study, supply, demand, business creation, potential customers.

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA COMUNA RÍO SECO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022, elaborado por el Sr. Edward Xavier Pozo Pozo, egresado(a) de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas., declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Hugo Álvarez Plua. MBA.

Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la Comuna Río Seco, Provincia de Santa Elena, año 2022**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Edward Xavier Pozo Pozo, con cédula de identidad número 2400325573 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Edward Pozo
f.....

Edward Xavier Pozo Pozo

C.C. No.: 2400325573

Agradecimientos

Principalmente agradezco a Dios por permitirme. vivir y compartir con personas maravillosas a las cuales aprecio mucho, gracias a él he logrado realizar este trabajo de investigación, tener fortaleza para desarrollarlo y superar todos los obstáculos que puedan presentarse.

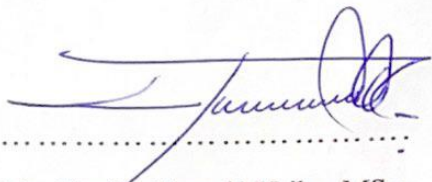
De igual forma, agradezco a mis padres María, Eduardo y familia en general por siempre creer en mí y ser un pilar fundamental en mi etapa universitaria. Además, mencionar a mis amigos, los cuales muy discretamente siempre me apoyaron y mostraron el cariño necesario para mantenerme firme hacia mis objetivos. Me siento muy dichoso por cada uno de los involucrados en esta etapa estudiantil solo puedo decirles, gracias por creer en mí.

EDWARD POZO

Dedicatoria

Dedico este trabajo investigativo a mis padres quienes estuvieron cuando inició este proceso, a mis amigos quienes siempre me han brindado consejos para mantener mi enfoque y cumplir un objetivo muy deseado. Siento una satisfacción inmensa por culminar este proceso por tal motivo, sin excepciones quiero extender mi dedicatoria a todas las personas que han mostrado confianza en mí.

EDWARD POZO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. Xavier Tomalá Uribe. MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



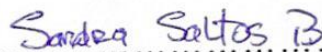
Ing. Giovanni Palacios Meléndez, Mgs.
PROFESOR ESPECIALISTA



Econ. Hugo Alvarez Plua, MBA.
PROFESOR TUTOR



Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC



Lic. Sandra Saltos Burgos
SECRETARIA

Tabla de contenido

Introducción	12
Capítulo I. Marco referencial	16
Revisión de literatura.....	16
Desarrollo de teorías y conceptos.....	18
Estudio de mercado.....	18
Creación de negocio.....	20
Fundamentos legales	24
Capítulo II. Metodología.....	28
Diseño de la investigación.....	28
Métodos de la investigación	28
Población y muestra	29
Población para la ficha no estructurada.....	29
Población para encuesta	29
Muestra	29
Muestra del estudio	30
Recolección y procesamiento de datos.....	30
Capítulo III. Resultados y discusión	32
Análisis de datos ficha de observación no estructurada.	32
Análisis de datos recolectados a través de las encuestas realizadas a los habitantes de la comuna Rio Seco	33
Discusión.....	52
Conclusiones	53
Recomendaciones.....	54
Referencias.....	55

Índice de tablas

Tabla 1 Edad de encuestados	33
Tabla 2 Género de los habitantes encuestados.	34
Tabla 3 Consumo de los habitantes.	35
Tabla 4 Motivo de consumo	36
Tabla 5 Lugar de compra	37
Tabla 6 Aspectos considerados	38
Tabla 7 Cantidad habitual	39
Tabla 8 Precios estimados	40
Tabla 9 Río seco, lugar idóneo para una granja avícola	41
Tabla 10 Ubicación, factor relevante para captación de clientes	42
Tabla 11 Impacto ambiental	43
Tabla 12 Otros productos	44
Tabla 13 Compra directamente a la granja avícola	45
Tabla 14 Distribución a tiendas	46
Tabla 15 Capacidad de tiendas	47
Tabla 16 Precios del mercado	48
Tabla 17 Medios de difusión	49
Tabla 18 Medios de difusión	50
Tabla 19 Actividades para la captación de clientes	51

Índice de figuras

Figura 1 Edad de encuestados.	33
Figura 2 Género de los habitantes encuestados.	34
Figura 3 Consumo de los habitantes.	35
Figura 4 Motivo de consumo.	36
Figura 5 Lugar de compra.	37
Figura 6 Aspectos considerados.	38
Figura 7 Cantidad habitual.	39
Figura 8 Precios estimados.	40
Figura 9 Río seco, lugar idóneo para una granja avícola.	41
Figura 10 Ubicación, factor relevante para captación de clientes.	42
Figura 11 Impacto ambiental.	43
Figura 12 Otros productos.	44
Figura 13 Compra directamente a la granja avícola.	45
Figura 14 Distribución directamente a tiendas.	46
Figura 15 Capacidad de tiendas.	47
Figura 16 Precios del mercado.	48
Figura 17 Medios de difusión.	49
Figura 18 Medios de difusión.	50
Figura 19 Actividades para la captación de clientes.	51
Figura 20 Solicitud de validación de instrumentos.	58
Figura 21 Certificado de validación de instrumentos.	59
Figura 22 Ficha de informe de opinión de expertos.	60
Figura 23 Tabulación de la encuesta.	66
Figura 24 Ficha de observación.	67
Figura 25 Evidencia de las tutorías.	70
Figura 26 Evidencia tutorías finales.	71
Figura 27 Matriz de consistencia	72
Figura 28 Cronograma del trabajo de integración curricular.	73

Introducción

En la actualidad el sector avícola tiene un gran alcance a nivel internacional por la existencia de empresas que consumen productos de este ámbito para la producción de ciertos alimentos, el aumento de la economía o la sociedad son factores que impulsan la mayor demanda por consiguiente existen mayor aceptación en el mercado para las nuevas empresas, por esto los emprendedores optan por aprovechar oportunidades mediante proyectos que sean netamente locales y sea un beneficio para el sector.

En Ecuador, los productos avícolas (carne de pollo y huevos) son consumidos en todos los hogares del país, convirtiendo a la avicultura es una de las actividades más rentables y requeridas del sector agropecuario, es así que esta se lleva a cabo en tres regiones: Costa, Sierra y Amazonía, cabe indicar que por la sensibilidad de la zona en la región Insular o Galápagos las condiciones para establecer granjas avícolas son muy estrictas acorde a lo establecido por agrocalidad responsable de la emisión de permisos y certificaciones.

Con respecto al desarrollo de la provincia y al aumento de población, las actividades como crianza de animales son controladas por las autoridades, puesto a que representan incomodidad en un sector que con el paso del tiempo crece y los espacios son limitados para la realización de actividades que involucran ruido, olores y riesgos de salud.

El estudio de mercado para la creación de una granja avícola surge de la necesidad de los habitantes de la comuna, que con el pasar del tiempo se vuelve un poco complejo mantener sus propios espacios para la producción de huevos en pequeña escala, esto surge como una oportunidad para la creación de un emprendimiento que mantenga la esencia de la comuna generando ingresos, contribuyendo con el desarrollo del sector y brindando un producto sano, nutritivo y que se encuentre en la misma comunidad.

En el **planteamiento del problema**, se indica que en la provincia de Santa Elena existen muchos emprendimientos direccionados al sector avícola, normalmente los emprendimientos son creados de forma empírica, sin un estudio previo, independientemente de su sector, los emprendimientos suelen encontrar problemas en

la ejecución, es por ello que este trabajo plantea conocer con un estudio previo la acogida en el sector y determinar si el mercado es adecuado para la comercialización del producto.

De tal manera de acuerdo con lo mencionado anteriormente en la provincia existen pocas comunidades que registren emprendimientos en esta área, una de estas es la comuna Río Seco que al estar ubicada en un sector rural es necesario conocer el mercado donde se espera ingresar y a los clientes potenciales, que se espera tener la certeza de que hay posibilidades de aceptación donde el emprendimiento pueda desarrollarse y obtener una orientación de como iniciar o mejorar la ejecución.

Con la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco se espera contribuir con el desarrollo social y económico del sector, beneficiando a los habitantes de la comuna mediante un emprendimiento local. Previamente es necesario la realización de un estudio de mercado para identificar el nivel de aceptación que los habitantes tengan sobre este proyecto, las condiciones y clientes potenciales que existan en el sector.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, se realiza la **formulación del problema** mediante la siguiente pregunta y continuar con la investigación: ¿De qué manera aporta la realización de un estudio de mercado a la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco?

De tal manera, en base a lo mencionado, se establece la **sistematización del problema** con las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es la situación actual del mercado en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena?
- ¿Qué factores intervienen para el desarrollo de este proyecto en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena?
- ¿Existen clientes potenciales que impulsen el desarrollo de este proyecto en la comuna Río Seco?

Por consiguiente, para dar respuesta a la interrogante de la investigación antes mencionada, se plantean los siguientes objetivos. Seguidamente se menciona el

Objetivo general:

- Desarrollar un estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena.

Posteriormente, para obtener resultados precisos y concretos, se establecieron **objetivos específicos**, mismos que se plantea para dar cumplimiento al objetivo general de la investigación.

- Identificar la existencia de oferta y demanda para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena.
- Analizar los factores que intervienen para la creación de este proyecto en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena.
- Determinar la aceptación de clientes potenciales para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena.

Este trabajo de investigación tiene como **justificación** que, con la realización de un estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena, busca la comercialización de huevos al por mayor y menor en el sector, se realiza con la finalidad de facilitar obtener huevos sin la necesidad de tener pequeñas granjas improvisadas que pongan en riesgo la salud de las familias y comunidad.

La granja avícola, independientemente de aportar alimentación saludable a las personas, también beneficiará al desarrollo de la comuna, tanto económico y social, con un producto local en gran producción posteriormente se generarían opciones de emprendimientos optando el producto como materia prima, con ello la creación de una granja ayudaría mucho al aprovechamiento del entorno para realizar futuros proyectos.

El presente trabajo de investigación se basa en un tipo de investigación descriptivo con un enfoque cuantitativo utilizando métodos como el analítico e inductivo, considerando como técnica de recolección de datos la encuesta.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, se plantea la siguiente **idea a defender:**

A través de la idea a defender se procura reflejar una posición de defensa ante el presente trabajo investigativo, en donde se dará a conocer la postura de otras investigaciones que han servido como referencia mostrando un enfoque similar. Sin embargo, para fundamentar la postura de defensa se obtuvieron datos a través de los instrumentos aplicados para analizar el aporte significativo que tiene un estudio de mercado.

-El estudio de mercado contribuye a la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena.

Se establece la **variable dependiente**: estudio de mercado, de la misma manera la **variable independiente**: creación de un negocio.

La estructura del presente tema de trabajo de titulación se desarrolla de esta manera:

El capítulo I, está constituido por los antecedentes y bases teóricas que en conjunto hacen el marco teórico donde se detallan cada una de las variables, dimensiones e indicadores con el desarrollo de las conceptualizaciones relacionadas a la temática. Así como también se encuentran los fundamentos legales.

Dentro del **capítulo II**, se encuentra toda la metodología de estudios como los métodos, tipos de investigación, diseño de muestreo y las técnicas de recolección de datos para así apoyar a la propuesta y alternativas para adoptar a la problemática.

Así mismo, dentro del **capítulo III**, se presentan los resultados de la investigación, el análisis de datos y discusión, con las limitaciones encontradas y alcanzadas.

Finalmente, se detallan las conclusiones a lo que se llegó este trabajo de investigación con sus respectivas recomendaciones del mismo.

Capítulo I. Marco referencial.

Revisión de literatura.

Considerando el estudio de investigación ejecutado por la autora Méndez (2017), quien hace referencia en su trabajo titulado *“Estudio de pre- factibilidad para la implementación de una granja de gallinas ponedoras en la provincia de Chincha”*, donde el objetivo principal es determinar la viabilidad técnica, social y de mercado para la implementación de una granja de gallinas ponedoras en la provincia de Chincha. Por otro lado, para la elaboración de la metodología se utilizó una investigación descriptiva y explicativa, brinda información sobre las variaciones de los precios de los insumos, sus instrumentos utilizados para la obtención de información es la encuesta. Y concluye mencionando que el huevo es un alimento que contiene alto nivel de proteínas nutritivas y a un precio económico, esto hace que sea factible en países en desarrollo y con altos índice de pobreza en Perú.

En cuanto, al mencionar el estudio de factibilidad, cabe mencionar la implementación y mención en el trabajo investigativo de capacidad económica para su realización, sin embargo, también tiene características similares al enfoque del estudio a realizar, el trabajo como referencia también realiza un enfoque hacia el mercado, por ende, uno de sus análisis es la capacidad de los ciudadanos para optar a una granja avícola como organización en la ciudad mencionada. Uno de los aspectos también a considerar es el enfoque nutricional de los productos, los cuales es la principal temática publicitaria, con ello la captación de clientes puede ser más eficientes.

En el siguiente trabajo de investigación, Cáceres & Vargas (2019), realizaron un *“Análisis comparativo del estudio de mercado para la pre factibilidad de establecer una granja avícola productora de huevos en la ciudad de Arequipa”* este tema de investigación tiene como objetivo concretar mediante un análisis comparativo de estudio de mercado la factibilidad para establecer una granja avícola productora de huevos en la ciudad de Arequipa, contiene métodos de investigación cualitativa no experimental acompañado con un nivel de investigación básica, teórica y científica, la información importante se centra en satisfacer las necesidades de los consumidores mediante procesos, métodos y estrategias para la implementación de una granja avícola, en conclusión, este estudio menciona que a través de la información analizada,

existen clientes potenciales considerados como demandas la cual hace factible ofrecer la creación de la misma.

Con la realización de un análisis comparativo de dos trabajos investigativos se opta por conocer los aspectos, factores y limitantes que obtuvieron ambos estudios, esto puede evidenciar con mayor eficiencia los datos con porcentajes más eficaces en su implementación, no obstante, puede ser un limitante el no conocer datos actuales, en el caso de que sean trabajos investigativos con mucho tiempo de anterioridad.

Los autores Cantos & González (2010), señalan en su trabajo de estudio sobre *“Implementación de pequeñas granjas avícolas familiares para sectores de la comuna San Rafael, cantón Santa Elena”* para optar el título de Ingeniero Agropecuario, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, la cual tiene como objetivo principal de investigación: implementar pequeñas granjas avícolas familiares en el sector San Rafael, del cantón Santa Elena. Por consiguiente, el método que utiliza es de manera descriptiva, exploratoria por lo que se basa en analizar y ejecutar la implementación de granjas avícolas, por otro lado, el instrumento utilizado fue mediante la encuesta para obtener la mayor información posible, tiene a enfocarse en los productos avícolas que representan una fuente de proteínas de origen animal, con excelente calidad nutricional del sector comuna San Rafael. Entonces se concluyó, que al incorporar a familias en una actividad productiva ha logrado despertar el interés en seguir produciendo aves para el consumo, mejorando así la salud y dieta de los habitantes y su economía.

La realización de proyectos investigativos en la misma ciudad puede ser de mucha importancia, el entorno puede ser similar, también aspectos como precios e instrumentos legales, conocer las limitantes y los beneficios, ayuda a la realización de nuevos trabajos investigativos en el sector, la creación de pequeñas granjas avícolas sirve como indicador y guía para los proyectos como el planteado, el cual busca la realización de una granja con mayor alcance en toda una comunidad, posteriormente ser un punto de comercialización en el sector. Cabe recalcar que el aporte hacia el desarrollo de zonas rurales es un factor en el cual se debe generar mayor impacto en el favorecimiento del proyecto plantado. El consumo puede ser favorable, pero el desarrollo social es un impacto relevante.

Mientras que Santos (2020), refiere su tema de estudio conformado por “*Estudio de factibilidad de la implementación de una granja avícola de pollos de engorde semitecnificada en la comuna rio verde*” por lo tanto, su objetivo general fue evaluar la viabilidad comercial de la producción de pollos de engorde en una granja avícola semi-técnica del municipio de Rioverde. Este estudio ofrece un enfoque descriptivo y analítico. Los hallazgos de este trabajo mencionan el estado de la oferta y la demanda, la segmentación del mercado y la competencia de productos similares para los productos ofrecidos en las actividades antes mencionadas. El análisis concluyó que la rentabilidad de la producción y venta de productos de pollo es posible en la provincia de Santa Elena, especialmente en el municipio de Rio Verde.

No obstante, de que este trabajo investigativo consultado tenga un enfoque más estructural, aporta con definiciones y teorías, las cuales presentan ideas para posibles escenarios a presentarse, al conocer el nivel de rentabilidad de una granja avícola se podría considerar el margen de ganancias e inversión, con ello el nivel de desarrollo de las organizaciones, estos estudios son importantes, al considerar el entorno financiero y la capacidad de acceder a inversión en un ámbito avícola.

Desarrollo de teorías y conceptos.

Estudio de mercado.

Según lo manifestado por Fernandez (2017) en su libro “Estudio de mercado: Guía para la elaboración de un estudio de mercado”. Considera al estudio de mercado una investigación y análisis económico del mercado para los nuevos emprendimientos y evitar ciertos riesgos que conlleva el inicio de toda actividad, en cuanto al enfoque de esta investigación es necesario conocer cómo se encuentra el mercado, conocer las necesidades y los cambios que involucren a la actividad a realizar.

Por otro lado, Gómez (2021) menciona que un estudio de mercado contribuye de mucha ayuda a los emprendimientos pequeños y grandes, a que conozcan la demanda insatisfecha en el mercado y conocer los posibles clientes y proveedores de acuerdo al producto o servicio ofertado, se analiza los precios, la comercialización, la competencia, todos los factores que intervienen en las organizaciones y con ello planificar las estrategias a utilizar para obtener un eficiente posicionamiento en el mercado.

Puntualmente mencionan Franco Ligenfet et al, (2017) que un estudio de mercado es la realización de un análisis de la situación de la población conocer las características de emprendimientos en la zona estudiada, por otra parte, nos ayuda a comprender la situación del entorno, tanto como clientes o competencia.

Demanda. De acuerdo con Arboleda Castro, (2021) considera que, la demanda del mercado proporciona información sobre los bienes y servicios que un grupo de personas necesita en un mercado determinado, influenciado por preferencias, necesidades y tendencias. Este es uno de los principales factores que utilizan las empresas para fijar el precio de sus productos.

Por otra parte, Toscano (2019) considera a la demanda como la voluntad y capacidad financiera de las personas que deseen adquirir un determinado producto o servicio, en este caso a los ciudadanos y la decisión de adquirir los productos de la granja avícola, dependerá de la cantidad, precio que agrade al cliente que inclinen a la adquisición del producto ofertado.

Mercado potencial. Holguín (2017) considera que el mercado es un medio donde se puede resaltar ventajas competitivas, saber cómo ingresar en él, posteriormente tener un posicionamiento de la marca, producto o servicio ofertado y conocer las personas o grupos interesados.

Tendencia del mercado. En el mercado influyen mucho las nuevas tendencias de consumo y atracción del consumidor, esto reflejan variaciones al nivel mundial y las personas cada vez se interesan más en el cuidado del medio ambiente y un estilo de vida más saludable, en representación del nivel saludable de los alimentos y la mala alimentación de las personas. (*Encalada Añazco et al., 2021*).

Oferta. El autor Huerta Quintanilla (2016) considera que “La oferta del mercado, que es la oferta total de una mercancía, puede ser explicada por una ley de comportamiento del productor individual: en la medida en que pueda obtener mayores ganancias, producirá más”

De acuerdo con Zambrano (2019) manifiesta que la oferta es el conjunto de bienes o servicios que se brindan al mercado por parte de un negocio o empresa, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes. Es decir, que es lo que ofrecen los emprendedores a los clientes, los cuales determinan la necesidad sobre el producto y así adquirirlo.

Comportamiento del mercado. De acuerdo con Review (2021) manifiesta que este apartado ilustra el potencial del negocio tomando como referencia el sector y el mercado. Determinar la cantidad de empresas que producen y venden determinados productos y quiénes son sus clientes, con ello analizar a la posible competencia.

Comercialización. Interpretando a, Shum Xie (2020) menciona que es necesario que existan estrategias que atraigan a los clientes, sea la difusión de manera digital o tradicional, el objetivo es obtener un mayor alcance de clientes y que la comercialización aumente.

Seguidamente, Cabezas Méndez (2018) considera que la comercialización se basa en acciones estructuradas y planteadas para alcanzar los objetivos relacionados con la expansión de distribución, conlleva al aumento de ventas y participar mayoritariamente en el mercado.

Posicionamiento. Según consideran Giraldo Olivedos et al. (2016) que, con la organización de intermediarios o agentes, el número de niveles jerárquicos, entre otras cosas, como la estructura de costos y capacidades de la empresa, del sector económico, del tipo de clientes y de los volúmenes tranzados, entre otras variables miden el nivel de aceptación. En otros términos, el posicionamiento dependerá de la capacidad de ventas y distribución de la empresa y también de la aceptación del cliente y mercado.

Distribuidores. De acuerdo con Arellano Paredes (2022) menciona que una empresa debe contar con intermediarios que cumplan con la distribución y llegar a dar a conocer el producto o llevar hasta los hogares al consumidor final.

Este aspecto cumple con una función importante tomando en cuenta al tipo de organización, una granja avícola obtiene productos en grandes cantidades, de los cuales lo óptimo es la comercialización inmediata, los distribuidores cumplen con esa función, hacer que las empresas vendan y no acumulen en almacenamiento.

Creación de negocio.

De acuerdo con Canalicchio (2021) la creación de una empresa es la apertura de una unidad organizativa cuya actividad puede direccionarse a actividades industriales, mercantiles o la prestación de servicios, pero con el fin de obtener ingresos económicos.

Seguidamente, Baque Villanueva et al. (2020) manifiestan que un emprendimiento se crea a través de la idea y talento de una persona para generar una propuesta y ponerla en marcha, al iniciar con un emprendimiento hay que tener en cuenta las necesidades de los consumidores y situación del mercado.

Organigrama. J. Polanco et al. (2020) mencionan que en la organización es necesaria la realización de división de trabajo, definir roles y puestos, teniendo en cuenta los recursos con los que cuenta la organización enfocada con el cumplimiento de los objetivos.

Por otra parte, la autora Carrillo (2019) manifiesta a la planificación de suma importancia en una organización, puesto que con los procesos adecuados se determina los objetivos y metas del emprendimiento, de tal forma darles cumplimiento.

Puestos de trabajo. Hilario 2020 también manifiesta que con una estructura establecida y el tipo de dirección que caracteriza a la empresa, se asignan las tareas y equipos de trabajo, distribuidos de acuerdo a los objetivos de la organización, dependiendo también del estilo de dirección elegido por la empresa.

Seguidamente, Baque Villanueva et al. (2020) mencionan que en este apartado se deben considerar los respectivos cargos y funciones a cada trabajador, describiendo los procesos a realizar y los insumos que se utilizarán.

Perfil del trabajador. Con base a Giraldo Olivedos et al. (2016) manifiestan que muchas empresas consideran que los trabajadores obtienen habilidades adquiridas, mejoradas o perfeccionadas, consideran que los buenos trabajadores se hacen, de acuerdo a la experiencia adquirida, un trabajador necesita orientación y una buena base de parte de la empresa y desarrolle sus virtudes y habilidades. Por consiguiente, el perfil del trabajador se basa en las habilidades y experiencias, pero es necesario que los nuevos empresarios se fijen en apoyar en el desarrollo profesional a los trabajadores y aceptando que inicie su formación en nuevos emprendimientos.

De acuerdo con Hilario Gómez (2020) considera que a medida que la empresa inicie su producción se evidencia las funciones y las tareas que serán necesario delegar las actividades a trabajadores, de acuerdo a la capacidad y habilidades de cada persona.

Recursos. De acuerdo con Crespo (2021) al empezar con un emprendimiento es normal tratar con la necesidad de percibir resultados y tener claro los recursos que serán importantes para ello, generalmente a las nuevas organizaciones, su principal conflicto son sus escasos recursos, estos pueden ser físicos como los trabajadores o inmaterial como el dinero.

En cambio, Arraut (2019) hace referencia que este elemento trata de recursos en tiempo, herramientas y presupuesto necesarios para la creación de una empresa y su posterior gestión de acuerdo a la diferente área que se direcciona.

Materiales. De acuerdo con Conesa, (2018) menciona que los materiales básicamente son los elementos pasivos de una empresa, es decir, bienes que intervienen en la actividad productiva como la materia prima o la maquinaria utilizada. En otras palabras, podemos considerar como el patrimonio de la empresa.

No obstante, los materiales deben ser asignados de manera eficiente para el óptimo funcionamiento de la organización, tanto como financiero o tecnológico que son aspectos que involucran desarrollo en el caso de estar bien estructurados.

Financieros. Según Guart, R y López, J, (2020) mencionan que este apartado se basa en la determinación de los costos, ingresos, beneficios y rendimientos que se obtendrían en la ejecución del proyecto y realizar un análisis si es beneficioso la implementación de esta actividad.

Seguidamente, Uribe Palacios (2021) considera que este elemento ayuda a los emprendedores a conocer los costos y gastos del emprendimiento para poder operar e iniciar una actividad económica.

Tecnológico. Interpretando a Mazuera Arias et al, (2018) mencionan que este aspecto en la actualidad es de suma importancia, busca que las organizaciones logren arrancar de la forma más eficaz y sistematizada sus actividades, tener en cuenta las nuevas tecnologías será beneficioso para el desarrollo de una organización.

Este factor se considera uno de los más relevantes en cuanto al desarrollo de una empresa, la tecnología implica mejora y eficiencia de procesos, un aspecto que en una organización dedicada a productos orgánicos ayudaría al desarrollo óptimo de productos.

Localización. Interpretando a Trejo Nieto (2017) manifiesta que el área empresarial se direcciona en la distribución de los emprendimientos, teniendo en cuenta el espacio geográfico y la asignación óptima y eficiente de actividades en el que está establecido la organización.

Principalmente, la comunidad debe ser analizada si existe disponibilidad geográfica para la instalación del proyecto planteado, no obstante, también se consideraría un estudio previo, el estado de suelo y puntos favorables. Y con una hipotética expansión es necesario analizar una estructura favorable para el aprovechamiento óptimo de espacios.

Ubicación. De acuerdo con, Quaranta (2020) manifiesta que este aspecto involucra la instalación física de una empresa, tomando en cuenta los beneficios del proyecto y aprovechando oportunidades anteriormente identificadas. Finalmente, se considera que con la ubicación se determina la cercanía con materia prima o canales de comercialización favorable.

Interpretando a, Rodriguez y Ammetller, (2018) consideran que la ubicación es de suma importancia para los emprendimientos que se abren paso en el mercado, es un factor clave establecerse en lugares muy concurridos, y que estén al alcance de los clientes a consideración. Mostrar los productos facilita la acogida y atención de la ciudadanía.

La buena ubicación de un negocio es un punto relevante para su desarrollo, la captación de clientes con un buen manejo de publicidad sacará provecho y, por ende, mayor rentabilidad. En el caso de una granja se interpreta que la ubicación más importante sería la del producto final, considerando supuestos canales de comercialización que existan en la comunidad.

Medio ambiente. Con respecto a Nájera Ochoa (2018) considera que es fundamental la promoción de la creación de empresas teniendo en cuenta el impacto ecológico y ambiental que perjudiquen al emprendimiento o a la sociedad.

Considerando la idea cabe mencionar, que la creación de una granja avícola debe estar direccionada al cuidado ambiental, siendo esta una actividad que va a involucrar manejo de residuos naturales. No obstante, se conoce que con un buen manejo de procesos podría ser una actividad sustentable y con un enfoque ecológico.

Fundamentos legales.

En el caso de la ejecución de este proyecto en la comuna Río Seco, este se basará en las normativas y leyes correspondientes del Ecuador, estos reglamentos deberán aplicarse de manera obligatoria para personas naturales y jurídicas. A continuación, se especifican varios reglamentos necesarios para este proyecto:

Constitución de la República del Ecuador.

Considerando lo estipulado en la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) en el capítulo tercero enfocado en la soberanía alimentaria

Art. 281.-- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente. Constitución de la República del Ecuador (2008)

Para ello, la Constitución de la República del Ecuador (2008) se mencionan 14 ítems sobre la responsabilidad del Estado, sin embargo, se consideran relevantes para la investigación los siguientes:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria. Constitución de la República del Ecuador (2008)
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos. Constitución de la República del Ecuador (2008)
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria. Constitución de la República del Ecuador (2008)
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos. Constitución de la República del Ecuador (2008)
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción. Constitución de la República del Ecuador (2008)

6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas. Constitución de la República del Ecuador (2008)
7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable. Constitución de la República del Ecuador (2008)
8. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como las de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos. Constitución de la República del Ecuador (2008)
9. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios. Constitución de la República del Ecuador (2008)
10. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras. Constitución de la República del Ecuador (2008)

Ministerio del Ambiente 2009.

El Ministerio del Ambiente, en base del Acuerdo Ministerial No. 036 del 28 de abril de 2009, para otorgar el Permiso Ambiental de Funcionamiento para fases de incubación, reproducción y engorde de aves, en instalación, operación, mantenimiento y cierre de granjas, exige la Ficha Ambiental, para esto el avicultor debe demostrar el cumplimiento de las Buenas Prácticas Avícolas, presentado una serie de requisitos como: certificado de Intersección, descripción detallada de la construcción instalación y operación de la Granja Avícola, descripción detallada del área de influencia, matriz de cumplimiento de Buenas Prácticas Avícolas, descripción de las medidas ambientales de aplicación específica de cada proyecto, información a la comunidad de la Ficha y Plan de Manejo Ambiental, incluir los permisos de uso y/o aprovechamiento de agua, evacuación y manejo de desechos Sólidos no peligrosos, uso de suelo, etc. emitido por las autoridades competentes. Ministerio del Ambiente (2009)

Según el Ministerio del Ambiente (2009) Existen medidas de bioseguridad para el ingreso a las granjas avícolas, así como vehículos materiales y equipos de acuerdo a lo establecido en Agrocalidad. Por otro lado, cuenta con los siguientes literales:

- a) Los visitantes no deben haber estado en contacto con aves de crianza de otros lugares, en caso de visitas internacionales el lapso mínimo debe ser de 5 días previo a la visita. (Ministerio del Ambiente, 2009)
- b) Los visitantes deben someterse a las normativas de bioseguridad establecidas en la granja y llenar los registros correspondientes.
- c) (Ministerio del Ambiente, 2009) La granja deberá contar con infraestructura y equipos necesarios para los visitantes como:
 - Lavamanos con jabón bactericida, Duchas y toallas
 - La ropa de trabajo debe ser exclusiva para cada visitante.
 - Toallas de papel o secador de manos en los baños, toallas higiénicas.
 - El ingreso de vendedores de productos de uso veterinario u otros, deberá estar prohibido al interior de la granja. (Ministerio del Ambiente, 2009)

REGLAMENTO SANITARIO DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS PROCESADOS PARA EL CONSUMO HUMANO (2013).

En el Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano (2013) recalca en el artículo 28 inciso tercero, establece que las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, ¡a través de los medios de comunicación;

Ley de Compañías – (2017).

De acuerdo con lo establecido en la Ley de Compañías (2017) se conoce los tipos de compañías que podrían considerarse en este proyecto.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- a) La compañía en nombre colectivo;
- b) La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- c) La compañía de responsabilidad limitada;
- d) La compañía anónima; y,
- e) La compañía de economía mixta.
- f) Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.
- g) La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

De acuerdo con Constitución de la Republica del Ecuador (2008) Capítulo sexto Enfocado en el Trabajo y producción.

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. Constitución de la República del Ecuador, (2008)

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (Constitución de la República del Ecuador, (2008)

Municipio de Santa Elena.

La creación de una granja avícola consta como un negocio, por lo que se deberán obtener los respectivos permisos de funcionamiento establecidos por la Alcaldía de Santa Elena (2016-2017) de la misma provincia, deberá contar con la siguiente documentación para obtener la patente municipal.

1. Patente municipal.
2. Copia del RUC (Registro Único Contribuyente).
3. Copia de cédula de identidad del representante legal.
4. Copia del certificado de votación del representante legal.
5. Permiso de cuerpo de bomberos.

Comuna Río Seco.

En la comuna Río Seco existen normativas y reglamentos para los negocios que se establecen en la localidad, se debe obtener un permiso por parte de la directiva comunal, donde se determina los lineamientos para la obtención del terreno a utilizar para las instalaciones del proyecto.

Capítulo II. Metodología.

Diseño de la investigación.

En esta investigación se aplicó el enfoque cuantitativo, este método se basa en la obtención de datos numéricos y estadísticos con los cuales se analizan las opiniones e ideas de personas consultadas en el lugar donde se llevó a cabo este proyecto.

Además, se utilizó la investigación descriptiva, la cual consiste en identificar y describir el objeto de estudio, entorno y actualidad, analizando los factores importantes que involucra un estudio de mercado y analizar las condiciones relevantes para nuestra investigación.

Posteriormente, la investigación descriptiva cumplió con la finalidad de analizar los factores que intervienen en la creación de un negocio, también la situación actual del mercado de la comunidad.

Métodos de la investigación.

Con la utilización de ciertos métodos de investigación se procura obtener respuestas más concretas y eficientes, puesto que los métodos ayudan a una obtención de datos e información relevante, despejando dudas u direccionando la investigación de acuerdo a los objetivos antes mencionados. Posteriormente, se menciona al método inductivo y analítico utilizado en esta investigación.

El presente trabajo de investigación se basó en el método inductivo, el cual involucra la observación y la no experimentación de un problema y determinar situaciones que permitan realizar un análisis predictivo. Este método permite describir definiciones basándose en los datos recolectados, se identifica el problema, se analiza las causantes y se determina el origen de la problemática.

También, se empleó el método de investigación analítico, este se basa en la revisión de propuestas históricas, y trabajos previos que cuenten con un enfoque similar y aporten material bibliográfico que contribuya al desarrollo de este trabajo de investigación.

Población y muestra.

Población para la ficha no estructurada.

Se considera, para efectos del presente trabajo investigativo, para la ficha de observación no estructurada a los negocios de la comuna Río Seco, los cuales se aproximan a 20, de acuerdo con datos proporcionados en la comuna, no obstante, se realizó un enfoque hacia los negocios con mayor aceptación en la localidad.

Población para encuesta.

En el caso de esta investigación se considera a los ciudadanos de la comuna Río Seco, específicamente a 1003 pobladores mayores a 18 años. Debido a que normalmente están en la capacidad de hacer compras, estos son quienes proporcionaron información para el desarrollo de esta investigación.

Muestra.

En cuanto a la muestra se determina a través de una fórmula para obtener una población concreta para aplicar la encuesta.

N= Población 1003

Z = Nivel de confianza 95% (1.96)

P = Probabilidad de que suceda 50%

Q = Probabilidad de que no suceda 50 %

e = Margen de error del 5%

$$n = \frac{z^2 NPQ}{e^2 (N - 1) + z^2 PQ}$$

$$n = \frac{1003 (1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2 (1003-1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{1003 (3.84) 0.25}{0.0025 (1002) + 3.84 (0.25)}$$

$$n = \frac{3851 (0.25)}{2.505 + 0.96}$$

$$n = \frac{962.75}{}$$

3.465

 $n= 278$ **Muestra del estudio.**

La muestra determinada es de 278 pobladores de la comuna Río Seco, se procedió a la realización de las encuestas de manera aleatoria con un alcance amplio, quienes aportaron información u opinión para el cumplimiento de la investigación.

Recolección y procesamiento de datos.

Se empleó un tipo de investigación descriptivo, puesto que a través de las variables se realiza un levantamiento de información teniendo en cuenta a la problemática planteada en la investigación, y determinar cómo un estudio de mercado influye en la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, se describen factores del entorno que intervienen al llevar a cabo este proyecto.

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se empleó el uso de la técnica de encuesta, cuya utilización tuvo como finalidad la realización de un estudio investigativo para la obtención de información relevante que determine la oferta y demanda existente en la comunidad para la creación de una granja avícola. La técnica antes mencionada fue aplicada a 278 habitantes de la comuna Río Seco, con un enfoque de edad mayor a 18 años.

El instrumento aplicado se estructura de acuerdo a las variables determinadas anteriormente, estudio de mercado y creación de un negocio que están consideradas para la investigación, está compuesta por 17 preguntas que se complementan con varias opciones de respuestas valoradas a través de la escala de Likert.

De este modo, con la recolección de datos a través de las encuestas culminadas, se realizó la respectiva tabulación donde se interpreta y analiza la información de tal manera conocer cuán relevante es para el estudio, mismos que servirán para plantear los objetivos de este trabajo investigativo para la realización de una granja dentro de la comuna.

Cabe mencionar que la realización de una encuesta dirigida a los habitantes de la comunidad contribuye con información que aporta principalmente con opiniones

que garanticen la aceptación ante la idea de crear una granja y contar con datos que contribuyan a la creación de estrategias o planes para la comercialización de productos, también conocer la ubicación sugerida. Finalmente, el instrumento busca despejar dudas en cuanto a los factores encontrados y su relevancia para el óptimo desarrollo del proyecto.

Por otro lado, se aplicó una ficha de observación no estructurada, direccionada a los negocios de la comunidad. Para analizar el nivel de impacto y acogida de los negocios y considerarlos como posibles clientes potenciales para el proyecto planteado. Con este instrumento se determinó la cantidad de negocios y posterior a ello considerar a los más relevantes e importantes de la comunidad, con ello analizar factores que visualmente se pueden constatar.

Con la utilización de Google Forms, herramienta ayudó a crear formularios de encuestas y análisis desde el celular o computadora sin usar ningún programa, se generó un enlace y se envió a toda la población, por lo que esta plataforma facilita recopilar la mayor cantidad de información posible para el trabajo de investigación.

Posteriormente, se utilizó Excel para la realización de tablas y obtener una base de datos de la información recolectada, esta herramienta es muy efectiva, ayudó a extraer información de gran cantidad de datos, también fue de ayuda porque permitió analizar información. Cabe recalcar también a través de este programa se optó la realización de figuras para una mejor percepción de resultados obtenidos, a través del instrumento aplicado.

Cabe mencionar la utilización del programa SPSS el cual sirvió para verificar la eficiencia del instrumento empleado, se utilizó una prueba piloto compuesta por el 10% de la muestra para verificar la mayor probabilidad y eficiencia de la técnica utilizada.

Capítulo III. Resultados y discusión.

Análisis de datos ficha de observación no estructurada.

A través del instrumento aplicado en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena, se pudo evidenciar a los negocios que existen en la comunidad, no obstante, se tomó en consideración a tres tiendas, las cuales cuentan con una gran aceptación por parte de los clientes, sin embargo, se evidenció la poca publicidad de los locales y que la influencia hacia los clientes es netamente por la calidad y necesidad del producto o servicio brindado.

Por consiguiente, los negocios venden gran variedad de productos para el hogar y víveres, esto permite que el cliente tenga al alcance bienes que en su mayoría son trasladados de otros lugares, de acuerdo con ello, la capacidad de venta de los negocios en la comunidad es de relevancia para empresas u organizaciones que necesiten puntos de venta para la distribución de productos.

Los pequeños negocios de la comunidad no están constituidos reglamentariamente, en su mayoría esto se ve reflejado en la poca publicidad de muchos, puesto que no todos los negocios existentes se consideran como clientes potenciales y la comercialización quedaría en riesgo con tiendas que no apliquen publicidad y no son tan concurridas por parte de la ciudadanía.

Por consiguiente, se conoce la cantidad de locales fijos que tienen potencial para ser puntos de venta de la granja avícola, conocen productos, puesto que, estos locales ya ofertan derivados de una granja, así también como embutidos y carne de pollo. Cabe mencionar que la producción de huevos es dada por los mismos negocios los cuales ofertan y comercializan en las mismas tiendas.

Otra característica observada fue la diferenciación de precios por parte de los negocios considerados, como realizan descuentos y promociones que son puntos fuertes para mantener aceptación por parte de la ciudadanía, esto repercute en las ventas de tiendas pequeñas que se ven orilladas a bajar los precios para vender.

Análisis de datos recolectados a través de las encuestas realizadas a los habitantes de la comuna Río Seco.

Tabla 1

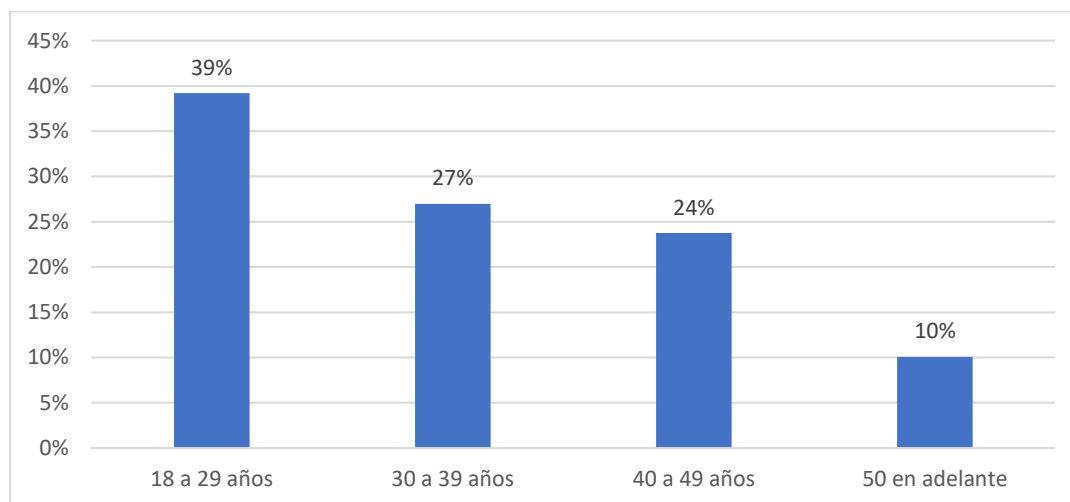
Edad de encuestados.

Etiquetas de fila	Cuenta de Edad	Porcentaje
18 a 29 años	109	39%
30 a 39 años	75	27%
40 a 49 años	66	24%
50 en adelante	28	10%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 1

Edad de encuestados.

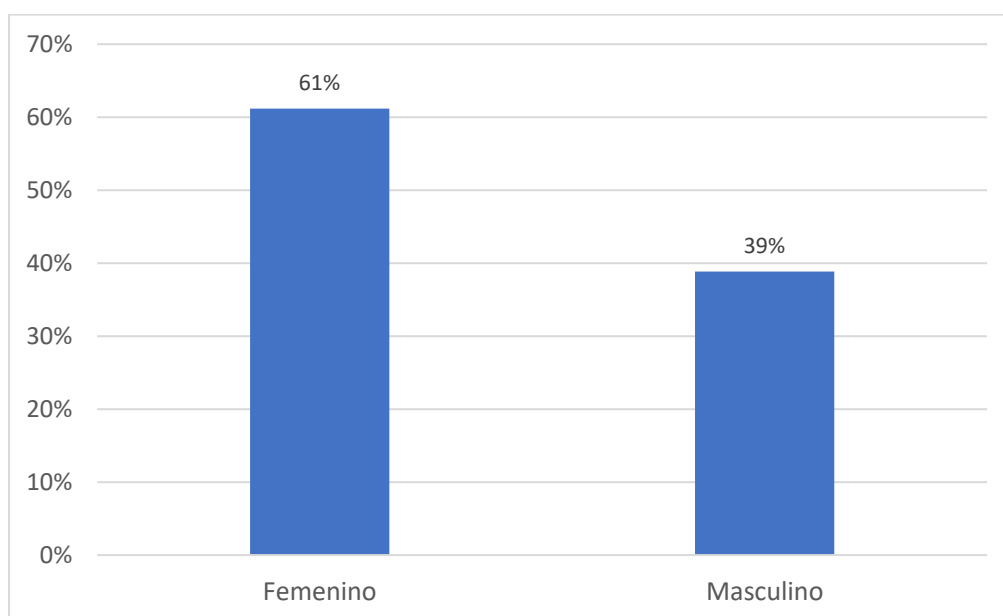


Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Se observa que, los datos representados en la figura 1 representan los cuatro rangos de edad que se consideró para esta investigación, indicando que 18 a 39 años tuvieron mayor participación, mientras que 50 años en adelante apenas el 10% de participación en este trabajo investigativo. Según los datos mencionados se interpreta un mayor margen de clientes jóvenes en la comunidad, con ello realizar un enfoque y estrategias que atraiga a la mayor cantidad de la población.

Tabla 2*Género de los habitantes encuestados.*

Descripción	Encuestados	Porcentaje
Femenino	170	61%
Masculino	108	39%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.**Figura 2***Género de los habitantes encuestados.**Nota.* Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

En relación con los datos recolectados mediante las encuestas realizadas a los habitantes de la comuna Río Seco, se refleja en la figura 2 que el 61% son de género femenino y un 39% de género masculino, sin embargo, esto no repercute de manera significativa en el trabajo de investigación, ambos géneros muestran la misma importancia, relevancia y tendrán la misma veracidad que aporten al desarrollo de esta investigación. No obstante, se debe tener en cuenta que la participación femenina abarcará mayor alcance e involucrar de acuerdo a estrategias de mercado que impulsen la captación de clientes de ambos géneros.

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia consume huevos en su dieta habitual?

Tabla 3

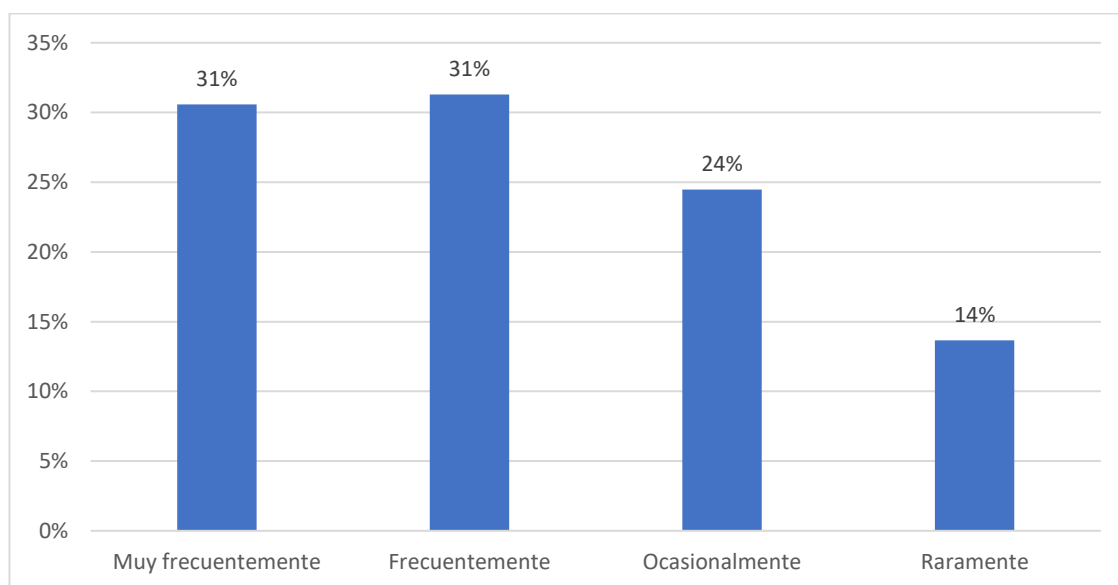
Consumo de los habitantes.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Muy frecuentemente	85	31%
Frecuentemente	87	31%
Ocasionalmente	68	24%
Raramente	38	14%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 3

Consumo de los habitantes.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

A través de los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a la muestra de los habitantes de la comunidad, se presenta en la gráfica que el 31% de los habitantes consumen muy frecuentemente este producto, mientras que se representa al 14% a los que manifestaron que raramente lo hacen, la información obtenida refleja a un mayor porcentaje la aceptación que hay por este producto, estos resultados son un aporte positivo para el desarrollo del proyecto planteado.

Pregunta 2. ¿Motivo por el cual consume huevos habitualmente?

Tabla 4

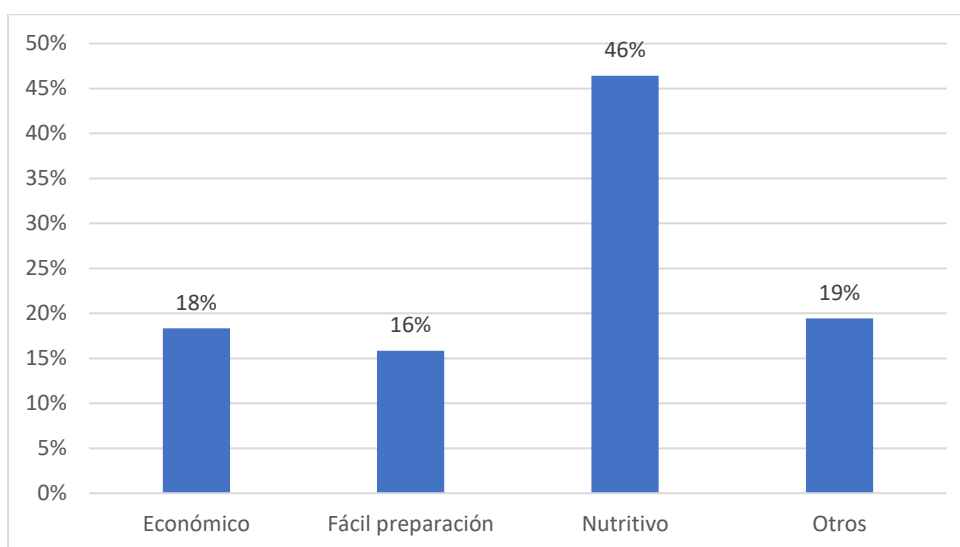
Motivo de consumo.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Económico	51	18%
Fácil preparación	44	16%
Nutritivo	129	46%
Otros	54	19%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 4

Motivo de consumo.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

De acuerdo a los datos que se reflejan en la figura 4, el 46% de los encuestados manifestaron que consumen el producto netamente porque es nutritivo. Así mismo, apenas el 16% manifestó que consumen por la fácil preparación, por ende, a través de la pregunta planteada, ayuda a conocer los principales factores que consideran los clientes ante el producto mencionado y considerar reforzar los factores pocos considerados por los ciudadanos. Cabe mencionar que lo mencionado por los moradores es un indicador que no repercute de manera negativa, puesto que solo se podría considerar como falta de información en cuanto a los innumerables beneficios.

Pregunta 3. ¿En qué lugar realiza compras de este producto?

Tabla 5

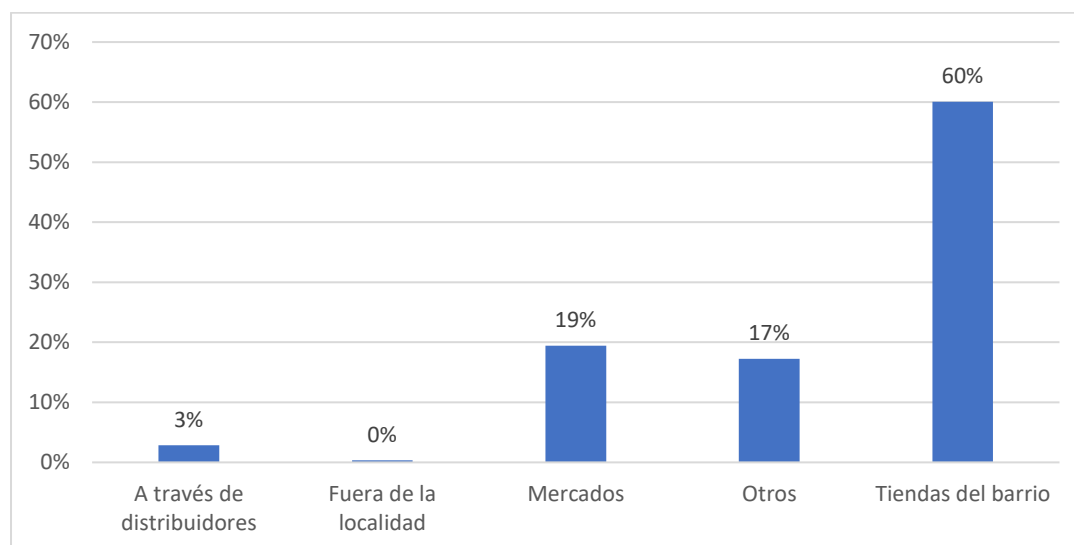
Lugar de compra.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
A través de distribuidores	8	3%
Fuera de la localidad	1	0%
Mercados	54	19%
Otros	48	17%
Tiendas del barrio	167	60%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 5

Lugar de compra.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

De acuerdo a los datos recolectados, el 60% de los habitantes de la comunidad manifestaron que realizan compras dentro de la comuna, específicamente en las tiendas del barrio, cerca de los hogares, mientras que apenas el 3% de la población manifestó que adquiere el producto a través de distribuidores, por ende, conocemos que las personas están familiarizadas con realizar las compras cerca de casa esto nos proporciona una idea de la preferencia que brinda la población a las tiendas locales.

Pregunta 4. ¿Qué aspectos considera usted importante al momento de realizar una compra?

Tabla 6

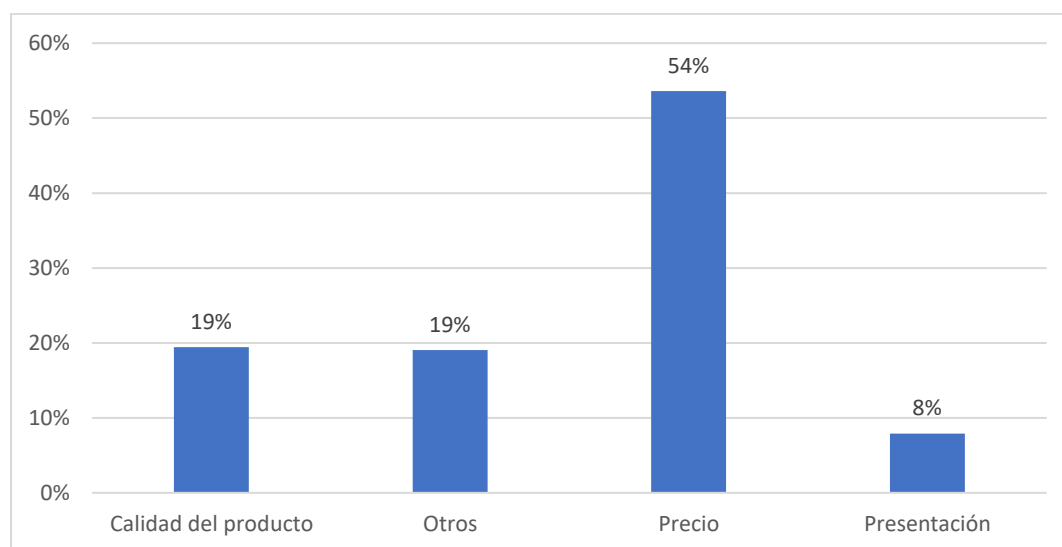
Aspectos considerados.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Calidad del producto	54	19%
Otros	53	19%
Precio	149	54%
Presentación	22	8%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 6

Aspectos considerados.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Se puede evidenciar a través de la figura 6 la proyección de los datos recolectados en la comunidad que el 54% de los encuestados manifestaron que al realizar una compra considera el precio como un aspecto muy importante, mientras que apenas el 8% se fija en la presentación del producto. Esto indica como los pobladores tienen en cuenta su economía ante que otros aspectos, un indicador relevante para un proyecto, tener en cuenta la capacidad económica de los futuros clientes y todo lo que tiene en cuenta al efectuar una compra.

Pregunta 5. ¿Qué cantidad de huevos compra habitualmente?

Tabla 7

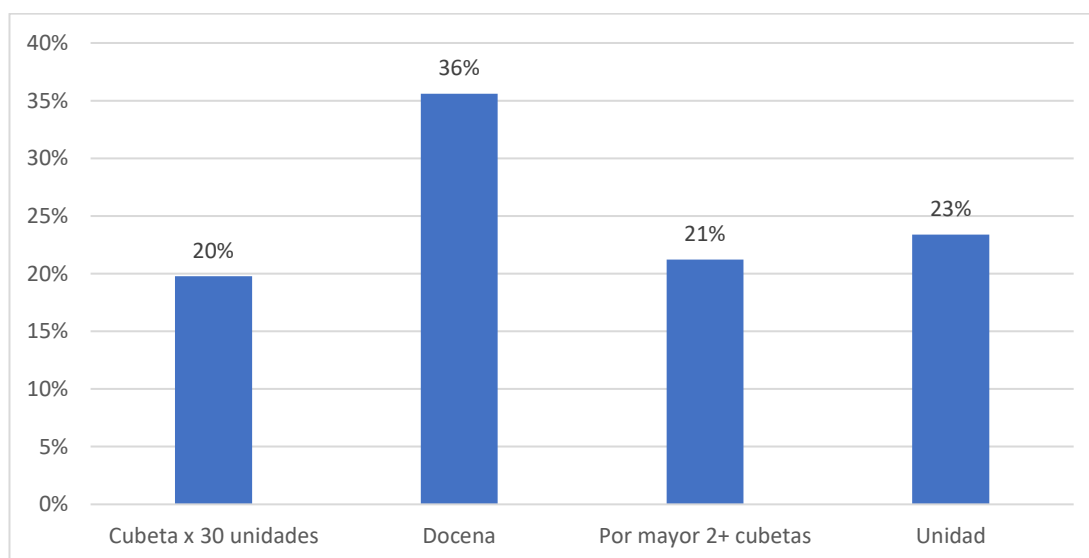
Cantidad habitual.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Cubeta x 30 unidades	55	20%
Docena	99	36%
Por mayor 2+ cubetas	59	21%
Unidad	65	23%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 7

Cantidad habitual.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Según los datos recolectados a través de las encuestas realizadas en la comunidad, se muestra que la mayor cantidad de encuestados, 36% compran habitualmente por docena, mientras que 20% lo hace por cubetas de 30 unidades. Por tanto, se puede concluir que los ciudadanos de la comunidad suelen comprar más de uno, significando que es un producto muy adquirido y por lo tanto rentable. También cabe mencionar que al conocer que ciudadanos compran al por mayor se los consideraría como clientes potenciales para la venta del producto.

Pregunta 6. ¿Considera que los precios considerados para la venta son los adecuados?

Unidad 0,15 \$	Docena 1,75 \$	Cubeta 3,50 \$
-----------------------	-----------------------	-----------------------

Tabla 8

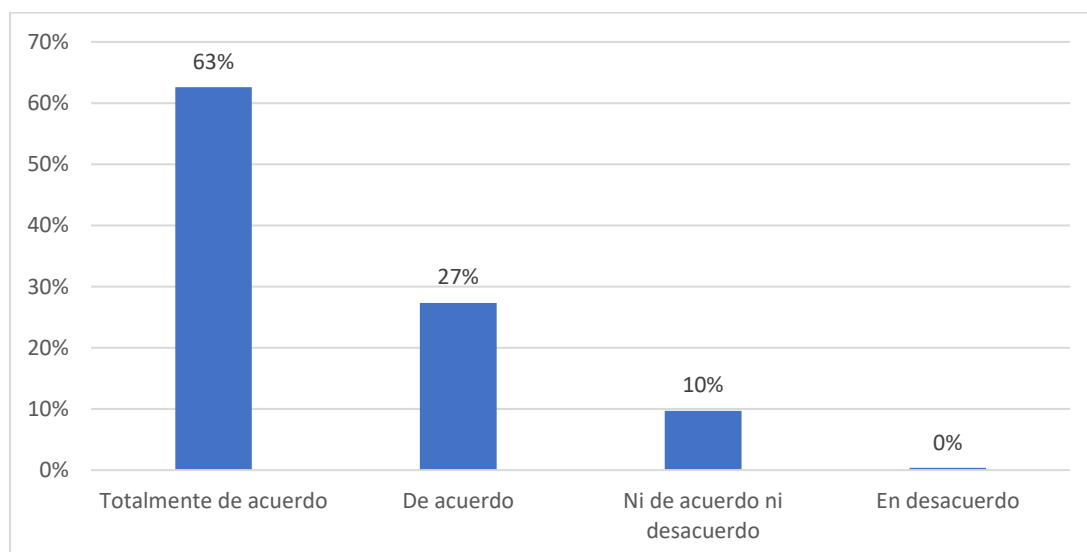
Precios estimados.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	174	63%
De acuerdo	76	27%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	27	10%
En desacuerdo	1	0%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 8

Precios estimados.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

En cuanto a los precios que se tienen considerados, los encuestados en un 63% manifestaron que están totalmente de acuerdo, por otro lado, apenas un 10% no están de acuerdo ni desacuerdo. Para terminar, podemos concluir que con lo manifestado por la mayor parte de moradores la aceptación de precios es favorable, con ello la implementación de una granja avícola sería conveniente. Los precios son el principal punto de atracción para el cliente, hay que tener en cuenta las capacidades de la población para ofertar.

Pregunta 7. ¿Considera que la comuna Río Seco sea el lugar idóneo para la creación de una granja avícola?

Tabla 9

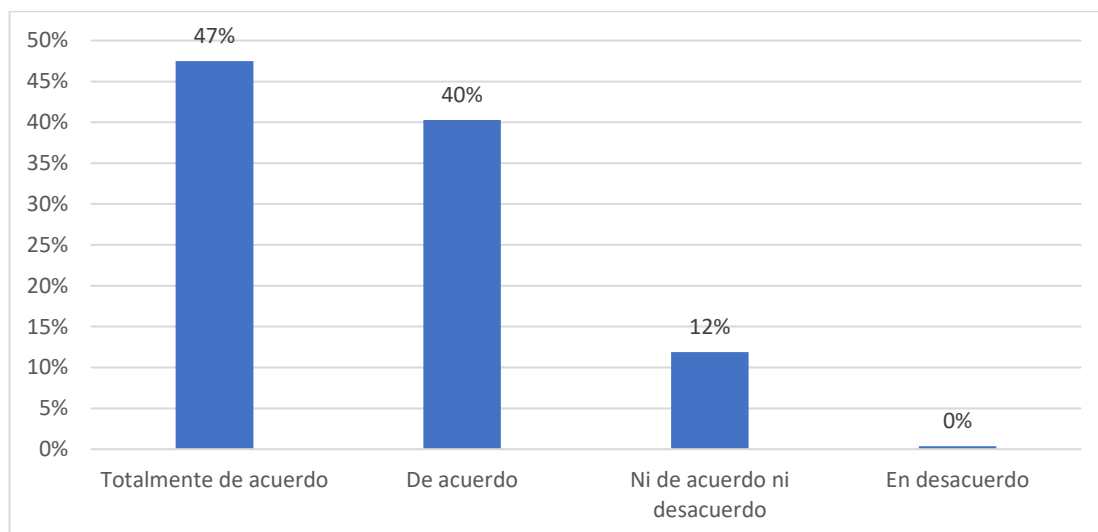
Río seco, lugar idóneo para una granja avícola.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	132	47%
De acuerdo	112	40%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	33	12%
En desacuerdo	1	0%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 9

Río seco, lugar idóneo para una granja avícola.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Se puede evidenciar en la figura 6 la proyección de los datos recolectados a través de la encuesta realizada en la comunidad que, el 47% de pobladores consideran que la comuna es un lugar idóneo para la creación de una granja avícola, mientras que, el 17% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Esto manifiesta la aceptación de la comunidad ante la posibilidad de este proyecto. Además, cabe mencionar que ante la carencia de empresas en zonas rurales es un factor positivo para el desarrollo de la comunidad.

Pregunta 8. ¿Considera que la ubicación es un factor relevante para la captación de clientes en la comunidad?

Tabla 10

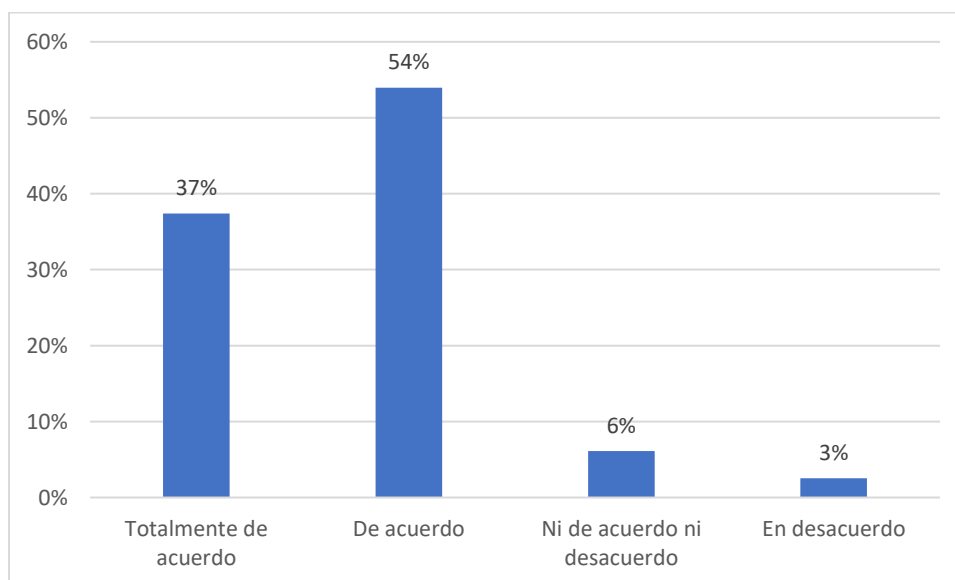
Ubicación, factor relevante para captación de clientes.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	104	37%
De acuerdo	150	54%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	17	6%
En desacuerdo	7	3%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 10

Ubicación, factor relevante para captación de clientes.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

En cuanto, a la consideración de la ubicación como un factor relevante para la captación de clientes, los encuestados de la comunidad manifestaron que 54% están de acuerdo con dicho concepto, no obstante, con un porcentaje mínimo en 3% manifestó que no es relevante, podemos interpretar estos datos que a la mayor parte de encuestados les parece importante la ubicación, puesto que, para la realización de compras, la cercanía les parece cómoda y genera seguridad en sus compras.

Pregunta 9. ¿De acuerdo al impacto ambiental, considera que una granja avícola puede direccionarse al cuidado del medio ambiente?

Tabla 11

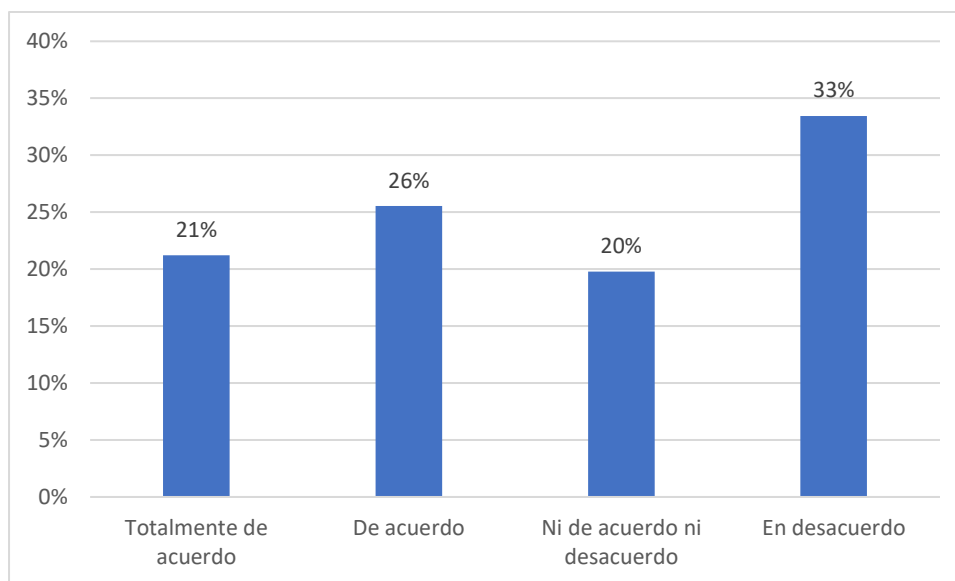
Impacto ambiental.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	59	21%
De acuerdo	71	26%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	55	20%
En desacuerdo	93	33%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 11

Impacto ambiental.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Considerando al impacto ambiental y la creación de una granja avícola se optó por realizar una encuesta, la cual los datos evidencian que el 33% manifestó estar en desacuerdo, mientras el 20% mencionó no estar de acuerdo ni desacuerdo, con estos resultados se considera que los pobladores tienen la percepción que una granja avícola implica muchos desechos, no obstante, este resultado es de mucha importancia para optar por cambiar la percepción de los futuros clientes.

Pregunta 10. Además de huevos, ¿Qué productos considera que la granja avícola debe ofrecer?

Tabla 12

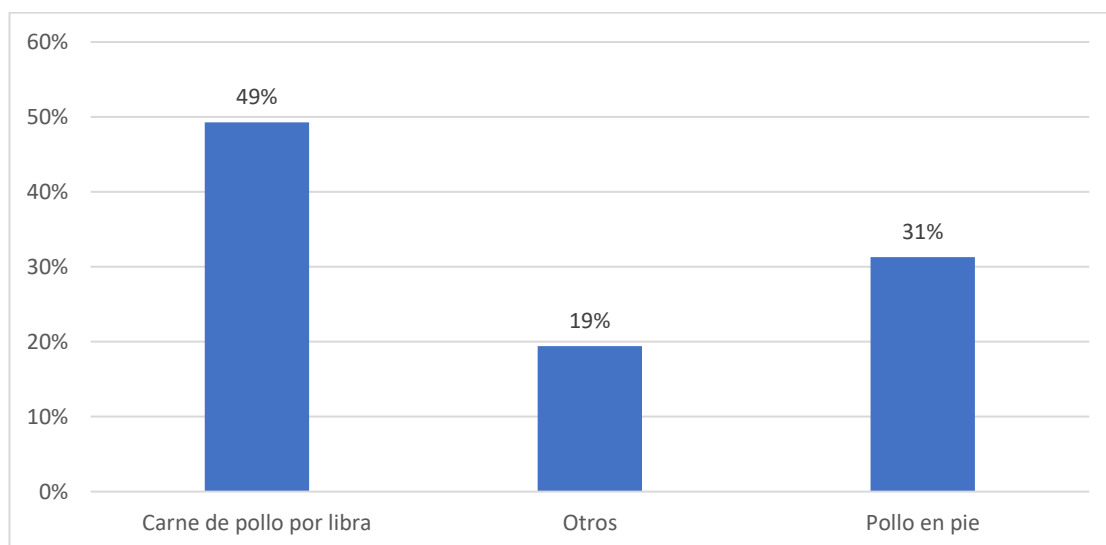
Otros productos.

Etiquetas de fila	Encuestados	Promedio
Carne de pollo por libra	137	49%
Otros	54	19%
Pollo en pie	87	31%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 12

Otros productos.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

A través de los datos recolectados en la comuna, con la aplicación de una encuesta para conocer qué productos consideran que la granja avícola debe ofrecer, los datos reflejaron que el 49% manifestó que se debe ofrecer carne de pollo por libra, mientras que el 31% pollo en pie, sin embargo, cabe mencionar que 19% consideran que se debe ofrecer un producto diferente. Se entiende positivamente que el producto con mayor porcentaje es de preferencia de la población y tiene una gran aceptación por parte de la comunidad.

Pregunta 11. ¿Considera usted factible la compra de productos directamente de la granja avícola?

Tabla 13

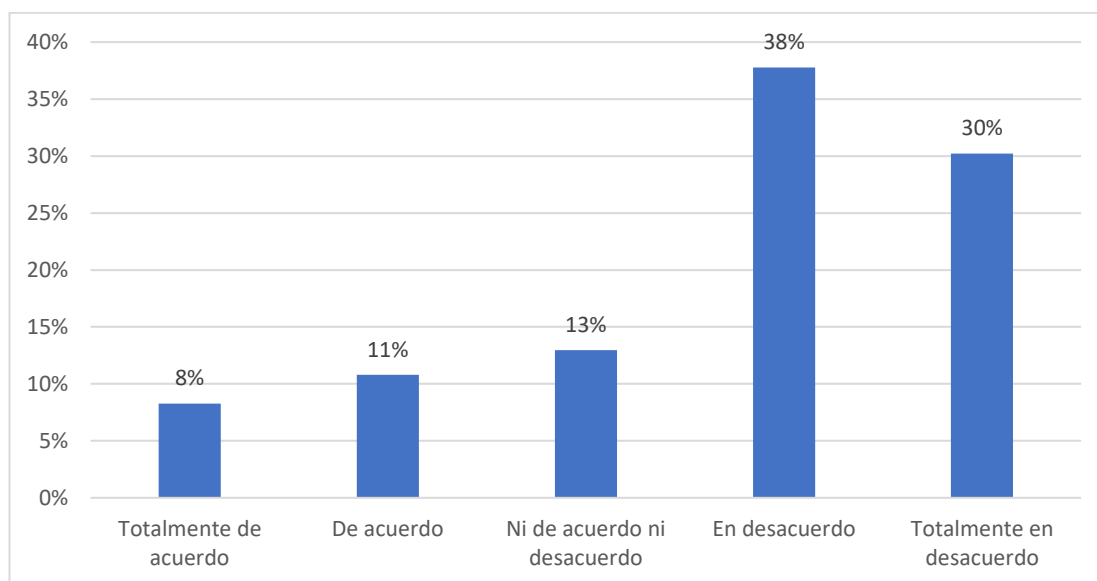
Compra directamente a la granja avícola.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	23	8%
De acuerdo	30	11%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	36	13%
En desacuerdo	105	38%
Totalmente en desacuerdo	84	30%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 13

Compra directamente a la granja avícola.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Según lo manifestado por los encuestados de la comunidad, 38% manifestó que están en desacuerdo con la posibilidad de que se realicen las compras directamente en la granja avícola, a diferencia a un pequeño porcentaje de 8% que manifestó a estar totalmente de acuerdo con la idea planteada. Finalmente, a través de los resultados se interpreta que es inoportuna tal posibilidad de compra.

Pregunta 12. ¿Considera usted que los productos de la granja avícola sean distribuidos directamente a las tiendas?

Tabla 14

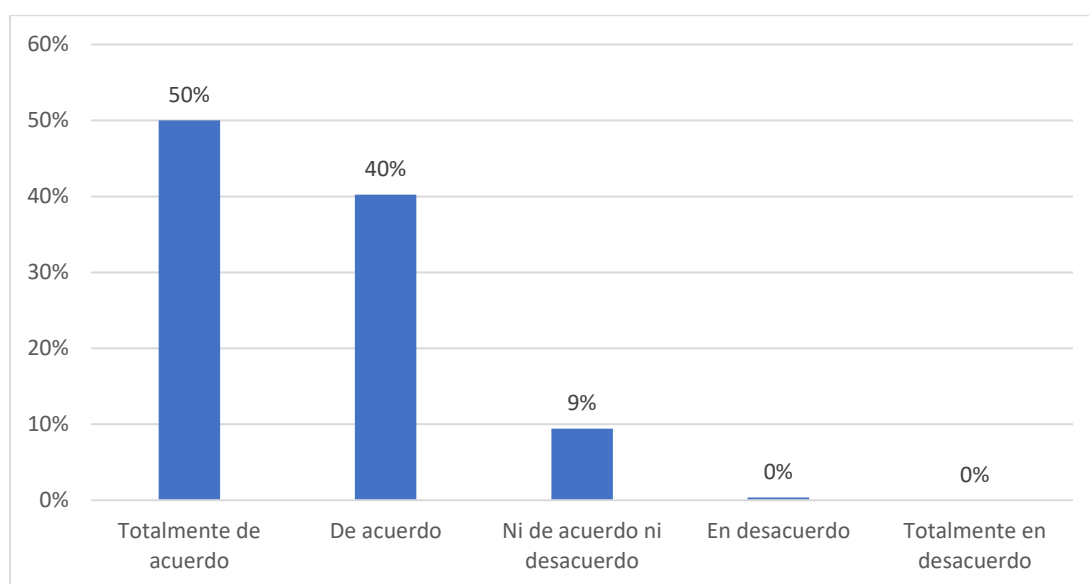
Distribución a tiendas.

Etiquetas de fila	Encuestados	Promedio
Totalmente de acuerdo	138	50%
De acuerdo	111	40%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	26	9%
En desacuerdo	1	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	276	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 14

Distribución directamente a tiendas.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

De acuerdo con la pregunta planteada, el 50% de los encuestados consideran estar totalmente de acuerdo con la posibilidad de que los productos se distribuyan directamente a las tiendas de la localidad, mientras que un 9% manifestó que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Teniendo en cuenta estos datos es conveniente realizar la distribución directa a las tiendas del sector.

Pregunta 13. ¿Considera usted que las tiendas poseen la capacidad de ser puntos de distribución de calidad?

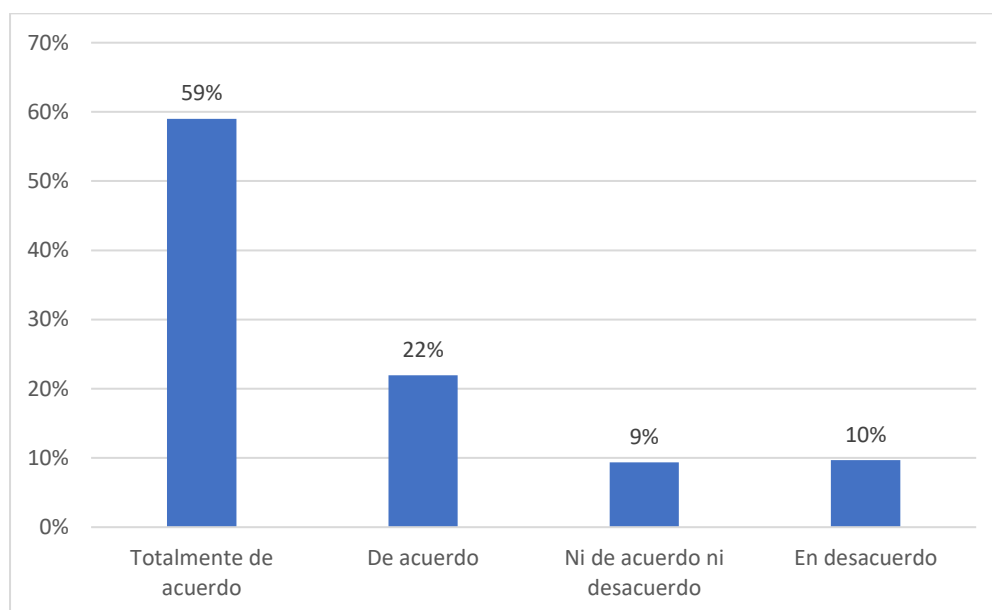
Tabla 15

Capacidad de tiendas.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	164	59%
De acuerdo	61	22%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	26	9%
En desacuerdo	27	10%
Total	278	100%

Figura 15

Capacidad de tiendas.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Con los datos recolectados a través de la encuesta se puede evidenciar en la figura 13 que 59% de encuestados consideran estar completamente de acuerdo con lo planteado en la pregunta, al contrario, apenas el 10% dice estar en desacuerdo. Interpretando estos resultados podemos considerar la aceptación que tienen los ciudadanos con realizar compras en la comunidad y opinan que las tiendas están en la capacidad de ser puntos de distribución de calidad en la comuna Río Seco.

Pregunta 14. ¿Considera usted que los precios manejados en el mercado son los adecuados para los productos avícolas?

Tabla 16

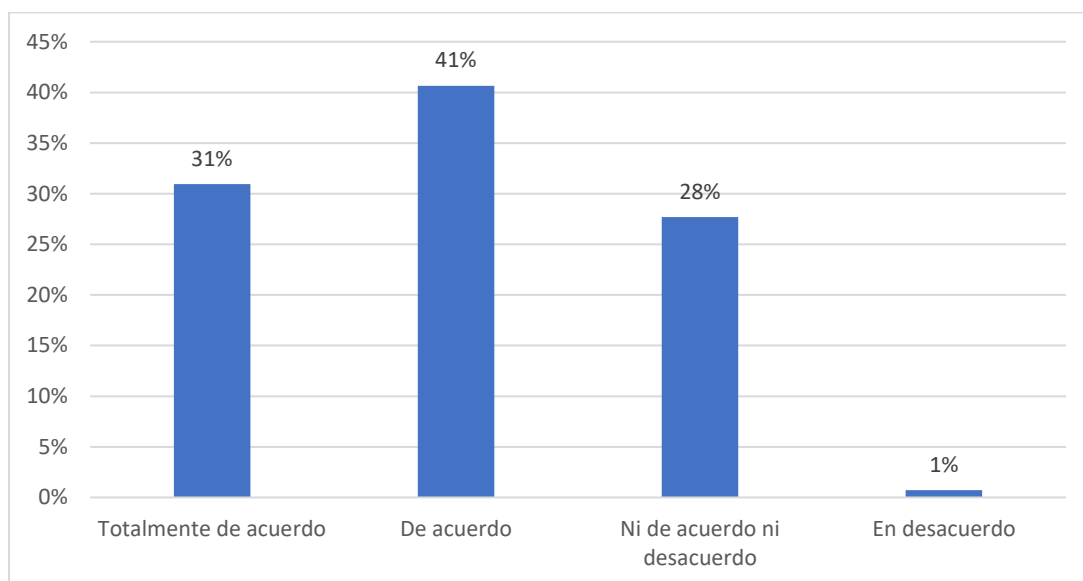
Precios del mercado.

Etiquetas de fila	Encuestados	Promedio
Totalmente de acuerdo	86	31%
De acuerdo	113	41%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	77	28%
En desacuerdo	2	1%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 16

Precios del mercado.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Se realizó el levantamiento de información mediante una encuesta, donde del total de encuestados, el 41% consideran estar de acuerdo con los precios que actualmente se manejan en el mercado, por otro lado, apenas un 1% está en desacuerdo con esta indagación. La granja avícola debe establecer precios considerando a los del mercado actual tomando si es conveniente.

Pregunta 15. ¿A través de qué medios le gustaría obtener información de la granja avícola?

Tabla 17

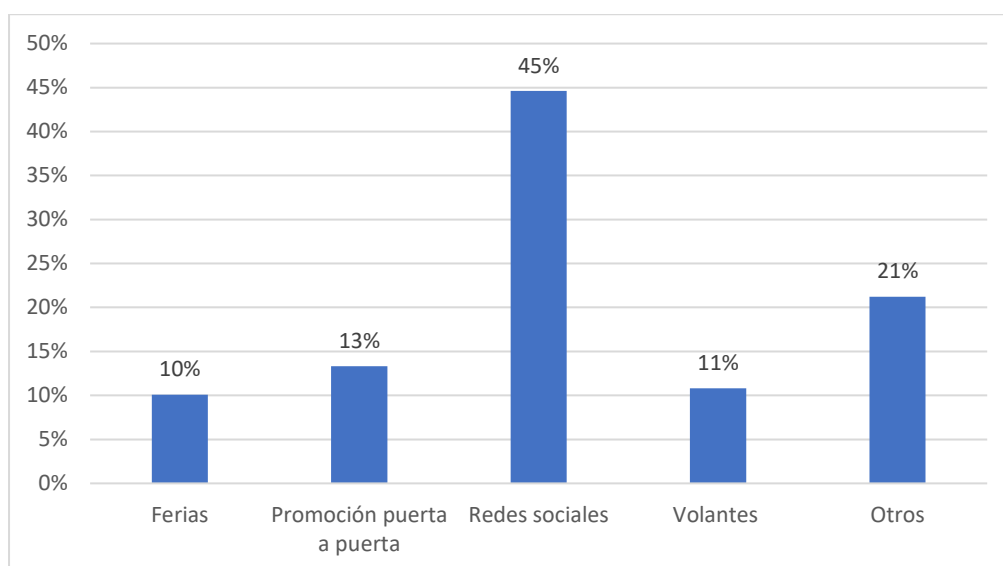
Medios de difusión.

Etiquetas de fila	Encuestados	Promedio
Ferias	28	10%
Promoción puerta a puerta	37	13%
Redes sociales	124	45%
Volantes	30	11%
Otros	59	21%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 17

Medios de difusión.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

De acuerdo a los datos recolectados a través de una encuesta realizada a los habitantes de la comunidad, el 49% manifestó que el medio con el cual les gustaría recibir información relacionada con la granja avícola son las redes sociales, por otro lado, el 10% de moradores optan por la realización de ferias para la obtención de información.

Pregunta 16. ¿Con qué frecuencia consume medios de difusión de información?

Tabla 18

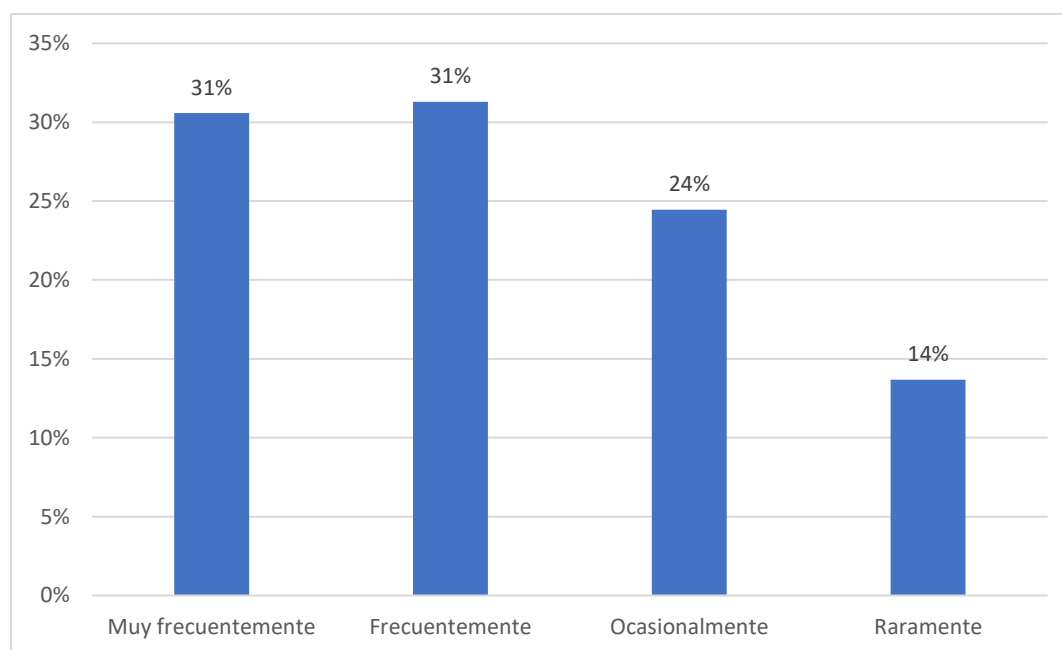
Medios de difusión.

Etiquetas de fila	Encuestados	Porcentaje
Muy frecuentemente	85	31%
Frecuentemente	87	31%
Ocasionalmente	68	24%
Raramente	38	14%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 18

Medios de difusión.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

De acuerdo con los datos recolectados, se puede evidenciar que gran parte de los encuestados consideraron muy frecuente y frecuentemente sumando un 62% entre ambas variables. Dado estos resultados podemos considerar que la población está al tanto de los medios de comunicación, que es factible la realización de publicidad en cualquier medio antes mencionado.

Pregunta 17. ¿Qué ofertas y promociones considera que sean atractivas para la promoción de los productos de la granja avícola?

Tabla 19

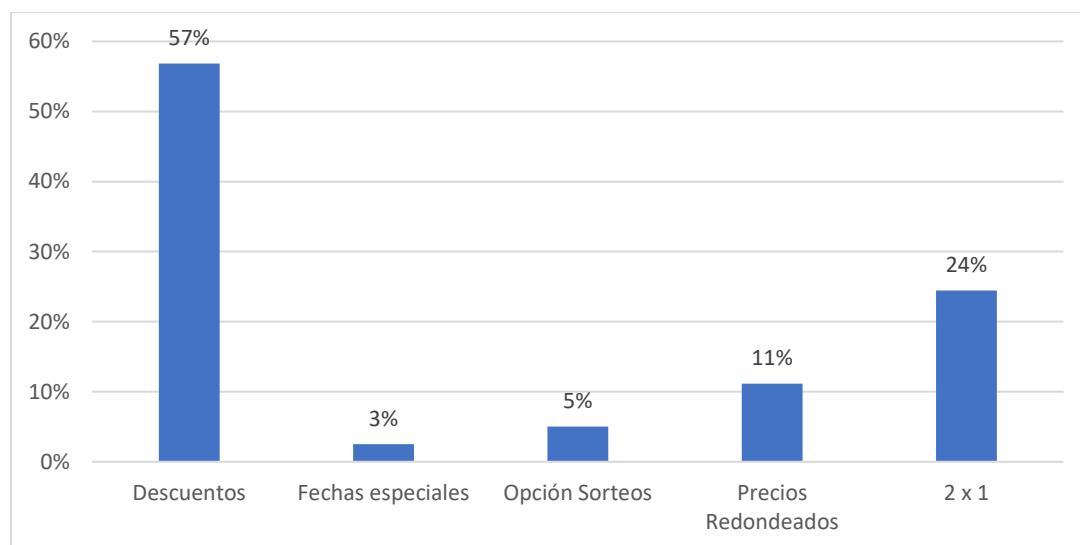
Actividades para la captación de clientes.

Etiquetas de fila	Encuestados	Promedio
Descuentos	158	57%
Fechas especiales	7	3%
Opción Sorteos	14	5%
Precios Redondeados	31	11%
2 x 1	68	24%
Total	278	100%

Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Figura 19

Actividades para la captación de clientes.



Nota. Encuesta aplicada a los habitantes de la comuna Río Seco.

Se puede evidenciar a través de la figura 15 información respecto a las actividades que optaría la granja avícola para la captación de clientes, estos resultados son el reflejo de datos que se obtuvieron a través de una encuesta a los habitantes de la comuna donde el 57% optaron por los descuentos como la actividad principal a realizar, mientras que apenas un 3% consideró a las fechas especiales, finalmente esta indagación es de mucha importancia y muestra lo que específicamente llama la atención a la población.

Discusión.

Teniendo en cuenta los instrumentos utilizados en esta respectiva investigación para obtener información del entorno externo, y su población con la temática estudio de mercado para la creación de una granja avícola.

En las generalizaciones anteriores y a partir de los datos recopilados, se comprueba que la instalación de una granja avícola productora de huevo es una buena oportunidad de negocio, y esto tiene relación con lo que mantiene Cáceres y Vargas (2019) en su tesis titulada “*Análisis comparativo del estudio de mercado para la pre factibilidad de establecer una granja avícola productora de huevos en la ciudad de Arequipa*”, ya que, con una óptima determinación de producción de huevos, detectando el mercado objetivo y eligiendo un canal de comercialización adecuado es conveniente su realización, en consecuencia, los datos recolectados para el presente estudio de mercado muestra una ligera similitud, en como existe aceptación por parte del mercado por ende es positivo considerar la realización del proyecto planteado.

Por consiguiente, de acuerdo a los datos recolectados a través de las encuestas realizadas en la comuna Río Seco, los datos son favorables en cuanto a la aceptación en la población para la creación de una granja avícola y aceptación en términos de mercado, posteriormente a determinar la existencia de oferta y demanda cabe recalcar tener en cuenta exactamente los puntos de distribución a considerarse, la distancia y puntos de venta son temas de importancia a los clientes.

El levantamiento de información muestra que los ciudadanos de la comunidad ven factible recibir información por medio de las redes sociales y poder ofertar productos o promociones. Cabe recalcar que los principales factores que consideran los clientes al hacer compras son el precio y calidad, por lo tanto, determinando la factibilidad y aceptación, es necesario realizar una estructura que beneficie la calidad de procesos y actividades de producción que vaya acorde a la economía establecida, esto impulsa la calidad del producto final y analizar si los precios establecidos son los adecuados y no comprometen la rentabilidad de la propuesta.

Conclusiones.

El presente trabajo investigativo se elaboró basándose en un estudio de mercado, donde se analizó información relevante para la ejecución del proyecto planteado, como la existencia de oferta y demanda en la comuna Río Seco, también los factores más relevantes y analizar el nivel de aceptación por la mayor parte de la población, seguidamente, con los datos proporcionados a través de las encuestas, determinar si es viable la creación de una granja avícola en la comunidad, mencionando también a los negocios más significativos.

Así mismo, considerando los factores que intervienen en la creación de una empresa de acuerdo al primer objetivo planteado en la investigación, se concluyó que existe una conveniente oferta y demanda en la comunidad, cabe recalcar que la oferta es ejecutada por los mismos dueños que son los encargados la producción y ventas, mientras que la demanda, consta con una buena aprobación por parte de posibles clientes, en este mismo sentido se analizó acerca de productos que la población considera necesarios que se deben ofertar en una granja avícola.

Seguidamente con respecto al segundo objetivo específico y el análisis de los factores que intervienen ante el desarrollo del proyecto, la población considera dos destacados, los cuales son la ubicación, precio y calidad el producto, de este modo se comprende que los habitantes valoran que el proyecto planteado se desarrolle en la comunidad y que este se encuentre al alcance de los consumidores, posteriormente, en cuanto a los precios existe aceptación con respecto a los manejados en el mercado, sin embargo, estos no varían de manera significativa con los propuestos, además es necesario que los productos ofertados sean de calidad para la aceptación de la comunidad.

Con respecto al último objetivo planteado, el cual busca aportar al estudio de mercado determinando la aceptación de clientes potenciales para la creación de una granja avícola, se considera un porcentaje que realiza compras en mayores cantidades, además, de acuerdo con la ficha que ayudó a visualizar el entorno y por ende la capacidad de los negocios se considera a tres de ellos, los cuales cuentan con gran participación en el mercado, estos se valoran como puntos de ventas y por ende clientes potenciales que ayudarán a la comercialización de productos. Cabe recalcar que la aceptación de dichas tiendas no solo potenciaría el proyecto, sino el desarrollo en conjunto de toda la comunidad.

Recomendaciones.

Es de suma importancia conocer la situación actual del mercado e identificar el nivel de aceptación al iniciar con un emprendimiento, a base de esta idea, se recomienda realizar estudios de mercado periódicamente para determinar oferta, demanda y situación de mercado del sector, no solo al iniciar, también para la toma de decisiones de empresas ya constituidas

El aumento de la población es un factor importante para las actividades avícolas en los pueblos, en ese caso la oferta y demanda, de puede variar en el futuro, por ende, es de mucho beneficio la creación de una granja avícola pensando en el gran alcance de mercado próximo, con la realización de estudios que fomenten el desarrollo de las actividades y con la posible veracidad de la idea, mantener participación de los clientes hacia la granja, creando un vínculo cuyo fin es la difusión de la actividad a los ciudadanos.

La comuna Río Seco cuenta con un mercado positivo para los emprendimientos, por ende, se recomienda la creación del proyecto tomando a la comunidad como punto estratégico para su ubicación, mantener un estándar de precios considerando los de la competencia sin comprometer los costos de producción y sea una actividad sostenible.

Finalmente, se sugiere realizar estrategias de distribución considerando a las tiendas de la comunidad como puntos de comercialización, siendo estos, clientes potenciales para el proyecto del negocio, dar a conocer a las tiendas consideradas, los incentivos tanto económico como social, su participación en esta actividad evidenciaría el deseo de desarrollo por parte de ellos hacia el entorno. Es necesario evaluar todos los aspectos involucrados en cuanto a costos, beneficios y posibles riesgos que pueden presentarse al iniciar con la propuesta.

Referencias

- AGROCALIDAD. (2009). *Asamblea Nacional del Ecuador*.
- Alcaldía de Santa Elena. (2016-2017). *Gobierno Autonomo Descentralizado*.
- Arboleda Castro, M. E. (2021). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Departamento de Economía - Universidad Icesi.
- Arellano Paredes, P. D. (2022). *Repositorio Pucesa*. Repositorio Pucesa: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3443/1/77597.pdf>
- Arraut, L. C. (2019). *El arte de innovar: una cultura en empresas y asociaciones del sector de la construcción y afines departamento de Sucre. Núcleo 11: mejoramiento de capacidades gerenciales en empresas y asociaciones del sector de materiales de la construcción y afines*. Coporación Universitaria del Caribe - CECAR.
- Baque Villanueva, K. L., Viterí Intriago, D. A., Álvarez Gómez, K. L., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). *Revista Universidad y Sociedad*. Revista Universidad y Sociedad: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Cabezas Méndez, F. (2018). *Repositorio UTA*. Repositorio UTA: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28182/1/707%20MKT%20sp.pdf>
- Cáceres, D. J., & Vargas, Z. E. (2019). *Análisis comparativo del estudio de mercado para la prefactibilidad de establecer una granja avícola productora de huevos en la ciudad de Arequipa*. Universidad : https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/16022/1/CACERES_DURAND_JO_R_AVI.pdf
- Canalicchio, P. (2021). *eLibro.net*. eLibro.net: <https://elibro.net/es/ereader/upse/199884?page=20>.
- Cantos, G. A., & González, A. T. (2010). *Implementación de pequeñas granjas avícolas familiares para sectores de la comuna San Rafael, Cantón Santa Elena*. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/912/1/CANTOS%20GARCÍA%20ANDRÉS%20Y%20GONZÁLEZ%20ALVARADO%20TOMAS.pdf>
- Carrillo, K. (2019). La planificación tributaria como control interno en el proceso de ventas en materia de impuesto al valor agregado en los contribuyentes especiales. Caso: Distribuidora Industrial Disindca, C.A. I, 91.
- Compañías, L. d. (2017). *Compras públicas*. Compras públicas : https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución del Ecuador*.
- Crespo, G. (2021). *La gestión moderna de los recursos humanos*. Eudeba.
- Ecuador, C. d. (2018). *Sercop*. Sercop: https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Encalada Añazco, R. F., Peñaherrera Vásquez, D. L., & Gonzáles Illescas, M. L. (2021). *Los superalimentos como tendencia del mercado: Un análisis de las oportunidades para las empresas exportadoras*. Innova Research Journal.


- Fernandez, F. J. (2017). *Estudio de mercado: Guia para la elaboración de un estudio de mercado*. Lulu.com .
- Franco Ligenfet, M. I., de Paz Béñez, M., & Asensio Coto, M. J. (2017). *Estudio del mercado laboral del distrito V de Huelva*. Universidad de Huelva. [https://doi.org/FrancoLigenfet, M. I. Manuela A. de Paz Báñez & Asensio Coto, M. J. \(https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/44767](https://doi.org/FrancoLigenfet,M.I.ManuelaA.dePazBáñez&AsensioCoto,M.J.(https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/44767)
- Giraldo Olivados, M., Juliao Esparragoza, D., Acevedo Navas, C., & Cotes Escolar, J. (2016). *Gerencia de Marketing*. Universidad del Norte.
- Gómez, A. (Septiembre de 2021). *Repositorio UPSE*. Repositorio UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6795/1/UPSE-TAE-2022-0008.pdf>
- Guart, R, M., & López, J, B. (2020). *Editorial UOC*. Editorial UOC: <https://elibro.net/es/ereader/upse/167260?page=70>
- Hilario Gómez, S. (2020). *Desarrollo del talento y la creatividad en el puesto de trabajo*. Ediciones de la U.
- Holguín Alvarado, J. (Noviembre de 2017). *Repositorio pucese*. Repositorio pucese: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1434/1/HOLGUIN%20ALVARADO%20JESSICA%20MONCERRATE.pdf>
- Huerta Quintanilla, R. (30 de Noviembre de 2016). *Economía Unam*. Economía Unam: <http://www.economia.unam.mx/cienciaeco/pdfs/num8/03HUERTA.pdf>
- J. Polanco, Y., Santos, P., & A. dela Cruz, G. (2020). *Teoría y estructura organizacional*. Universidad Abierta para Adultos (UAPA).
- Martínez Conesa, E. Á. (2018). *INICIACIÓN EN LA ECONOMÍA Y GESTIÓN DE EMPRESAS*. Universidad Politécnica de Cartagena.
- Mazuera Arias, R., Albornoz Arias, N., Vivas García, M., Cuberos, M. A., Carreño Paredes, M. T., & Morffe Peraza, M. A. (2018). *Emprendimiento, empleabilidad y políticas: Una mirada globalizadora*. Ediciones Universidad SIM en Bolívar.
- Méndez, G. B. (Enero de 2017). *Estudio de pre- factibilidad para la implementación de una granja de gallinas ponedoras en la provincia de Chincha. (trabajo de investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración)*. (U. d. Lima, Ed.) https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/6089/Mendez_Grimaldi_Brunella.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2013). *Guía de buenas prácticas avícolas*.
- Ministerio del Ambiente. (2009). *Asamblea Nacional del Ecuador*.
- Nájera Ochoa, J. (2018). Oportunidades de Negocio y Tendencias Medioambientales . *Universidad y Empresa*, 38. <https://doi.org/10.12804>
- Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata.
- Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano. (2013). *Asamblea Nacional del Ecuador*.
- Review, H. B. (2021). *Cómo crear un plan de negocio*. Editorial Reverté.

- Ricardo Toscano, T. R. (2019). *INTRODUCCION A LA ECONOMIA*. Guayaquil: Grupo Compás.
- Rodriguez , I., & Ammettler, G. A. (2018). *Principios y Estrategias de Marketing. Vol. 1*. Editorial UOC. <https://doi.org/https://elibro.net/es/ereader/upse/105591>
- Santos, Y. S. (2020). *Estudio de factibilidad de la implementación de una granja avícola de pollo de engorde semitecnificada en la comuna Rio Verde*. <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/5652/UPSE-TIA-2020-0023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Trejo Nieto, A. (2017). *Localización manufacturera, apertura comercial y disparidades regionales en México*. El Colegio de México.
- Uribe Palacios , V. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. Editorial Uniagustiniana.
- Xie, Y. M. (2020). *Marketing digital: navegando en aguas digitales (2a, ed.)*. Ediciones de la U.
- Zambrano Panezo, J. L. (2019). *repositorio.upse*. [repositorio.upse: https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5206/1/UPSE-TAE-2019-0138.PDF](https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5206/1/UPSE-TAE-2019-0138.PDF)

Apéndice

Figura 20

Solicitud de validación de instrumentos.



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

La Libertad, 25 de enero de 2023


Ingeniero:
ING. SABINA VILLÓN, MGS.
Docente de la Carrera de Administración de Empresas

Reciba un cordial saludo.

Yo, **Edward Xavier Pozo Pozo** con C.I. 2400325573, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, conocedor de su alta capacidad profesional, me permito solicitar a usted, su valiosa colaboración como experto en validación de los instrumentos de recolección de datos para su respectiva aplicación del área de competencia, importante para el desarrollo de la siguiente investigación: **“Estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena, año 2022”**, trabajo presentado como requisito para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutoría académica del Eco. Hugo Álvarez, MSc. Adjunto la matriz tanto de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo a usted.

Atentamente.


C.I.: 2400325573

UPSE, crece sin límites

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec










Figura 21

Certificado de validación de instrumentos.



**Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas**

**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **“Estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena, año 2022”** planteado por el estudiante Edward Xavier Pozo Pozo, doy por validado el siguiente formato presentado.

1. Encuesta.

La herramienta anteriormente mencionada refleja pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario de el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 25 de enero de 2023



Ing. Sabina Villón, MGS.
Docente de la Carrera de Administración de Empresa

UPSE, crece sin límites

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Nota: aprobación de los instrumentos

Figura 22

Ficha de informe de opinión de expertos.



Facultad de Ciencias Administrativas
Administración de Empresas

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la investigación: Estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena, año 2022.

Autor del instrumento: Edward Xavier Pozo Pozo

Nombre del instrumento: Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.				✓	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.				✓	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					✓
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				✓	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					✓

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (✓) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha:

Firma del Experto Informante
Ing. Sabina Villón, MGS.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE
SANTA ELENA.
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**



ENCUESTA

Objetivo: Obtener información que sirva de base para el desarrollo del trabajo de investigación titulado “Estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena, año 2022”.

Edad

18 a 29 años	
30 a 39 años	
40 a 49 años	
50 en adelante	

Género

Masculino	
Femenino	

1. ¿Con qué frecuencia consume huevos en su dieta habitual?

Muy frecuentemente	
Frecuentemente	
Ocasionalmente	
Raramente	
Nunca	

2. ¿Motivo por el cual consume huevos habitualmente?

Nutritivo	
Económico	
Fácil preparación	

Otro	
------	--

3. ¿En qué lugar realiza compras de este producto?

Mercados	
Tiendas del Barrio	
Fuera de la localidad	
A través de distribuidores	
Otros	

4. ¿Qué aspectos considera usted importante al momento de realizar una compra?

Precio	
Presentación	
Calidad del producto	
Otros	

5. ¿Qué cantidad de huevos compra habitualmente?

Unidad	
Docena	
Cubeta x 30 unidades	
Por mayor + 30	

6. ¿Considera que los precios considerados para la venta son los adecuados?

Unidad 0,15 \$	Docena 1,75 \$	Cubeta 3,50 \$
----------------	----------------	----------------

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

7. ¿Considera que la comuna Río Seco sea el lugar idóneo para la creación de una granja avícola?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

8. ¿Considera que la ubicación es un factor relevante para la captación de clientes en la comunidad?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

9. ¿De acuerdo al impacto ambiental, considera que una granja avícola puede direccionarse al cuidado del medio ambiente?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

10. Además de huevos, ¿Qué productos considera que la granja avícola debe ofrecer?

Pollo en pie	
Carne de pollo por libra	
Otros	

11. ¿Considera usted factible la compra de productos directamente de la granja avícola?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	

En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

12. ¿Considera usted que los productos de la granja avícola sean distribuidos directamente a las tiendas?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

13. ¿Considera usted que las tiendas poseen la capacidad de ser puntos de distribución de calidad?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

14. ¿Considera usted que los precios manejados en el mercado son los adecuados para los productos avícolas?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

15. ¿A través de qué medios le gustaría obtener información de la granja avícola?

Promoción puerta a puerta	
Redes Sociales	
Ferias	

Volantes	
Otros	

16. ¿Con que frecuencia consume medios de difusión de información?

Muy frecuentemente	
Frecuentemente	
Ocasionalmente	
Raramente	
Nunca	

17. ¿Qué ofertas y promociones considera que sean atractivas para la promoción de los productos de la granja avícola?

Descuentos	
Sorteos	
Fechas especiales	
Precios Redondeados	
2 x 1	

Figura 23

Tabulación de la encuesta.

Unidad

Edad	Género	¿Con qué frecuencia?	¿Motivo por el cual?	¿En qué lugar realiza?	¿Qué aspectos con?	¿Qué cantidad de unidades?	¿Considera que los?	¿Considera que la calidad?	Además de huevos?	¿Considera usted que?	¿Considera usted que?	¿Considera usted que?	¿Considera usted que?
18 a 23 años	Femenino	Ocasionalmente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Docena	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales
18 a 23 años	Masculino	Frecuentemente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Docena	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Promoción puerta a p
40 a 49 años	Masculino	Frecuentemente	Fácil preparación	Mercados	Precio	Cubeta x 30 unidades	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Feías
18 a 23 años	Femenino	Frecuentemente	Nutritivo	Mercados	Precio	Docena	En desacuerdo	De acuerdo	Pollo en pie	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
30 a 39 años	Femenino	Ocasionalmente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Cubeta x 30 unidades	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Ni de acuerdo ni des:	De acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
18 a 23 años	Femenino	Ocasionalmente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Feías
18 a 23 años	Femenino	Frecuentemente	Nutritivo	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Ni de acuerdo ni des:	De acuerdo	De acuerdo	Promoción puerta a p
30 a 39 años	Masculino	Ocasionalmente	Económico	Mercados	Precio	Docena	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales
40 a 49 años	Masculino	Frecuentemente	Económico	Mercados	Precio	Cubeta x 30 unidades	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Ni de acuerdo ni des:	De acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
30 a 39 años	Femenino	Ocasionalmente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
18 a 23 años	Femenino	Ocasionalmente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Volantes
40 a 49 años	Femenino	Frecuentemente	Económico	A través de distribuid.	Precio	Cubeta x 30 unidades	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni des:	De acuerdo	Volantes
40 a 49 años	Femenino	Muy frecuentem.	Nutritivo	A través de distribuid.	Calidad del producto	Cubeta x 30 unidades	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales
18 a 23 años	Femenino	Muy frecuentem.	Nutritivo	Mercados	Precio	Cubeta x 30 unidades	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Pollo en pie	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
40 a 49 años	Masculino	Muy frecuentem.	Nutritivo	A través de distribuid.	Presentación	Por mayor 2+ cubeta	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales
18 a 23 años	Femenino	Frecuentemente	Económico	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales
40 a 49 años	Femenino	Frecuentemente	Económico	Mercados	Presentación	Docena	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Pollo en pie	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Volantes	
18 a 23 años	Femenino	Raramente	Económico	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	De acuerdo	Pollo en pie	Ni de acuerdo ni des:	De acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
18 a 23 años	Femenino	Frecuentemente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Ni de acuerdo ni des:	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales
18 a 23 años	Masculino	Ocasionalmente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Pollo en pie	De acuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales
30 a 39 años	Masculino	Ocasionalmente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Otros	Unidad	En desacuerdo	De acuerdo	Otros	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
23 40 a 49 años	Femenino	Muy frecuentem.	Nutritivo	Mercados	Precio	Docena	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Ni de acuerdo ni des:	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Feías
30 a 39 años	Masculino	Raramente	Fácil preparación	Mercados	Precio	Docena	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Promoción puerta a p
40 a 49 años	Femenino	Ocasionalmente	Fácil preparación	A través de distribuid.	Calidad del producto	Docena	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Pollo en pie	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Volantes
40 a 49 años	Masculino	Raramente	Económico	Tiendas del barrio	Calidad del producto	Docena	En desacuerdo	En desacuerdo	Carne de pollo por lib.	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Redes sociales
27 30 a 39 años	Masculino	Ocasionalmente	Económico	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Ni de acuerdo ni des:	De acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Promoción puerta a p
28 40 a 49 años	Masculino	Frecuentemente	Nutritivo	Mercados	Precio	Unidad	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
18 a 23 años	Femenino	Frecuentemente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	De acuerdo	Pollo en pie	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Redes sociales
30 a 39 años	Femenino	Frecuentemente	Económico	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Promoción puerta a p
31 30 a 39 años	Masculino	Ocasionalmente	Económico	Mercados	Precio	Docena	En desacuerdo	De acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales
32 18 a 23 años	Femenino	Ocasionalmente	Fácil preparación	Tiendas del barrio	Precio	Unidad	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Carne de pollo por lib.	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni des:	Redes sociales

Nota: recopilación de datos para la tabulación.

Figura 24

Ficha de observación.



Ficha de observación no estructurada.
**UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE
 SANTA ELENA**
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



FICHA DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

Objetivo: considerar a los negocios de la comunidad, determinar emprendimientos con mayor acogida por parte de clientes.

Objeto de estudio: Comuna Rio Seco

TIENDA BENDICIÓN DE DIOS



Nota: Foto tomada por el autor

Tienda con mayor acogida por parte de los pobladores de la comunidad, cuenta con excelente gestión publicitaria, está ubicada en un lugar céntrico, al alcance de todos y también ofrece productos como huevos y carne de pollo por libra. Sin embargo, se pudo evidenciar que los huevos son de procedencia desconocida, distribuidos por comerciantes externos a nuestra comunidad, no obstante este local es muy conocido por a variedad de productos y sin escasez.

TINEDA MELISA



Nota: Foto tomada por el autor

Posteriormente, este local ofrece productos como víveres por mayor y menor, cuenta con una buena estructura y excelente posición en el mercado. Los productos son trasladados desde lugares fuera de la comunidad, este local no cuenta con venta de carne de pollo por libra, solo huevos, sin embargo, se consideró la mención por tener mucha afluencia de clientes.

TIENDA SHIRLEY



Nota: Foto tomada por el autor

Evidentemente, podemos constatar que este negocio es un poco discreto en cuanto a publicidad; sin embargo, tiene gran acogida por parte de los pobladores, realiza también ventas de productos como carne de pollo, huevos y todo lo relacionado con viveres. A pesar de la falta de publicidad se encuentra en una ubicación atractiva para la ciudadanía, es lo esencial e importante para los comercializadores, puesto que al ser de otros lugares buscan a locales con estas características, atractivo y con gran alcance de clientes.

Nota: Información recopilada enfocada a negocios de la comuna Rio Seco

Figura 25

Evidencia de las tutorías.



Nota: Evidencia de las tutorías.

Figura 26

Evidencia tutorías finales.



Nota: Evidencia de las tutorías, correcciones finales.

Figura 27

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, Provincia de Santa Elena, año 2022	¿De qué manera aporta la realización de un estudio de mercado a la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco?	Objetivo general: Desarrollar un estudio de mercado para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena Objetivos específicos 1. Identificar la existencia de oferta y demanda para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, Provincia de Santa Elena. 2. Analizar los factores que intervienen para la creación de este proyecto en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena. 3. Determinar la aceptación de clientes potenciales para la creación de una granja avícola en la comuna Río Seco, provincia de Santa Elena.	Variable 1 Estudio de mercado.	Demanda	Mercado potencial Tendencia del mercado	Enfoque Cuantitativo Alcance Descriptivo Métodos Inductivo Analítico Diseño de muestreo Población 1003 Muestra 278 Instrumentos Cuestionario (Encuesta) Ficha de observación
	Sistematización del problema			Oferta	Comportamiento del mercado	
	¿Cuál es la situación actual del mercado en la comuna Río Seco, Provincia Santa Elena?			comercialización	Posicionamiento Distribuidores	
	¿Qué factores intervienen para el desarrollo de este proyecto en la comuna Río Seco, Provincia de Santa Elena?		Variable 2 Creación de negocio	Organigrama	Puestos de trabajo Perfil del trabajador	
	¿Existen clientes potenciales que impulsen el desarrollo de este proyecto en la comuna Río Seco?			Recursos	materiales financieros tecnológico	
				Localización	Ubicación Medio Ambiente	

Nota: Información de la matriz de consistencia

Figura 28

Cronograma del trabajo de integración curricular.



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CRONOGRAMA DE TUTORÍAS DE TITULACIÓN



MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

No.	Actividades	2022												2023					
		OCTUBRE			NOVIEMBRE				DICIEMBRE					ENERO DE 2023			FEBRERO 2023		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
		10-15	17-22	24-29	31Oct-5Nov.	7-12	14-19	21-26	28Nov-3Dic	5-10	12-17	19-23	26-30	2-7	9-14	16-21	23-27	30Ene-3Feb	6-10
1	Revisión de propuesta de temas de investigación (anteproyecto).																		
2	Correcciones de la propuesta.																		
3	Entrega de informe al director (tema para ser aprobado por Consejo).																		
4	<i>Desarrollo del Trabajo de Integración Curricular:</i>																		
5	Introducción.																		
6	Capítulo I Marco Referencial																		
7	Capítulo II Metodología																		
8	Capítulo III Resultados y Discusión																		
9	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																		
10	Elaboración del Certificado Anti plagio																		
11	Entrega de informe final por parte de los tutores (culminación de tutorías)																		

Nota: Registro de actividades del Trabajo de Integración

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

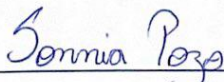
Yo, Ing. Sonnia Alexis Pozo Del Pezo, Mgtr. **Certifico:** Que he revisado la redacción y ortografía del Trabajo de Integración Curricular denominado: **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA AVÍCOLA EN LA COMUNA RÍO SECO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2022**, elaborado por el estudiante Pozo Pozo Edward Xavier, previo a la obtención del título de: **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Para efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- Se maneja con conocimiento y precisión en la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto, es de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en su uso de mis derechos como Magíster, recomiendo la **VALIDEZ ORTOGRÁFICA** de su Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas y deja a vuestra consideración el certificado de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,



Ing. Sonnia Pozo Del Pezo, Mgtr.
Registro SENESCYT 1023-2022-2499815
Cuarto Nivel