



Viabilidad del negocio de premezclas en la avicultura peruana

Trabajo de Investigación para optar el Grado de
Máster en Dirección de Empresas.

Janine Purbis Paulsen

Asesor:
Mtr. Pedro José de Zavala de Romaña

Lima, septiembre de 2022

NOMBRE DEL TRABAJO

**1b. Viabilidad del negocio de premezclas
en la avicultura peruana.pdf**

AUTOR

Janine Purbis

RECUENTO DE PALABRAS

6221 Words

RECUENTO DE CARACTERES

33438 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

38 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.5MB

FECHA DE ENTREGA

Sep 13, 2022 11:32 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 13, 2022 11:33 AM GMT-5**● 3% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 3% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 2% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref



Agradecimientos

Agradezco a mi esposo y mi hija por su apoyo y paciencia en éstos casi dos años de estudios y amigos del sector avícola y compañeros de trabajo por haberme brindado información valiosa para la elaboración de este documento de investigación y muy especialmente a mi asesor de tesis, Pedro José de Zavala, por su paciencia y sabios consejos, enseñándome además a pensar de una manera mucho más crítica y compleja.

Dedico este trabajo a mi querida abuelita Doris, que desde donde está sigue conmigo en cada paso que doy y que sin ella no hubiera logrado absolutamente nada de lo que hoy soy.



Resumen

El negocio de premezclas existe en la avicultura peruana debido a una necesidad de simplificar los procesos logísticos en las plantas de alimento. Si bien las premezclas responden a una necesidad real del sector productivo, éste negocio se encuentra bastante comoditizado, sin ningún diferencial entre las propuestas de premezclas de las empresas productoras, compitiendo básicamente por precio. El establecimiento de los precios en las premezclas se ven además desafiados constantemente por el alza y volatilidad de los costos en los micro insumos (vitaminas y minerales). Frente a las características de éste negocio, se realizó una comparación de los costos de los tres principales proveedores de premezclas, concluyéndose que la clave para lograr obtener la mayor rentabilidad posible es comprar la materia prima al menor precio posible, pues no existe espacio para incremento de precios.

Palabras clave: avícola; premezclas; aves; plan de negocios; insumos; vitaminas; minerales



Abstract

Premix business exists in the Peruvian poultry industry due to a need to simplify the logistics involved in the manufacture of these. Although the premixes respond to a real need, this business is quite commoditized, without any difference between the premix proposals of the producing companies, basically competing on price. The establishment of premixes prices is also challenged by the rise and volatility of micronutrients prices (vitamins and minerals). Given the characteristics of this business, a comparison of the three main premixes suppliers was made, concluding that the key to obtaining the highest possible profitability is to buy raw material at the lowest possible price, because there is no space to increase prices.

Keywords: poultry; premixes; birds; business plan; supplies; vitamins; minerals



Tabla de contenido

Introducción	115
Capítulo 1. Premezclas	17
Capítulo 2. Costeo de una premezcla de modelo avícola	19
2.1. Materia prima (MP).....	19
2.2. Mano de obra y GIF	20
2.2.1. Mano de obra directa (MOD)	21
2.2.2. Envases.....	21
2.2.3. Gastos de indirectos de fabricación (GIF)	21
2.2.4. Cálculo de los factores MOD – GIF.....	21
2.3. Carrier.....	21
Capítulo 3. Mercado de premezclas en el sector avícola	23
3.1. Participación de premezclas en el costo de producción	23
3.2. Tamaño de mercado.....	25
3.3. Principales proveedores y su propuesta comercial.....	25
3.4. Evolución de precios de premezclas	27
Capítulo 4. Comparación de costeo en premezclas vitamínico – minerales competidores	29
Capítulo 5. Análisis del mercado: costos de MP.....	31
5.1. Análisis del mercado: costos de MP	31
Capítulo 6. Planes de acción.....	33
Conclusiones.....	35
Lista de referencias bibliográficas	37