



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: PLAN DE DEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CADENA DE
ASADERO DE POLLOS EN EL SERTOR SUR DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO**

AUTOR/ A: SALAZAR ALBÁN JENNY MARICELA

TUTOR/ A: Mg. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez

TUTOR TÉCNICO: PhD. Diego José Donoso Vargas

QUITO - ECUADOR

AÑO: 2018



Quito DM, 27 de Agosto del 2018

Declaración de autoría de Trabajo

Yo, Jenny Maricela Salazar Albán, estudiante de la Universidad Tecnológica Israel de la República del Ecuador, DECLARO en forma libre y voluntaria que la presente investigación, Plan de negocios para la creación de una cadena de asadero de pollos en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, así como los contenidos desarrollados son propios de la autoría de la compareciente.

En consecuencia asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Y para su constancia se firma la presente.

Jenny Maricela Salazar Albán



Quito DM, 27 de Agosto del 2018

Certificación del Tutor Técnico

Yo, PhD. José Diego Donoso Vargas, en calidad de tutor técnico del Proyecto Integrador de Carrera designado por el área del conocimiento Administración de Empresas, de la Universidad Tecnológica Israel de la República del Ecuador, CERTIFICO que el tema del proyecto Integrador de Carrera: Plan de negocios para la creación de una cadena de asadero de pollos en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, de la estudiante: Jenny Maricela Salazar Albán, cumple con los requisitos técnicos planteados en la investigación.

Es todo lo que puedo expresar en honor a la verdad, faculto al estudiante a ejecutar uso del presente proyecto integrador de carrera, así como se autoriza la presentación del mismo para la defensa y evaluación por el tribunal respectivo.

PhD. José Diego Donoso Vargas



Quito DM, 27 de Agosto del 2018

Certificación del Tutor de Tesis

Yo, Msc. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez, en calidad de tutor del Proyecto Integrador de Carrera designado por el área del conocimiento Administración de Empresas, de la Universidad Tecnológica Israel de la República del Ecuador, CERTIFICO que el Tema del Proyecto Integrador de Carrera: Plan de negocios para la creación de una cadena de asadero de pollos en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, de la estudiante: Jenny Maricela Salazar Albán, cumple con los requisitos metodológicos planteado en la investigación.

Es todo lo que puedo expresar en honor a la verdad, facultando al estudiante a ejecutar uso del presente proyecto integrador de carrera, así como se autoriza la presentación del mismo para defensa y evaluación por el tribunal respectivo.

Msc. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Administración de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito, 27 de Agosto del 2018

Para Constancia firma:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL



DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis, está dedicado en primer lugar a Dios por brindarme la vida, por cuidar cada uno de mis pasos, porque me ha permitido alcanzar cada una de mis metas propuestas.

A mí querida familia por estar pendiente siempre de mí.

A mis Padres: Mariela y Briceño quienes han visto mis esfuerzos día a día, tras la culminación de esta carrera universitaria y lucha por alcanzarla.

A mis Hermanos: por compartirme momentos buenos y deseos de superación.

Jenny Maricela Salazar Albán



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por lo generoso que ha sido conmigo, me ha guiado por el camino del bien, me ha fortalecido para continuar y alcanzar mis objetivos.

Gracias a Dios por la vida, porque solo con vida se puede disfrutar de cada día.

A mi Hermosa Familia por apoyarme en cada decisión y proyecto, han inculcado en mí valores de perseverancia y constancia.

Gracias a la Universidad Israel por formarme y ser parte de ella profesionalmente.

Gracias a todas las personas que han compartido momentos agradables en el transcurso de la carrera universitaria.

Jenny Maricela Salazar Albán



PENSAMIENTO

“Una de la mejores cosas de la vida es que debemos interrumpir regularmente cualquier labor y concentrarnos en la comida”

Luciano Pavarotti

RESUMEN EJECUTIVO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CADENA DE ASADERO DE POLLOS EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

El crecimiento poblacional del sector sur de Quito ha generado la implementación de varios servicios públicos y privados en las Parroquias de Guamaní y Quitumbe, ocasionando grandes puntos de afluencia de personas que se dirigen a estos lugares por diferentes motivos, se observa el desarrollo de algunas actividades comerciales, no obstante se evidencia que el sector alimenticio se encuentra desatendido debido a la carencia de sitios de comida que satisfaga la necesidad del consumidor, en su economía costumbres y comodidades; por la razón expuesta se consideró necesario, elaborar un plan de negocios para la creación de una cadena de asadero de pollos en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, que permita satisfacer las necesidades del consumidor en las dos localidades de Guamaní y Quitumbe. La metodología que se empleó, fue mediante el método cuantitativo que utilizó la recolección de datos para poder medir las características de los fenómenos sociales, a través de la técnica de observación se indagó a diez locales del área de estudio en el cual se extrajo la población consumidora para determinar la muestra, la cual indica que se deben analizar 380 sujetos, distribuidos así, 157 encuestas se realizaron en la localidad de Guamaní y 223 encuestas se levantaron en la localidad de Quitumbe, con los datos analizado con el 94% de aprobación y a través del estudio de varios factores indican la rentabilidad del proyecto, por lo que se recomienda su ejecución.

PALABRAS CLAVES

Pollo asado, Rentabilidad del proyecto, Calidad de productos y servicios, satisfacer la necesidad del consumidor, Cadena Relámpago de Pollo.

ABSTRACT

BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A CHAIN OF ROASTED CHICKEN RESTAURANTS IN THE SOUTH OF THE METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO

The population growth of the southern area of Quito has generated the implementation of several public and private services in the Guamaní and Quitumbe areas, causing widespread numbers of people who go to these places for a variety of reasons, we observe the development of commercial activities, nevertheless it is evident that the alimentary sector is unattended due to the lack of canteens in order to satisfy the consumer needs, in the economy, customs and comfort. For this reason, it was considered the necessity of elaborating a business plan for the creation of a chain of roasted chicken restaurants in the south of the Metropolitan District of Quito, that allows satisfying consumer needs in the localities of Guamaní and Quitumbe. The methodology used is the quantitative method and data collection to measure the characteristics of social phenomena, through the observation technique, ten food outlets were investigated at the study area and then, a number of food consumers was extracted to determine the sample, it indicates that 380 people have to be interviewed and it is distributed this way, 157 surveys were conducted at the area of Guamaní and 223 surveys were conducted at the area of Quitumbe, the result of the data analyzed is 94% of approval and through the study of several factors, it shows the profitability of the project, so its execution is recommended.

KEYWORDS

Roasted chicken, Profitability of the project, Quality of products and services, consumer satisfaction, Chain of roasted chicken restaurants.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Declaración de autoría de Trabajo.....	ii
Certificación del Tutor Técnico.....	iii
Certificación del Tutor de Tesis	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
PENSAMIENTO.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xix
INTRODUCCIÓN.....	1
PROBLEMA	2
OBJETIVOS.....	2
Objetivo General.....	2
Objetivos específicos:.....	2
IDEA A DEFENDER.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	4
CAPITULO I.....	5
MARCO TEORICO	5
1.1 Contextualización espacio temporal del problema.....	5
1.1.1 Nivel Macro.....	5
1.1.2 Nivel Micro	6
1.2 Investigaciones previas sobre el objeto de estudio	7
1.2.1 Antecedente investigativo 1.....	7
1.2.2 Antecedente investigativo 2.....	7
1.2.3 Antecedente investigativo 3.....	8
1.2.4 Antecedente investigativo 4.....	8
1.3 Marco teórico conceptual	9
1.3.1 Plan de negocio.....	9

1.3.2 Estructura del plan de negocios	10
1.3.3 Misión y Visión	10
1.3.4 Matriz FODA.....	10
1.3.5 Producto y servicios	11
1.3.6 La ley de la demanda.....	11
1.3.7 Ley de la oferta	11
1.3.8 El marketing mix	12
1.3.9 Procesos y Procedimientos de Operación.....	12
1.3.10 Estudio Técnico	12
1.3.11 Materiales y suministros.....	13
1.3.12 Organización y el personal estratégico.....	13
1.3.13 Recurso humano	13
1.3.14 Proceso legal.....	13
1.3.15 Aspectos económicos y financieros.....	14
1.3.16 Financiamiento Requerido.....	14
1.3.17 Capital de trabajo.....	14
1.3.18 Estados financieros proforma y flujos de efectivos.....	14
1.3.19 El VAN.....	15
1.3.20 La TIR	15
1.3.21 Proceso Ambiental.....	15
1.3.22 Diagrama de Flujo	15
1.3.23 Calidad en producto y servicio	15
CAPÍTULO II.....	16
MARCO METODOLÓGICO	16
2.1 Enfoque metodológico de la investigación.....	16
2.2 Población	16
2.2.1 Muestra	17
2.3 Métodos empíricos y técnicas para la recolección de la información	18
2.3.1 Método Analítico.....	18
2.3.2 Método Inductivo	19
2.3.3 La Observación.....	19
2.3.4 La Encuesta.....	19
2.4 Formas de procesamiento de la información obtenida de la aplicación de los métodos y técnicas.....	19
2.4.1 Técnica de observación análisis	19

2.4.2 Ficha de observación directa	21
2.4.3 Análisis de datos de la técnica la encuesta	22
2.5 Operacionalización de Variables	26
2.6 Diagnóstico Matriz FODA CRUZADO	28
2.7 Determinación de la demanda	29
2.8 Determinación de la Oferta.....	30
2.9 Determinación de la demanda insatisfecha	31
CAPÍTULO III	32
3.1. PROCESO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL	32
3.1.1 Misión.....	32
3.1.2 Visión	32
3.1.3 Valores.....	32
3.1.4 Objetivos.....	32
3.1.5 Estrategias.....	32
3.1.6 Políticas	33
3.1.7 Organigrama Estructural	34
3.1.8 Funciones.....	34
3.1.9 Gestión Empresarial	36
3.2 PROCESO LEGAL	37
3.2.1 Compañía de Responsabilidad Limitada. Art.92 Ley de Compañías.....	37
3.2.2 Escritura de constitución-Estatus de la Compañía	37
3.2.3 Registro Mercantil	37
3.2.4 Los permisos de funcionamiento serán:	37
3.3 PROCESO TÉCNICO	38
3.3.1 Tamaño del proyecto	38
3.3.2 Infraestructura de la planta	38
3.3.3 Diagrama de la Planta.....	39
3.3.4 Maquinaria y Equipo	40
3.3.4.1 Capacidad instalada	40
3.3.4.2 Capacidad Instalada Área de Producción	40
3.3.4.3 Capacidad Instalada Área de Ventas	41
3.3.5 Localización.....	44
3.3.6 Macrolocalización	44
3.3.7 Factores de Localización	45

3.3.8 Microlocalización	45
3.4 PROCESO DE SERVUCCIÓN	47
3.4.1 Diagramas de Flujo – Solicitud de materia prima e insumos	47
3.4.2 Diagramas de Flujo – Preparación del Producto	48
3.4.3 Diagramas de Flujo – Servicio de Atención al Cliente	49
3.4.4 Diagrama de Flujo de la Gestión de Residuos.....	50
3.4.5 Cadena de Valor	51
3.5 PROCESO DE MARKETING	53
3.5.1 Producto.....	53
3.5.2 Precio	56
3.5.3 Plaza o distribución	57
3.5.4 Promoción.....	57
3.5.4.1 Imagen Publicitaria.....	59
3.6 PROCESO FINANCIERO	61
3.6.1 Plan de Inversión	61
3.6.1.1 Inversión Fija.....	61
3.6.1.2 Depreciaciones.....	65
3.6.2 Gastos de Constitución	67
3.6.3 Presupuesto de Costos de Producción	67
3.6.4 Presupuesto de Gastos Operacionales	68
3.6.5 Capital de trabajo.....	69
3.6.6 Inversión Total del Proyecto.....	70
3.6.7 Financiamiento del Proyecto	70
3.6.8 Determinación del costo más el margen de utilidad.....	70
3.6.9 Presupuesto de ingresos.....	71
3.6.10 Estados financieros	71
3.6.11 Estado de Resultados	71
3.6.12 Estado de Flujo del Efectivo.....	72
3.6.13 Evaluación del proyecto	74
3.6.13.1 Punto de Equilibrio.....	74
3.6.13.2 Valor Actual Neto (VAN)	76
3.6.13.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	77
3.6.13.4 Relación Beneficio/Costo	78
3.7 PROCESO AMBIENTAL.....	80

3.7.1 Certificados Municipales.....	80
3.7.2 Guía de prácticas ambientales para comercio básico: RESTAURANTES	81
3.7.3 La Guía de Prácticas Ambientales para el sector de Restaurantes contiene:.....	81
CONCLUSIONES.....	83
RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFIA	85
ANEXOS.....	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura plan de negocios	10
Figura 2. Ficha de Observación.....	21
Figura 3. Estructura plan de negocios	34
Figura 4. Principios de la Gestión Empresarial	36
Figura 5. Diagrama de planta Quitumbe	39
Figura 6. Diagrama de planta Guamaní.....	39
Figura 7. Local 1 Quitumbe.....	46
Figura 8. Local 2 Guamaní.....	46
Figura 9. Diagrama de Proceso, Solicitar de materia prima e insumos.....	47
Figura 10. Diagrama de Proceso, Preparación Producto	48
Figura 11. Diagrama de procesos, Servicio de Alimento a los Clientes	49
Figura 12. Diagrama de proceso, gestión de residuos	50
Figura 13. Cadena de valor	52
Figura 14. Evolución histórica del PIB.	53
Figura 15. Producto	54
Figura 16. Logotipo	54
Figura 17. Receta adobe	55
Figura 18. Empaque mesa	56
Figura 19. Empaque para llevar.....	56
Figura 20. Combo Relámpago de Pollos	58
Figura 21. Imagen Publicitaria de Combos	59
Figura 22. Facebook, página web.....	60
Figura 23. Tasa de Inflación Años	67
Figura 24. Punto de equilibrio	75
Figura 25. Certificados de funcionamiento	80
Figura 26. Gestión de residuos	81
Figura 27. Emisión Atmósfera y Aguas residuales	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nombre de Locales.....	17
Tabla 2 Tamaño de la Muestra	18
Tabla 3 Género	22
Tabla 4 Edad del consumidor	22
Tabla 5 Le gustaría tener cerca un local	22
Tabla 6 Veces de consumo al mes.....	23
Tabla 7 Personas que van con usted	23
Tabla 8 ¿Por qué consume?.....	24
Tabla 9 ¿Cuánto gasta?.....	24
Tabla 10 Preferencias de cualidades.....	25
Tabla 11 Día preferido de consumo	25
Tabla 12 Hora preferida de consumo	26
Tabla 13 Operacionalización de variables.....	27
Tabla 14 Matriz FODA CRUZADO	28
Tabla 15 Proyección de la Demanda	29
Tabla 16 Análisis de la Competencia	30
Tabla 17 Proyección de la oferta	31
Tabla 18 Demanda Insatisfecha.....	31
Tabla 19 Plan de Producción de Ventas	31
Tabla 20 Tamaño del proyecto, espacio físico	38
Tabla 21 Equipos y maquinarias de Producción	40
Tabla 22 Muebles y enseres de producción.....	41
Tabla 23 Utensilios y accesorios de producción	41
Tabla 24 Equipos y maquinarias de ventas	42
Tabla 25 Muebles y enseres salón	42
Tabla 26 Accesorios y menaje salón	43
Tabla 27 Equipos y muebles de administración	43
Tabla 28 Personal Requerido.....	44
Tabla 29 Localización	45
Tabla 30 Factores de Localización	45
Tabla 31 Precios de la competencia	56
Tabla 32 Maquinarias y herramientas de producción.....	61
Tabla 33 Maquinarias y enseres de producción	62
Tabla 34 Utensilios y accesorios de producción	62
Tabla 35 Maquinarias y enseres de ventas	62
Tabla 36 Equipos y maquinarias de ventas	63
Tabla 37 Accesorios y menaje salón	63
Tabla 38 Equipos, muebles y equipos de Administración	64
Tabla 39 Resumen inversión fija.....	64
Tabla 40. Depreciación área de producción Elaborado: Autora.....	65
Tabla 41. Depreciación área de ventas Elaborado: Autora	65
Tabla 42. Depreciación área de administración.....	65
Tabla 43 Gastos de Constitución	67
Tabla 44 Costos de producción	68

Tabla 45 Gastos operacionales	68
Tabla 46 Cuadro Resumen para calcular el capital de trabajo	69
Tabla 47 Inversión total del proyecto	70
Tabla 48 Financiamiento del proyecto	70
Tabla 49 Costo más margen de utilidad	71
Tabla 50 Presupuesto de ingresos.....	71
Tabla 51 Estado de resultados	72
Tabla 52 Estado de Flujo de Efectivo.....	73
Tabla 53 Costos fijos y variables.....	74
Tabla 54 Datos cálculo del VAN.....	76
Tabla 55 Flujos netos VAN.....	76
Tabla 56 Flujos netos TIR	77
Tabla 57 Relación beneficio/ costo	78
Tabla 58 Periodo de recuperación de la inversión.....	79

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA	87
ANEXO 2. MATERIA PRIMA DIRECTA	89
ANEXO 3. MATERIA PRIMA INDIRECTA.....	90
ANEXO 4. MENAJE Y ACCESORIOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	91
ANEXO 5. MATEARIALES DE ASEO INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	92
ANEXO 6. PERSONAL REQUERIDO	93
ANEXO 7. PERSONAL GERENTE	93
ANEXO 8. PERSONAL CONTADOR- FINANCIERO.....	93
ANEXO 9. PERSONAL SUPERVISOR	93
ANEXO 10. MANO DE OBRA DIRECTA COCINERO.....	94
ANEXO 11. MANO DE OBRA DIRECTA MESERO	94
ANEXO 12. MANO DE OBRA INDIRECTA CAJERO.....	94
ANEXO 13. GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	95
ANEXO 14. GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	95
ANEXO 15. VALOR RESIDUAL ACTIVOS	95
ANEXO 16. GASTOS ÚTILES DE LIMPIEZA.....	96
ANEXO 17. GASTO ÚTILES DE ASEO	96
ANEXO 18. GASTOS ARRIENDOS.....	96
ANEXO 19. GASTOS DE VENTA PUBLICIDAD.....	96
ANEXO 20. PATENTE MUNICIPAL	97
ANEXO 21. R.U.C	98
ANEXO 22. LICENCIA ÚNICA DE FUNCIONAMIENTO	99
ANEXO 23. R.U.C	100
ANEXO 24. REGISTRO TURÍSTICO.....	101
ANEXO 25. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO ARCSA.....	102

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, ha demostrado un incremento en su población en los últimos años, ha necesitado de infraestructuras y servicios que satisfaga las necesidades básicas de las personas, las autoridades estatales se han pronunciado con levantamientos de centros de salud, centros comunitarios, centros educativos, planes en ejecución como el metro de Quito y otros.

Es preciso mencionar la Terminal Sur Ecovía Guamaní, porque es un sistema de transporte que ha ocasionado gran movimiento de individuos su funcionamiento tuvo lugar en diciembre del año 2016, beneficiando a 180.000 usuarios, de esta misma forma se espera contar con el metro de Quito, su instalación como parada inicial en Quitumbe producirá la acogida de un sin número de usuarios, cabe resaltar que actualmente en Quitumbe se encuentra la terminal interprovincial.

Las edificaciones de entidades públicas y privadas del sector generan puntos de afluencias de personas que se dirigen a estos lugares por diferentes motivos ya sea por trabajo estudios, viajes, trámites y otros, se evidencia empíricamente que esta aglomeración de personas se encuentra desatendidas en cuanto al servicio alimentario, debido a la escasez de locales de comida que brinden servicios de calidad, el consumidor no es atraído por estos sitios alimenticios que existen en el lugar, ya que los productos que ofertan no cumplen con sus expectativas.

Es fundamental enfatizar la población de la parroquia de Guamaní y la parroquia de Quitumbe porque son las zonas en donde se sitúa la problemática, la gran cantidad de personas que frecuenta estos lugares a diario, han creado dinamismo comercial, no obstante, en el ámbito alimenticio es ineficiente por la falta de locales de comida que brinden alimentos nutritivos y con un buen sabor.

Las diferentes actividades que se llevan a cabo en el sector, por las personas que trabajan, los estudiantes, emprendedores y las mismas personas que se movilizan de norte a sur o viceversa, tienen algo en común llevan un tipo de vida acelerado, que no les alcanza el tiempo para preparar sus alimentos, o tan solo quieren deleitar a su paladar con una comida distinta de la que preparan en sus casas.

PROBLEMA

El desarrollo de la población del sector sur de Quito, ha generado puntos de afluencia de personas, como son las parroquias de Guamaní y Quitumbe, que se encuentran desatendidas en la parte alimenticia, debido a la carencia de sitios de comida adecuados que satisfaga la necesidad del consumidor, en su economía, costumbres y comodidades.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la creación de una cadena de asadero de pollos en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, que permita satisfacer las necesidades del consumidor.

Objetivos específicos:

1. Fundamentar teóricamente el plan de negocios, que permita sustentar la propuesta.
2. Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda sobre la aceptación de la cadena de asadero de pollos.
3. Realizar una evaluación, financiera, técnica, legal, ambiental, orgánica y administrativa, que permita conocer la viabilidad de la creación de la cadena de asadero de pollos.

IDEA A DEFENDER

Mediante la elaboración de un plan de negocios, permitirá satisfacer la necesidad alimenticia del consumidor.

VARIABLES

Variable Independiente

Plan de negocios.

Variable dependiente

Satisfacción del consumidor.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de titulación es un requisito para la obtención del título de ingeniera en administración de empresas, pero también es considerado como una visión de un emprendimiento empresarial.

La investigación propuesta, es realizada con el objeto de cumplir con una de las necesidades primordiales que tiene todo ser humano y que es el de su alimentación, para ello es pertinente estudiar a dos localidades del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, que son la parroquia de Guamaní y la parroquia de Quitumbe.

En estos sectores existe una demanda insatisfecha debido a la falta de lugares acogedores que brinden comida rica y nutricional, por tal motivo la creación de una cadena de asadero de pollos es una excelente idea, aportaría al desarrollo económico generando empleo y cumpliendo con las exigencias del consumidor.

Los habitantes de las zonas mencionados como, las familias que viven en el sector, los estudiantes, docentes, propietarios de negocios y otras actividades comerciales que se observan en el lugar y la afluencia de personas que se movilizan de norte a sur o sur a norte ya sea por sus trabajos, estudios o trámites o cualquier otra diligencia, el ritmo de vida de estas personas es apresurada, que por falta de tiempo para alimentarse en sus casas, les lleva a consumir comida en otras fuentes, que no ofrecen variedad e menús ni mucho menos de que puedan alimentarse de una forma, sabrosa nutritiva y económica.

Por la razón expuesta es oportuno diseñar un plan de negocios por el que se podrá evaluar la y justificar la creación de una cadena de asadero de pollos que sea competitiva, brindando un buen servicio para compartir momentos de distracción con la familia, amigos etc.

A través del presente estudio se espera satisfacer la necesidad alimenticia del mercado objetivo, con estrategias que permitirá captar la atención del público de esta forma se alcanzará reconocimiento, de manera que en un futuro el negocio se pueda expandir.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1 Contextualización espacio temporal del problema

1.1.1 Nivel Macro

Los restaurantes de pollos asados o al carbón, son considerados como establecimientos de comida rápida, son preferidas por el precio y la rapidez de sus productos y horarios flexibles, las ventas de estos comercios ocuparon en el año 2014 el 57.80% de las ventas mundiales.

Un estudio publicado por el comercio de Kantar Wordpanel del 2014 manifiesta que:

El Ecuador se encuentra dentro de la lista de los países latinos, en donde la gente más consume fuera de casa ocupando el tercer puesto, luego de Colombia y Perú, por este motivo del hábito de consumo por estos alimentos es considerado como un motor para el impulso de las cadenas de comida rápida. (El comercio, 2015).

El pollo asado es un alimento que es preparado de forma rápida que contiene un alto nivel de propiedades nutricionales, por ende es una de las primeras opciones de alimentarse. “Es demandada, principalmente, por la clase media que en América Latina está creciendo (representa casi 35% del total de la población)” (El comercio, 2015).”

“El crecimiento de la población urbana en Latinoamérica es uno de los principales factores para la expansión de las cadenas de comida rápida” (El comercio, 2015).

Las cadenas de comida rápida están presentes en el Ecuador a nivel internacional como nacional así mencionamos algunas: KFC, Campero, Pollo Gus, Pollos de la Kennedy, Pollos Stav y entre otros, que han ido conquistando el mercado de las grandes ciudades, debido al flujo de personas que en ellas transitan, permitiendo el posicionamiento del producto.

Diario el Expreso publica un apartado el 04 de Abril del 2018 en donde justifica que:

A pesar de la situación económica que vive el Ecuador, los asaderos de pollos han sobresalido, en el momento donde las familias no tienen dinero, para salir a comer a un restaurante lujoso, buscando locales de comida que vendan más económico, saludable y delicioso; cuyas características tiene el asado de pollo, por lo expresado esta clase de

establecimientos han crecido en un lapso de tiempo crítico para la economía del Ecuador. (Expreso, 2018)

Este enunciado permite afirmar que los asaderos de pollos tiene una gran acogida, debido a su precio y a las propiedades nutritivas que aporta al ser humano, se evidencia empíricamente que el pollo asado ha pasado de ser un producto de lujo a un producto de gran consumo.

1.1.2 Nivel Micro

En el sector sur de la ciudad de Quito, las grandes cadenas de comidas rápida no tiene un nivel alto de acogida se debe al extracto social, es notable que sus costos de producción y por su marca sus precios son elevados que no se adaptan al consumidor.

Se puede evidenciar que el sector mencionado ha tenido un gran crecimiento poblacional en los últimos años, por lo que, el ámbito en cuanto a la necesidad de consumir alimentos también ha generado una demanda potencial.

En la era actual, el servicio denominado como “comida rápida” en este caso los asaderos de pollo, donde consumir su producto no es un lujo sino una necesidad alimenticia de las personas, que se ha vuelto un negocio rentable y mucho más en los centros poblados donde la afluencia de ciudadanos es en gran cantidad, así lo demuestra las estadísticas, que al implementar instituciones públicas y privadas en un sector el comercio se activa, esto sucede en el sector Sur de Quito y en las zonas de las parroquias de Guamaní y Quitumbe, observadas como ejes potenciales de comercio.

Por lo expuesto es pertinente estudiar a la población de Guamaní y Quitumbe, porque carece de una cadena de asados de pollos, que se ajuste a las comodidades de los consumidores que brinde un excelente servicio de calidad a la demanda insatisfecha de este lugar, además se aportaría al desarrollo económico con la generación de algunos puestos de trabajo.

1.2 Investigaciones previas sobre el objeto de estudio

1.2.1 Antecedente investigativo 1

Un estudio realizado por Paredes se titula como:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de pollos horneados ubicada en Quito, sector las Casas” (Paredes & Romero, 2017).

Este trabajo tuvo como objetivo, determinar la acogida que tendría la creación de un microempresa de pollos horneados en el barrio las Casas, en el sector norte de Quito, los investigadores levantaron 72 encuestas para medir el nivel de aceptación, en donde el 75% respondieron que les gustaría tener un local específico de pollo al horno en este sector (Paredes & Romero, 2017).

Determinaron en este proyecto debe vender 464 pollos mensuales y en un año 5.571; el precio unitario del pollo completo será \$ 15,40 y el costo unitario es de \$ 12.32 dólares, con el 25% de margen de utilidad, la tasa interna de retorno es de 91%, por lo que el proyecto demuestra su viabilidad de ejecutarlo (Paredes & Romero, 2017).

1.2.2 Antecedente investigativo 2

Una investigación realizada por Sánchez Silva, concluye:

“Proyecto de factibilidad para la instalación de un asadero de pollos a la brasa, en el centro histórico de Quito” (Sánchez, 2014).

En este proyecto realizaron 196 encuestas dirigidas a personas habitantes y flotantes del sector, en donde la aceptación del asadero de pollos tiene el 88%, se puede notar que el 38% de los encuestados asisten a un asadero por el sabor del producto y la atención; además este proyecto se propone vender 30.576 pollos anuales, su costo de producción es de \$6.50 a un precio de \$16,50 el combo familiar. El tamaño de este proyecto es de 200 m² y tiene una tasa interna de retorno de 60,739%, indicando la rentabilidad del proyecto. La total de inversión de este proyecto es \$42.740,44; el tiempo en que se recuperará en capital es de 4 años 9 meses. (Sánchez, 2014).

1.2.3 Antecedente investigativo 3

El presente plan investigativo ejecutado por la Universidad de Loja, tuvo como objetivo conocer la factibilidad de creación de un asadero el cual es:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pollos asados en horno de barro y su comercialización en la ciudad de Loja” (Guanuche , 2015).

A pesar que el estudio es de otra ciudad, presenta la similitud de que se realiza debido al flujo de personas que transitan y a la apertura que tienen esta clase de negocios en la provincia de Loja, las encuestas aplicaron a 397 sujetos, que el 99% indican que compraría el pollo asado en horno, también lo consumen el 66% de los encuestados (Guanuche , 2015).

Se evidencia que este proyecto es grande, tanto así que necesita de \$ 91.927,70. de inversión inicial, un espacio de 228 m², debiendo vender 6.988 pollos al año, que representa un costo de unitario de \$ 13,08 y un precio de venta al público de \$ 17.33 con un margen utilidad del 40%. La TIR de este estudio es de 19.99% debido a que su inversión inicial es alta, en donde también el tiempo de recuperación de capital es largo de 3 años. (Guanuche , 2015).

1.2.4 Antecedente investigativo 4

El “Plan de negocios para la expansión del restaurante y asadero (Pico-Pico) en la ciudad de Sangolquí” (Guanotoa, 2012). Menciona que:

Este restaurante existe en la actualidad, y el mercado ha demostrado espacio para abrir un nuevo establecimiento en la parroquia de San Rafael. De las 73 personas encuestadas, el 48% manifiesta que consumen pollos al horno que da mayor asertividad al proyecto. La rentabilidad que genera este proyecto sobre la inversión es de 30%, que es mayor al interés que ofrecen las instituciones financieras. Se aprecia que el costo unitario de pollo asado es de \$ 7.56, el precio de venta es \$ 13,00, que representa una utilidad 58% por cada unidad, se proponen vender 10 pollos a la brasa diarios y al año 3.684 unidades, demostrando que el plan es viable y conviene su ejecución (Guanotoa, 2012).

1.3 Marco teórico conceptual

1.3.1 Plan de negocio

Un plan de negocios es un instrumento que comunica una idea de negocio, detalla las actividades que se van a ejecutar. Pedraza (2014) menciona:

En un plan de negocios, generalmente se trata lo referente a los procesos y procedimientos en forma superficial, pero esto no es sencillo, se está hablando de la ingeniería del negocio y como tal, esta parte aborda lo relacionado con la manufactura del bien o producto, o en todo caso con proceso de presentación de un servicio (...). (pág. 211).

El plan de negocio es un guía a seguir, contiene los pasos de la administración que son: la planificación, ejecución, dirección y control de las tareas que mediante la definición de los objetivos planteados permitirá evaluar cada una de las etapas para alcanzar el éxito de la empresa.

Antes de poner en marcha el negocio se deberá realizar estudios previos que evalúen la viabilidad del proyecto, así el autor Pedraza (2014) afirma:

Realizar una empresa sin tener los conocimientos y análisis previos, es aventurarse como un juego de azar, donde todo será incierto se jugara con el grado de probabilidad y de suerte que posea el inversionista, nada al azar es seguro es una aventura se podría decir es como comprarse la lotería, mientras que el estudio previo a la creación de una empresa nos asegura el éxito aunque no sea en su totalidad puede ser parcial, pero se puede conocer de ante mano las posibles debilidades que se va a tener lo que es más fácil contrarrestar, se puede mitigar los riesgos y fortalecer las actitudes . (Pedraza , 2014).

Como menciona el autor es necesario que el proyecto posea de estudios previos que permitan evaluar la viabilidad del negocio.

1.3.2 Estructura del plan de negocios

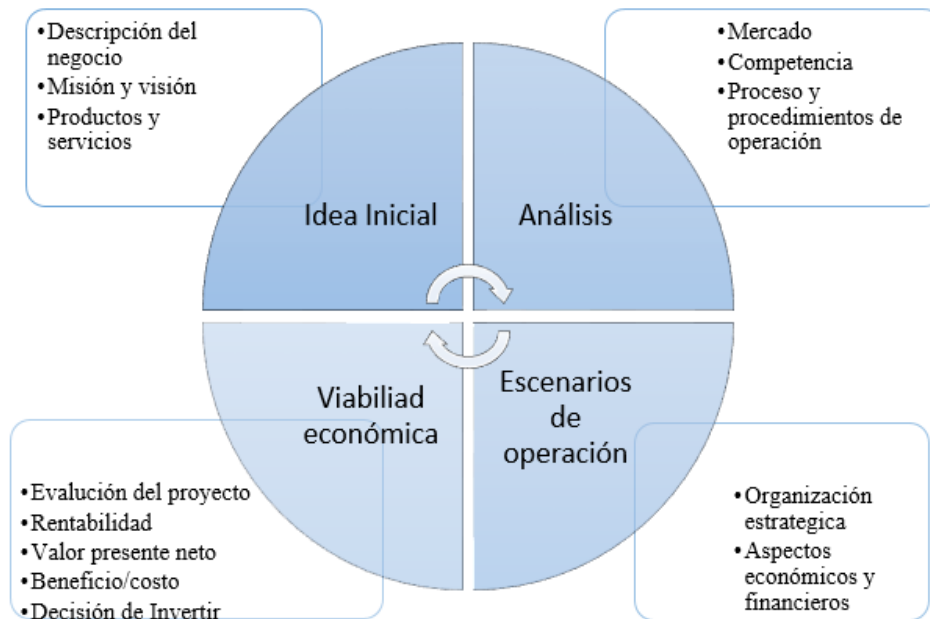


Figura 1. Estructura plan de negocios
Fuente: Plan de Negocio Pedraza 2014
Elaborado: Autora

1.3.3 Misión y Visión

La cadena de asadero de pollos contará con. “La visión y misión. La visión se refiere a la posición que los administradores desean que logre la empresa y la misión es la razón de ser del negocio” (Domínguez, Domínguez, & Domínguez, 2016). Estos parámetros guardarán relación con lo que se quiere ofrecer en productos y servicios y será el motivo primordial de la existencia del negocio.

1.3.4 Matriz FODA

Esta herramienta ayudará a identificar el estado situacional en el que nos encontramos para estudiar los factores que rodean a la cadena de asadero de pollos que se ha pensado establecer. “La esencia de cualquier esfuerzo de planificación estratégica es conocida como análisis FODA, pues requiere que los gerentes evalúen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a fin de identificar un nicho que la organización pueda explotar” (Blandez, 2014, pág. 49).

1.3.5 Producto y servicios

Un producto es el objeto que oferta el mercado. “Por producto se entiende cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad” (Santesmases, 2014, pág. 33).

El producto no material es. “Un servicio consiste en la aplicación de esfuerzos humano o mecánicos a personas, animales u objetos. Los servicios son intangibles no se pueden percibir por los sentidos, son perecederos y no se pueden almacenar” (Santesmases, 2014, pág. 33).

Este estudio se enfoca en el servicio, porque tiene la cualidad de satisfacer una necesidad del ser humano a través del consumo de comida de esta manera también le proporciona un beneficio.

1.3.6 La ley de la demanda

Los autores definen a la demanda (Miller & Meiners, 1988) como: “Cuanto mayor sea el precio, menor será la cantidad demandada. En la medida en que el precio sea más alto, se demandará una menor cantidad de un bien o servicio, con otros factores constantes” (pág. 25).

La demanda son los bienes y servicio que pueden ser adquiridos, pero que dependen del precio, cuando a mayor precio menor será la demandante y por otro lado tenemos si el producto se oferta a menor precio pues la cantidad demandada será mayor.

1.3.7 Ley de la oferta

Definen a la oferta (Miller & Meiners, 1988) como:

Esta ley, de la oferta puede enunciarse sencillamente de la misma forma en que fue planteada la ley de la demanda. La relación es directamente proporcional entre la cantidad que se ofrece de un bien o servicio con respecto a su precio, se puede estipular que otros factores que interviene en este proceso se mantienen constantes y sin variación lo que en pocas palabras se diría, es que mientras más se entregue de un producto más se recibirá como paga, es así que si se realiza la operación contraria es decir que si el precio cae la cantidad que se va a ofrecer, va a ser menor.

La oferta es el cantidad de productos que pueden venderse bajo ciertas condiciones como el precio, es decir sí, el precio sube aumenta la cantidad de oferentes pero si baja, habrá menos oferentes.

1.3.8 El marketing mix

La calidad de estrategia de marketing establecida reside en la pertinencia y coherencia de los cuatro elementos que componen la teoría del marketing mix esto es producto, precio, plaza y promoción.

El marketing mix es un concepto que describe las diferentes etapas y decisiones que las empresas o sello hacen a lo largo del producto de entrada en el mercado de un producto o servicio; mientras que el modelo de las 4P es una forma- posiblemente la más conocida- de definir el marketing mix. (en50MiNUTOS.es, 2016)

1.3.9 Procesos y Procedimientos de Operación

Son actividades claves que se realizan en la empresa de forma secuencial y son las más importantes porque de ello depende brindar al consumidor servicio y productos con calidad de esta forma. Pedraza (2014) señala:

En esta parte, será necesario conocer y aportar información sobre el proceso de producción o de prestación del servicio. En este apartado se hará referencia al proceso de elaboración del producto o servicio y a la determinación del costo del mismo. Para describir el proceso de elaboración del producto o servicio determinando, se sugiere:

- Describir las operaciones y/o actividades necesarias
- Organizar las operaciones y/o actividades
- Determinar los tiempos requeridos para cada operación y/o actividad. (pág. 58).

1.3.10 Estudio Técnico

Es la formulación del tamaño del proyecto, diseña la función de producción. Luna (2016) afirma:

El estudio técnico, También denominado estudio de producción, consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como la investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo y micro y macro localización del plan de negocios (...). (pág. 132).

1.3.11 Materiales y suministros

(Sumanth, 1997) Citado en (Pedraza , 2014), indica que:

Los materiales y suministros son las materias primas y los insumos que se utilizan en el proceso de producción y su registro, manejo y control se hace generalmente por medio de los inventarios. El control de inventarios se utiliza para saber cuándo y cuánto ordenar para disponer de los materiales e insumos suficientes, se puede identificar el nivel de existencias de los productos y su periodo de rotación, y se tiene la información necesaria para el control de los costos. (pág. 371).

Son materiales y suministros directos e indirectos que complementa al producto y son muy necesarios para la producción del bien o servicio, son controlados porque afectan a los costos.

1.3.12 Organización y el personal estratégico

Es la forma como una empresa es eficiente en la estructura de sus recursos estos son: financieros, materiales, humanos y tecnológicos, permitiendo su coordinación para un fin común que es lograr los objetivos planificados. Es la representación gráfica de la estructura de la empresa, estableciendo un orden jerárquico para la comunicación, responsabilidad y autoridad. “El diseño organizacional es crear la estructura de una empresa para que desarrolle las actividades y los procesos que le permita lograr los objetivos definidos en su estrategia” (Pulgar & Rios, 2015, pág. 36).

1.3.13 Recurso humano

“Los recursos humanos necesarios para el funcionamiento del negocio se determinan a partir del programa de producción que establece los requerimientos de personas para operar las maquinarias y equipos, además de los trabajadores necesarios para el apoyo a la producción y de la administración” (Pedraza , 2014).

Se mencionó al recurso humano, porque de su gestión depende la calidad de los resultados, el talento que posean y las responsabilidades de cada área de la empresa permitirán una organización fructífera.

1.3.14 Proceso legal

La empresa es un órgano social, que está representado por personas, que tiene como finalidad proporcionar algo a una comunidad y de acuerdo a su forma de constitución se

debe elegir bajo que denominación se encuentra, por esta razón tiene que estar legalizada bajo la leyes ecuatorianas que estipula la Superintendencia de compañías y otras instituciones que ayudan a la formación de este proceso.

1.3.15 Aspectos económicos y financieros

“En este apartado se estudian todos los aspectos económicos y financieros del plan de negocios para concluir con la información que permita valorar la viabilidad económica-financiera de un plan de negocios y se tocan cinco puntos:” (Pedraza , 2014, pág. 81)

1.3.16 Financiamiento Requerido

El dinero necesario puede tener distintas fuentes para elaborar el plan de inversión, entre las que se distinguen: recursos propios, financiamiento de bancos, apoyo y participación gubernamental, emisión de acciones, leasing, etc. Elegir la fuente de financiamiento depende del tipo de producto que se proyecte y que permita al negocio solventar los costos financieros. (Pedraza , 2014, pág. 82)

El financiamiento es la forma de conseguir recursos sean estos propios o de crédito

1.3.17 Capital de trabajo

“Es la inversión comprende el activo corriente y que la empresa necesitará para poder operar, el capital de trabajo contiene los insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos y otros” (Rosario, 2017, pág. 16). El capital de trabajo son los recursos que necesita la empresa para ejecutarse, como el dinero, bienes, especies, u otros.

1.3.18 Estados financieros proforma y flujos de efectivos

Son aquello que indican a los propietarios información para luego fijar metas de desempeño. “Los estados financieros son una representación financiera estructurada de la posición financiera y de las transacciones llevadas a cabo por una empresa” (Baena, 2014, pág. 30).

En el plan de negocios el estado financiero permitirá conocer la situación la que el inversionista podrá tomar decisiones para el fin propuesto.

1.3.19 El VAN

La tasa de utilidad interna. “Es aquel valor relativo que iguala el valor actual de corriente de ingresos con valor actual de la corriente de egresos estimados” (Altuve, 2005, pág. 10).

El valor actual neto es:

En la actualidad la metodología que se presenta y la que tiene una mayor acogida en los últimos tiempos consiste en el reajuste de los “flujos netos de fondos de una taza conocida” lo que significa una media del “costo ponderado del capital” la que se determina con una base de lo que se programó anteriormente en el capítulo de los recursos. (Altuve, 2005, pág. 13)

1.3.20 La TIR

“La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto, determinando la rentabilidad de cobros y pagos actualizados generados por una inversión” (Altuve, 2005, pág. 13)

1.3.21 Proceso Ambiental

En esta etapa la empresa se sujetará a la guía de prácticas ambientales expedida en la Ordenanza de la prevención y control del medio ambiente.

Se ha puesto que este paso se dará con base en el desarrollo de nuevas tecnologías, procedimientos de producción limpia, la implantación de buenas prácticas y certificaciones, que se incorporan en nuevas formas de gestión eco amigable y se incluyen en conceptos como la responsabilidad social empresarial. (Guhl & Leyva, 2015, pág. 32)

1.3.22 Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo se utilizará para dar a conocer el proceso de las actividades productivas. “También se denominan flujogramas y son mapas de actividades que permiten identificar tareas individuales, secuenciales, ordenaciones y responsabilidades” (Bataller, 2016, pág. 35)

1.3.23 Calidad en producto y servicio

Es el valor que el consumidor le da a un producto o servicio, porque ha cumplido con sus expectativas. “La característica de la calidad del producto o servicio deriva de la capacidad de la organización de dar una respuesta adecuada a las necesidades y expectativas de los clientes” (Wolters Kluwer, 2015).

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

El plan de negocios a desarrollarse tiene como propósito, establecer dos puntos de referencia para la creación de la cadena de asadero de pollos en el sector sur de Quito, por lo tanto es necesario estudiar dos localidades, la primera localidad sujeta a estudio se encuentra ubicada en la parroquia de Guamaní, mientras que la segunda localidad a estudiar se encuentra en la parroquia de Quitumbe, para el desarrollo del estudio es necesario acudir a métodos y técnicas que permitirán obtener información para el análisis estadístico.

La metodología es un conjunto de procesos ordenados para alcanzar una meta. “La metodología de la investigación científica se concibe como el estudio y la aplicación del conjunto de métodos, técnicas y recursos en el proceso de la investigación” (Baquero & Gil Blanco, 2015).

2.1 Enfoque metodológico de la investigación

El estudio a ejecutarse tiene enfoque cuantitativo, porque utiliza la recolección de datos para medir las características de los fenómenos sociales, que impulsaron a la problemática, luego aplicando el análisis estadístico se podrá establecer el comportamiento de los sujetos, es decir mide la relación causa y efecto, así se menciona que el desarrollo del sector sur de Quito, provoca una población insatisfecha debido a la falta de oferta de locales de comida.

El método cuantitativo se ayudará del estudio de campo para recolectar información, extrae datos directamente de una situación real, por medio de técnicas de la observación y la encuesta.

2.2 Población

Mediante la aplicación de la técnica de la observación se realizó un breve levantamiento de información que nos ayudó a conocer nuestra población consumidora. Es Así que a continuación se detalla la presente tabla:

Tabla 1
Nombre de Locales

LOCALES GUAMANÍ		LOCALES QUITUMBE	
Nombre de locales	Nº personas que acuden en un mes	Nombre de locales	Nº personas que acuden en un mes
Granjita	2.000	Parrilla roja	2.800
El molino	3.300	Llama roja	4.300
Maxi pollo	2.500	Caída del sol	4.200
Bonanza	1.900	Koko Riko	2.650
Magdalena	1.900	El corral	2.600
TOTAL PERSONAS	11.600	TOTAL PERSONAS	16.550
TOTAL POBLACIÓN 28.150			

Fuente: ficha de observación

Elaborado: Autora

Como se puede apreciar la tabla indica el número de locales que existen en las zonas de afluencia en donde se pretende establecer la cadena de asadero de pollos, las cuales se encuentran ubicadas en la parroquia de Guamaní a la altura de la terminal sur Ecovía y en la parroquia de Quitumbe, a la altura de la plataforma gubernamental. Con la aplicación de la técnica, se observa que existen cinco locales representativos en cada una de las áreas mencionadas, en donde se les pregunto a cada uno de estos establecimientos sobre cuantas personas acuden de manera mensual a consumir este tipo de alimento, de esta manera se determina la población.

2.2.1 Muestra

La muestra es un subgrupo de elementos representativos de la población.

Para poblaciones menores de 30.000, elementos se aplica la siguiente fórmula finita:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra	(28.150)
N = Población	
Z = Valor expresado en desviaciones típicas y que está en función de un nivel de Confianza dado.	(1.96)
P = Probabilidad de ocurrencia (éxito)	(0.50)
Q = Probabilidad de no ocurrencia (fracaso)	(0.50)
e = Error de estimación	(5)

Desarrollo:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50) \times 28.150}{0.05^2 (28.150 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{27.035,26}{71.3329} \quad n = 380$$

Tabla 2
Tamaño de la Muestra

Tamaño de la muestra		
Locales	Nº personas	380
Granjita	2.000	27
El molino	3.300	45
Maxi pollo	2.500	34
Bonanza	1.900	26
Magdalena	1.900	26
Total Guamaní	11.600	157
Parrilla roja	2.800	38
Llama roja	4.300	58
Caída del sol	4.200	57
Koko Riko	2.650	36
El corral	2.600	35
Total Quitumbe	16.550	223
	28.150	380

Fuente: Ficha de Observación
Elaborado: Autora

Con la aplicación del método probabilístico aleatorio simple se procede a distribuir la muestra, a 800 metros a la redonda sobre el área de afluencia, en donde se pretende establecer los asaderos, la muestra es aplicada por sector y manzana, en la cual todos los individuos del universo tienen las mismas probabilidades de ser seleccionado, con lo expuesto se establece que se deben realizar 157 encuestas en la localidad de Guamaní y 223 encuesta en la localidad de Quitumbe.

2.3 Métodos empíricos y técnicas para la recolección de la información

2.3.1 Método Analítico

Este método permitirá descomponer un objeto de estudio, para analizarlo en forma individual las partes que lo contienen. “El método analítico es aquel de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar la causas, la naturaleza y los efectos” (Méndez, Mendoza, Vértiz, & Acevedo, 2013). De esta forma utilizaremos la observación como una técnica, para captar lo que

acontece en el entorno de afluencia, en lo posterior ayudará a desarrollar la propuesta estudiando puntos específicos propios al objeto de estudio.

2.3.2 Método Inductivo

Este método nos faculta a utilizar el razonamiento para obtener conclusiones generales. “El método inductivo, es un tipo de razonamiento que nos lleva de una larga lista de enunciados singulares, particulares, que son observaciones, a la justificación de un enunciado universal; podríamos decir que se desarrolla un proceso que nos lleva de una parte al todo” (Ferreya & De Longhi, 2014, pág. 19).

2.3.3 La Observación

Mediante la observación directa, se realizará un breve censo para conocer cuántos negocios de comidas existen en estas localidades, permitiendo conocer también cuántos de estos negocios se dedican a vender pollos asados, de esta manera se podrá conocer la viabilidad del negocio y seguir pensando en las posibles estrategias que tendrá la cadena de pollo asado.

2.3.4 La Encuesta

Después de haber diagnosticado la información con la observación, se pasa a sustentar la investigación con la aplicación de la encuesta que tiene como propósito a averiguar los hábitos de consumo del pollo asado, el instrumento contiene 10 preguntas, las básicas de género y edad, pregunta de sí, no y porque, las demás interrogantes son de opción múltiples. Que ayudarán a profundizar el conocimiento.

2.4 Formas de procesamiento de la información obtenida de la aplicación de los métodos y técnicas

Para analizar la información se utilizó Microsoft Excel, que es una aplicación accesible y didáctica para tabular datos mediante la aplicación de fórmulas y gráficos estadísticos de manera que se pueda apreciar los resultados claros y precisos.

2.4.1 Técnica de observación análisis

La técnica de observación fue aplicada exclusivamente a los diez locales que se encuentran en las zonas del área de afluencia, en la cual se precisan datos del ambiente interno y externo, también se detalla algunos criterios que se observaron mediante las visitas

a estos asaderos, que son muy importantes para tomar en cuenta a la hora de fijar estrategias para introducir el producto al mercado, en la parte de la propuesta.

2.4.2 Ficha de observación directa

FICHA DE OBSERVACIÓN	
Ficha N° 1	Lugar: Quito
Lugar :	Quito Fecha: 07 de Julio 2018
Observador:	Jenny Maricela Salazar Albán
Parroquias:	Guamaní - Terminal Ecovía Guamaní
	Quitumbe - Altura de la Plataforma Gubernamental
Ficha aplicada a los 10 restaurantes de asaderos de pollos que se encuentran en las zonas de afluencias de las localidades	
Esta ficha se la realiza con el objeto de conocer los siguientes puntos:	
El sabor y variedad de platos	Existen combinaciones de platos, pero les falta tener un nombre para que este sea identificado
Amplitud de espacio	Cinco de diez locales son pequeños, y en las horas picos no tienen espacio para la atención
Climatización del local	Cuatro de los Locales no cuentan con ventilación
Ambiente tranquilo	Se notó en algunos locales que no tiene la capacidad de resolver problemas
El precio es de acuerdo al producto que se ofrece	Son cuatro los locales más grandes, en donde se apreció, que la publicidad no cumple con lo ofrecido
Orden y limpieza del Lugar	Cinco de los 10 locales visitados se preocupan por tener las mesas limpias
Buena Atención Por el Vendedor	Comentarios de personas han mencionado que la atención no es buena
Rapidez del servicio	Pocos de los locales visitados cumplen con tiempos definidos para la entrega del producto
Horas picos	Coinciden en la mayoría de los locales, que la hora picos están en rangos de tiempos; de 13h00 a 15h00 por la tarde y en las noches empieza de 17h30 a 20h00 horas
Señalética	Los locales visitados no cuentan con la señalética adecuada
Espacio para niños	Ninguno de los 10 locales cuenta con un espacio para niños
Locales de comida en el sector de Guamaní	
Existen 14 locales de comida, que se destacan, se dedican a la venta de comida china, mariscos, comida rápida, platos típicos de casa	
Locales de asaderos de pollo	
Son 5 asaderos que se encuentran en la zona, estos son pequeños y medianos	
Locales de comida existen en el sector Quitumbe	
Existen 35 locales de comida, de los cuales 15 locales atienden de lunes a viernes, los 20 restantes están ubicados en el norte de la plataforma y se encuentran abiertos de lunes a domingo. La comida que ofrecen es la marisquería en una gran parte, comida rápida, fritadas y entre otras.	
Locales de asaderos de pollo	
Los locales que se dedican exclusivamente a la venta de asados de pollos son 5	

Figura 2. Ficha de Observación

Fuente: Ficha de Observación

Elaborado: Autora

2.4.3 Análisis de datos de la técnica la encuesta

La encuesta fue aplicada a hombres y mujeres entre 18 a 60 años de edad que habitan en las zonas del área de afluencia y contiene diez preguntas. La información que se encuentran en las tablas es de las 2 localidades y se presenta de manera unificada.

Pregunta 1. Género

Tabla 3
Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	181	48%
Femenino	199	52%
Total H-M	380	100%

Fuente: Encuesta

Como se visualiza el género femenino consumen más pollo asado.

Pregunta 2. Edad del consumidor

Tabla 4
Edad del consumidor

Edad	Cantidad	Porcentaje
18-30	157	41%
31-60	223	59%
Total Edad	380	100%

Fuente: Encuesta

Los consumidores potenciales se encuentran en un rango de edad de 31 a 60 años, representando más del cincuenta por ciento.

Pregunta 3. Le gustaría tener cerca de esta localidad un servicio alimenticio como el pollo asado, con infraestructura de calidad.

Tabla 5
Le gustaría tener cerca un local

Le gustaría tener cerca un local	Cantidad	Porcentaje
Si	359	94%
No	21	6%
Total	380	100%

Fuente: encuesta

Casi el cien por ciento de las personas encuestadas, indican que quieren tener un establecimiento con infraestructura de calidad en su sector.

Pregunta 4. ¿Cuántas veces al mes usted consume pollo asado?

Tabla 6
Veces de consumo al mes

Veces que consume	Cantidad	Porcentaje
Una vez	190	50%
Dos veces	117	31%
Tres veces o más	73	19%
Total veces	380	100%

Fuente: Encuesta

Mediante el cálculo del promedio ponderado en las respuestas se puede obtener un 1.69 veces que una persona, consume pollo asado por lo menos una vez al mes.

Pregunta 5. ¿Con cuántas personas usted suele ir a comer a un restaurante de pollos asados?

Tabla 7
Personas que van con usted

Personas que van con usted	Cantidad	Porcentaje
1 persona	38	10 %
2 a 3 personas	129	34%
3 a 5 personas	155	41%
5 o más personas	58	15%
	380	100%

Fuente: encuesta

La mayor parte de las personas que acuden a estos sitios lo hacen acompañados de 3 a 5 personas, seguido de 2 a 3 personas, permitiendo conocer la demanda que tendrá cierto producto para un número de personas.

6. ¿Por qué concepto usted consume el pollo asado?

Tabla 8

¿Por qué consume?

Preferencias de Cualidades	Cantidad	Porcentaje
Le da gusto a su paladar, es delicioso	176	45%
Prefiere descansar e ir a comer fuera de casa	128	33%
Usted trabaja o estudia en este sector	63	16%
Se encuentra lejos de casa	16	4%
Usted realiza cualquier otra actividad	8	2%
	391	100%

Fuente: Encuesta

Casi la mitad de los encuestados indican que consumen el pollo asado porque es delicioso y le dan gusto a su paladar, seguido se encuentra la opción, porque prefieren ir a comer fuera de casa.

Pregunta 7. ¿Cuánto es el valor que por lo general gasta, cuando consume el pollo asado?

Tabla 9

¿Cuánto gasta?

Valor que gasta	Cantidad	Porcentaje
2.75 a 5 dólares	71	19%
6 a 10 dólares	124	33%
11 a 15 dólares	104	27%
16 a 20 dólares	60	16%
21 a 25 dólares	8	2%
Más de 25 dólares	13	13%
	380	100%

Fuente: Encuesta

Los valores que predominan en gastos de los encuestados van de 6 a 10 dólares y 11 a 15 dólares, indicando el precio al que se sujetaría el estudio.

8. ¿Qué cualidades le llama la atención y prefiere que tenga un restaurante de asados de pollo cerca de su sector? Elija hasta tres respuestas.

Tabla 10

Preferencias de cualidades

Preferencias de Cualidades	Cantidad	Porcentaje
El sabor y variedad de platos	250	25%
Amplitud de espacio y comodidad	62	6%
Ambiente tranquilo	81	8%
El precio acorde al producto ofrecido	91	10%
Orden y limpieza del establecimiento	206	20%
Buena atención por el vendedor	176	17%
La rapidez del servicio	145	14%
	1017	100%

Fuente: Encuesta

Los encuestados eligieron por lo menos tres opciones, en donde el sabor del producto, seguido por el orden y limpieza del local es fundamental.

Pregunta 9. ¿Que día a la semana usted prefiere ir a comer pollo asado?

Tabla 11

Día preferido de consumo

Día preferido	Cantidad	Porcentaje
Un día de lunes a jueves	79	21%
Un día viernes	36	9%
Un día sábado	124	33%
Un día domingo	141	37%
	380	100%

Fuente: Encuesta

La mayor parte de encuestados prefieren ir a consumir el pollo asado los fines de semana, pero el día que más predomina es el día domingo.

Pregunta 10. ¿En qué horario usted frecuente consumir el pollo asado?

Tabla 12

Hora preferida de consumo

Hora de consumo	Cantidad	Porcentaje
Antes del medio día	28	7%
Entre las 12 del día hasta las 4 de la tarde	190	50%
Entre las 4 de la tarde hasta las 6 de la tarde	60	16%
Entre las 6 de las tarde a 9 de la noche	102	36%
	380	100%

Fuente: Encuesta

La mejor hora que optan los encuestados, para consumir el alimento, empieza desde el mediodía hasta las 16h00 y de 18h00 a 21h00.

2.5 Operacionalización de Variables

Es el método o instrumento que determina como las variables serán medidas o analizadas por medio de indicadores observables de una situación real permitiendo conocer la viabilidad del proyecto

Tabla 13
Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
<u>Variable Independiente</u> Plan de Negocios	Un plan de negocios es un instrumento que comunica una idea de negocio, detalla las actividades que se van a ejecutar	1. Estructura ideológica 2. Estructura del entorno 3. Propuesta	1.Nombre de la empresa 2.Análisis FODA 3.Indicadores de Rentabilidad	1. Con el nombre de la empresa Relámpago de Pollo se da conocer su actividad. 2. Con el análisis FODA se conoce las fuerzas y debilidades de la compañía. 3.TIR Y VAN, Beneficio/Costo y Punto de Equilibrio
<u>Variable Dependiente</u> Satisfacción del consumidor	Es el grado en que los servicios y productos superan o cumplen expectativas.	Encuesta	Hábitos de Consumo	Los hábitos de consumo identifican las preferencias de satisfacción del producto y servicio a través de la encuesta

Elaborado: Autora

2.6 Diagnóstico Matriz FODA CRUZADO

La matriz FODA, es un herramienta de planificación estratégica que ayudará a la compañía Relámpago de Pollo, a diagnosticar la situación del entorno interno “(Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas)”.

Tabla 14
Matriz FODA CRUZADO

ANÁLISIS DAFO RELAMPAGO DE POLLO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		1. Competencia no equipada 2. Desarrollo del sector 3. Tendencia de consumidores
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1. Instalaciones y equipos nuevos 2. Ubicación Geográfica 3. Producto y servicios a la exigencia del consumidor	Estructurar las áreas con los recursos necesarios Aprovechar la ubicación en el sector Brindar productos con calidad, aumentará el consumo	Innovar las presentaciones del producto Prepara estrategias de mercado, para mantener su lealtad Ser autentico en sabor, para permanecer en el mercado
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. Falta de reconocimiento del asadero 2. Falta de publicidad 3. Falta de experiencia	Mantener las instalaciones equipadas, para su reconocimiento en el servicio Desarrollar campañas, promociones Ser productivos en la atención	Destacar la calidad, siendo originales en la publicidad. Difundir el producto para aumentar clientes. Fortalecer el conocimiento para salvaguardia a los cambios económicos del país.

Elaborado: Autora

Se puede apreciar en la matriz los factores internos y externos, con sus respectivas estrategias que ayudarán a potenciar las oportunidades y fortalezas; de la misma forma permitirá minimizar las amenazas y debilidades.

2.7 Determinación de la demanda

Para el cálculo de la demanda, se hace referencia a la población de Guamaní y Quitumbe con una proyección realizada al año 2018, es así que la parroquia de Guamaní tiene 67.359 habitantes y la parroquia de Quitumbe tiene 116.103, sumados resulta una población total de 183.462 habitantes, después es dividido, para los cuatro integrantes que componen una familia, como lo dispone el Instituto de Estadística y Censos INEN, luego con referencia a la pregunta número 4 de ¿Cuántas veces al mes usted consume pollo asado?, es multiplicado por el promedio ponderado de 1.69 que resulta de las respuestas de esta pregunta, que significa el número de veces que una persona consume pollo asado por lo menos una vez al mes.

Formula demanda $Q = n * q$

Dónde:

Q= Demanda Potencial

n= Número de compradores

q = Frecuencia de consumo

Para determinar a (n) se divide la población de las 2 parroquias para el número de familias

$n = 183.462/4 = 45.865$ (número de familias que consumen un pollo)

$q = 1.69$ (veces de promedio de consumo al mes)

$Q = 45.865 * 1.69 = 77.513$ pollos (demanda potencial mensual)

Demanda potencial anual = 77.513 pollos * 12 meses = 930.152 pollos al año

La tasa de crecimiento del Distrito Metropolitano de Quito es 2.18% que se aplica para proyectar la demanda para los 5 años.

Tabla 15
Proyección de la Demanda

Proyección Anual Demanda	
AÑO	Unidades
1	930.152
2	950.429
3	971.149
4	992.320
5	1.013.952

Elaborado: Autora

2.8 Determinación de la Oferta

Con la ayuda de la ficha de observación se conoce el promedio de ventas, los precios y las unidades de pollos asados que vende la competencia en un día.

Tabla 16
Análisis de la Competencia

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA			
Locales	Número Promedio de ventas	Precios Competencia	Pollos al Día
Granjita	\$ 273,00	13,00	21
El molino	\$ 420,00	15,00	28
Maxi pollo	\$ 434,00	15,50	28
Bonanza	\$ 308,00	14,00	22
Magdalena	\$ 345,00	15,00	23
Parrilla roja	\$ 409,50	15,75	26
Llama roja	\$ 511,50	15,50	33
Caída del sol	\$ 318,00	13,25	24
Koko Riko	\$ 325,50	15,50	21
El corral	\$ 392,00	14,00	28
TOTAL	\$ 3.736,50	146,50	254
Promedio	373,65	14,65	25

Elaborado: Autora

Con los datos de esta tabla, se da a conocer el número promedio de pollos diarios que vende la competencia, que son: 25 pollos diarios, a un precio promedio de \$ 14.65 manteniendo un volumen promedio de ventas de \$ 373, 65 dólares.

Cálculo de la oferta

Se toma como base la cantidad de pollos que vende la competencia al día.

Pollos Diarios = 254

Pollos Mensuales = 254 *30 días = 7.620

Pollos Anuales = 91.440

Para proyectar la oferta se toma en cuenta la tasa de crecimiento del producto interno bruto (PIB), al primer trimestre del año 2018, que es 1.90%.

Tabla 17
Proyección de la oferta

Proyección Anual Oferta	
AÑO	Unidades
1	91.440
2	93.177
3	94.948
4	96.752
5	98.590

Elaborado: Autora

2.9 Determinación de la demanda insatisfecha

Es la diferencia entre la demanda y la oferta

Tabla 18
Demanda Insatisfecha

Demanda insatisfecha Anual			
AÑO	Demanda Potencial	Oferta Potencial	Demanda Insatisfecha
1	930.152	91.440	838.712
2	950.429	93.177	857.252
3	971.149	94.948	876.201
4	992.320	96.752	895.568
5	1.013.952	98.590	915.362

Elaborado: Autora

De la demanda insatisfecha el proyecto se propone cubrir un 2%, de la demanda insatisfecha en dos locales proyectados del sector.

Tabla 19
Plan de Producción de Ventas

Plan de Producción de Ventas				
AÑO	Demanda Insatisfecha Anual	Producción anual (2%)	Producción Mensual	Producción Diaria
1	838.712	16.774	1.398	47
2	857.252	17.145	1.429	48
3	876.201	17.524	1.460	49
4	895.568	17.911	1.493	50
5	915.362	18.307	1.526	51

Elaborado: Autora

Como se puede apreciar en la tabla 19, el 2% de la demanda insatisfecha que el proyecto pretende cubrir entre dos locales representa, 16.774 pollo anuales, 1.398 pollos mensuales y 47 pollos diarios, que se encuentra dentro del promedio de pollos diarios que vende la competencia.

CAPÍTULO III

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CADENA DE ASADERO DE POLLOS EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Este capítulo aborda la propuesta la misma que contiene los planes de acción a través de la determinación del estudio organizacional, estudio legal, estudio técnico, estrategias de marketing, estudio financiero, estudio ambiental.

3.1. PROCESO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL

3.1.1 Misión

“Satisfacer la necesidad del consumidor, con productos alimenticios de primera calidad en su economía costumbres y tradiciones”

3.1.2 Visión

“Ser una empresa reconocida a nivel local, en la preparación y venta de productos y servicios de asados de pollos”

3.1.3 Valores

Transparencia.- Transmitir confianza hacia nuestro equipo de trabajo y clientes.

Puntualidad.- El respeto al tiempo de los clientes.

Excelencia.- Brindar productos y servicio con calidad.

Responsabilidad.- Escuchar críticas de clientes para que se conviertan en oportunidades.

Compromiso.- Entregar productos y servicios acorde a lo ofrecido, en precios, tamaños y sabores.

3.1.4 Objetivos

- Ofrecer a la clientela, productos preparados con el más exquisito e inigualable sabor del pollo asado.
- Ofrecer un servicio hospitalario, de manera que el cliente se sienta como en casa.
- Establecer precios competitivos de acuerdo a las expectativas del cliente.

3.1.5 Estrategias

Las siguientes estrategias son redactadas en base al levantamiento de la información realizada por la encuesta y ficha de observación:

- Conquistar el mercado con precios competitivos al alcance del consumidor.
- Fidelizar al cliente con un sabor único del pollo asado.
- Brindar un producto y servicio de calidad, que cumpla con las expectativas del cliente.
- Crear combos promocionales.
- La decoración y la pintura interna serán modernas, que transmitan un ambiente acogedor, tranquilo y ordenado.
- Premiar a los clientes más fieles, de manera que se divulgue la noticia.
- Capacitar a los empleados para brindar una buena atención, para ser mejor cada día.
- Buscar cada vez y formar alianzas con proveedores para mantener en stock la materia prima aun buen precio.
- Ser observadores a la competencia, para innovar el servicio.
- Mantener un entorno armónico de trabajo
- Consolidar la marca.
- Ofrecer un servicio posventa, (encuesta de satisfacción).
- Contar con juegos infantiles modulares.
- Poner el precio adecuado, para que el cliente reciba más valor del que está pagando.
- Aprovechar las temporadas y las fechas especiales.
- Identificación de las promociones en forma clara y precisa.
- Contar con un espacio físico y adecuado para instalar las máquinas y muebles de trabajo.

3.1.6 Políticas

- Crear una cultura de calidad en productos y servicios.
- Mantener un cuidadoso proceso de higiene y orden en todas las áreas.
- Brindar un servicio rápido y eficiente
- Escuchar opiniones y sugerencias del cliente, para potenciar el servicio.

3.1.7 Organigrama Estructural

La cadena Relámpago de Pollo, necesitará un presidente ejecutivo, que será precedida por cualquiera de los dos socios quién tomará las decisiones, el área de administración es en donde se ejecutaran planes de acción y se dirigen estrategias para alcanzar las metas, se establece el área productiva que comprende al cocinero quien preparará los alimentos, el área de ventas será ejecutada por el cajero quién ofrece el producto y el mesero se hará cargo de mantener limpio y ordenado el establecimiento.

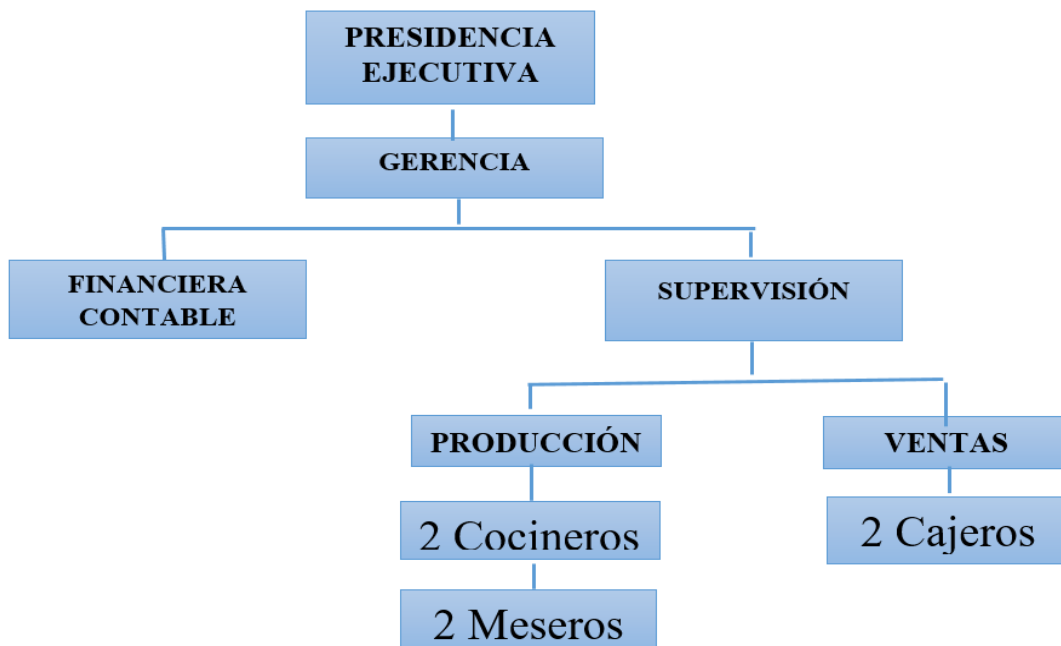


Figura 3. Estructura plan de negocios
Elaborado: Autora

3.1.8 Funciones

Es el conjunto de tareas que realizarán los empleados determinados en el organigrama, para el desarrollo correcto de actividades.

A continuación se presenta las siguientes funciones:

Funciones de la presidencia ejecutiva:

- ✓ Ejercer la representación legal de la empresa
- ✓ Tomar decisiones para el buen desarrollo de la empresa.

Funciones de la gerencia administrativa:

- ✓ Fijar objetivos y metas.
- ✓ Planifica y organiza actividades
- ✓ Tomar decisiones administrativas y financieras
- ✓ Dirigir y controlar los lineamientos funcionales y legales
- ✓ Fijar estrategias.

- ✓ Seleccionar a los empleados
- ✓ Vigilará el cumplimiento de las actividades de la entidad

Funciones de la supervisión:

- ✓ Direccionar las actividades
- ✓ Asignar responsabilidades a los empleados
- ✓ Evaluar actividades
- ✓ Tomar acciones correctivas.
- ✓ Elaborar presupuestos de compras y gastos
- ✓ Realizar el cuadro de caja y depositar
- ✓ Se encargará de la Logística de compras

Funciones del área Financiera contable:

- ✓ Organizar y controlar las operaciones contables
- ✓ Dirigir la preparación, análisis, evaluación de la información contable.
- ✓ Preparar Estados Financieros.

Funciones del Cocinero:

- ✓ Preparar los alimentos
- ✓ Adobar el pollo
- ✓ Estar pendiente del inventario
- ✓ Mantener limpia la cocina
- ✓ Realiza la presentación del plato, cuidando que se utilicen las porciones necesarias

Funciones del Mesero:

- ✓ Atender a los clientes
- ✓ Mantener limpio el asadero
- ✓ Ordenar las mesas y sillas
- ✓ Recibir a los clientes
- ✓ Servir los alimentos
- ✓ Colocar los pollos en el horno.
- ✓ Ayudar al cocinero.

Funciones del Cajero:

- ✓ Atender al cliente
- ✓ Ofrecer los productos a los clientes
- ✓ Elaborar facturas
- ✓ Realizar los cobros a los clientes
- ✓ Cuadrar la caja
- ✓ Realizar el pedido de materiales
- ✓ Ayudar al mesero.

3.1.9 Gestión Empresarial

La empresa utilizará los principios de administración como una estrategia para gestionar la viabilidad del negocio a través de la planificación, organización dirección y control.

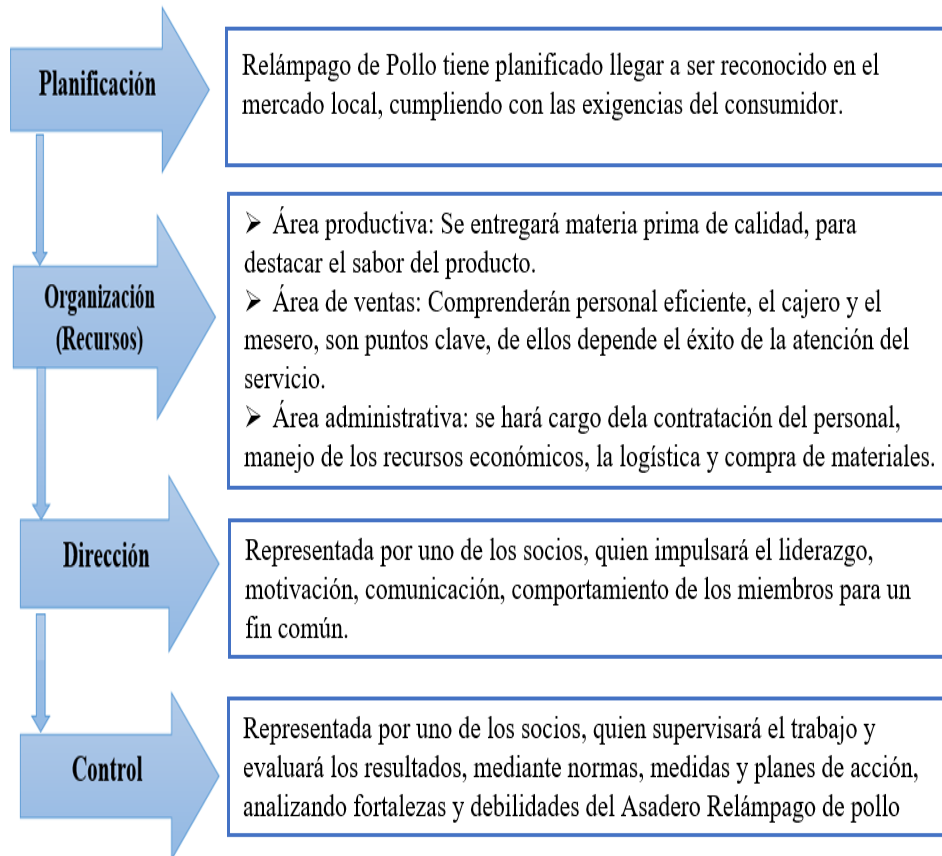


Figura 4. Principios de la Gestión Empresarial
Elaborado: Autora

Se puntualiza al principio de planificación, porque es la base que determina el futuro que tendrá la cadena de Asados de Pollos, mediante la fijación de la misión, visión, valores, objetivos, estrategias y políticas.

3.2 PROCESO LEGAL

La compañía se constituirá bajo los siguientes lineamientos:

3.2.1 Compañía de Responsabilidad Limitada. Art.92 Ley de Compañías

Establece su conformidad con un mínimo de 2 o más personas, que solamente responden por sus obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá en todo caso, las palabras de "Compañía Limitada", o su correspondiente abreviatura.

3.2.2 Escritura de constitución-Estatus de la Compañía

Denominación.- Relámpago de Pollo Cía. Ltda.

Objeto.- Producción y venta de pollos asados.

Plazo.- La duración de la Compañía será de tiempo permanente, sin embargo la junta de socios podrá extender o disolver el plazo conforme lo determine la ley.

Domicilio.- La oficina matriz será en la parroquia de Quitumbe y la sucursal en la parroquia de Guamaní.

Capital social.- La compañía estará integrada por dos socios.

3.2.3 Registro Mercantil

El artículo 136 de ley de compañías señala, que se debe inscribir en el Registro Mercantil, la escritura pública de constitución y solo podrá operar si obtuviera el Registro Único de Contribuyente (Ruc), que otorga el SRI.

3.2.4 Los permisos de funcionamiento serán:

- Patente municipal
- RUC. Registro Único de Contribuyente.
- Licencia única de actividades económicas (LUAE)
- Permiso de funcionamiento del ministerio de Salud
- Permiso de funcionamiento de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA)
- Registro de alimentos y bebidas en el ministerio de turismo (según categorización)
- Registro turístico en Quito turismo (según categorización)

3.3 PROCESO TÉCNICO

El estudio técnico determina, el tamaño y localización para el buen desempeño de la cadena Relámpago de Pollo, con la ayuda del estudio de mercado se determina algunos factores condicionantes del proyecto.

3.3.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto está fijado por el espacio físico de las áreas, los recursos financieros, la mano de obra, equipos y maquinarias.

3.3.2 Infraestructura de la planta

Los locales deben tener un espacio amplio para ejecutar de las siguientes actividades:

- Área de producción.- requiere de espacio para establecer el horno, la cocina industrial, estanterías, vitrinas, congelador, mesas, refrigeradora y otros que son propias de un ambiente de cocina.
- Área de servicio.- Es el salón en donde se atenderá a los clientes, requiere de espacio para ubicar sillas y mesas.
- Ambiente iluminado tranquilo, cómodo y ventilado.

Tabla 20
Tamaño del proyecto, espacio físico

Espacio físico		
Propiedad, planta y Equipo	Local 1. Quitumbe 100 m2	Local 2 Guamaní 80 m 2
Salón	✓	✓
Asadero	✓	✓
Cocina	✓	✓
Caja	✓	✓
Baño	✓	✓
Oficina	✓	X
Bodega	✓	✓
Juego Infantil	✓	✓

Elaborado: Autora

Como se indica en el cuadro cada local debe tener un salón, asadero, cocina, caja, bodega y juego para niños, difiere en la oficina el local de Guamaní, porque esta se encontrará en la matriz de Quitumbe, el espacio físico del local 1 será de 100 m2 y del local 2 de 80 m2.

3.3.3 Diagrama de la Planta

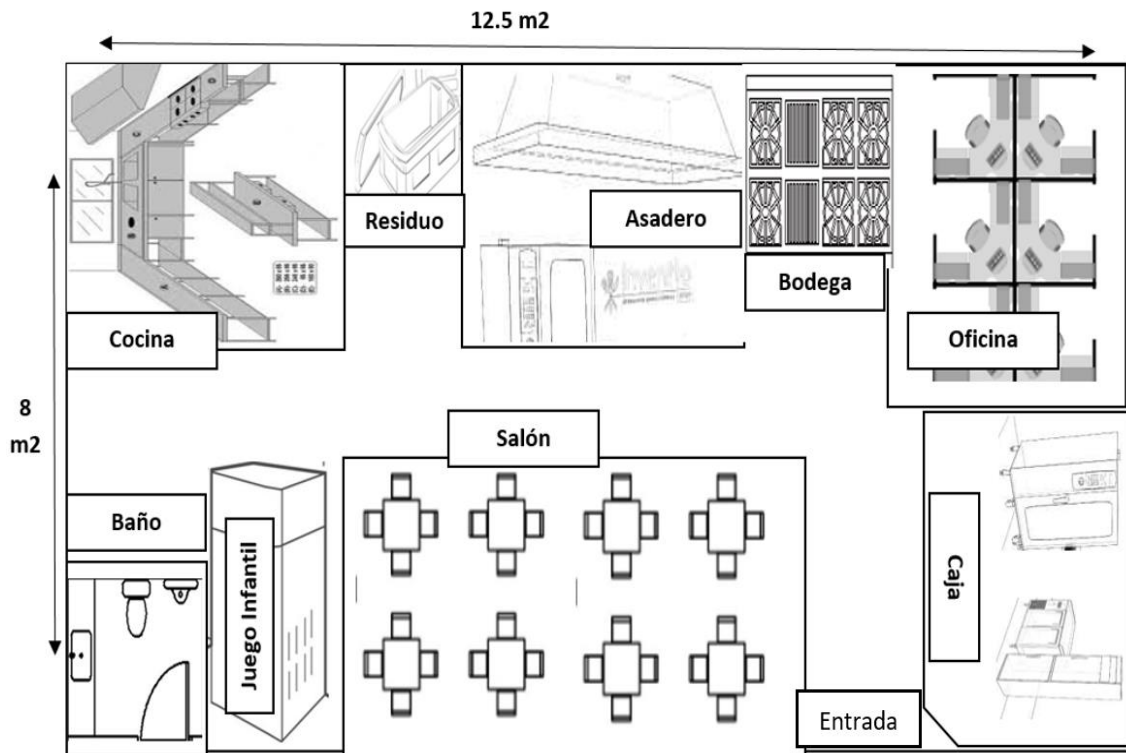


Figura 5. Diagrama de planta Quitumbe
Elaborado: Autora

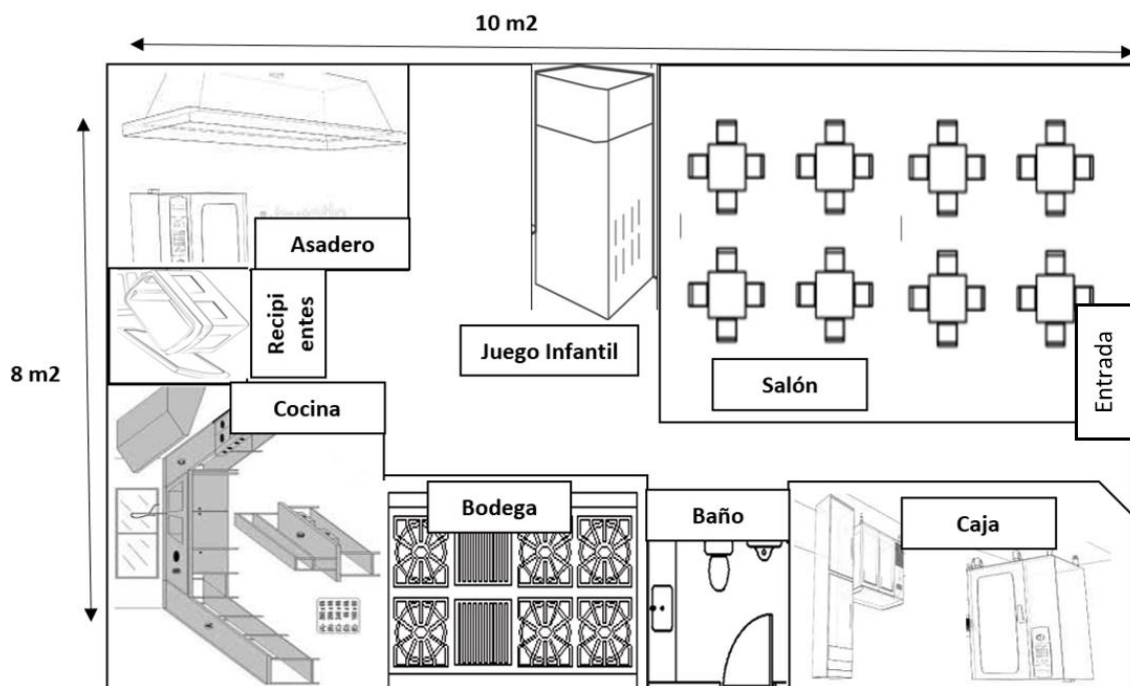


Figura 6. Diagrama de planta Guamaní
Elaborado: Autora

3.3.4 Maquinaria y Equipo

3.3.4.1 Capacidad instalada

Es primordial estudiar la capacidad del horno de pollo, el horno estará compuesto por 4 parrillas de cuatro pollos, el tiempo que se demora en la cocción es de una hora y media a este lapso de tiempo se va relacionar con el horario de atención el cual es de 09:00 am hasta 20:00 pm; durante este tiempo al horno se lo va a utilizar dos veces en los siguientes rangos de horario.

Para iniciar con las actividades de producción, se estima que se van necesitar como mínimo 47 pollos, al día establecidos en el plan de ventas, para poder cubrir la posible demanda, para los cuales se van a dedicar seis horas en el asado, con el horario de atención propuesto de nueve de la mañana a ocho de la noche, el uso efectivo de la capacidad utilizada será del 66% de toda la capacidad instalada.

3.3.4.2 Capacidad Instalada Área de Producción

Tabla 21
Equipos y maquinarias de Producción

EQUIPOS Y MAQUINARIAS DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD
Horno de pollo	2
Termo para pollo	2
Cocina Industrial	2
Extractor de Humo	2
Recipientes de residuos	8
Fundas plásticas industriales	1.152
Trampas de grasas	2
Peladora de papas	2
freidora de papas	2
Picadora de papas	2
Refrigeradora	2
Congelador	2
Juego de 5 ollas industriales	2
Licuada	2
Balanza de cocina	2
Tanque de gas 45k	6
VEHÍCULOS	
Vehículo	1

Elaborado: Autora

Tabla 22
Muebles y enseres de producción

MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD
Mesas de trabajo Acero inoxidable	4
Lavadero de Platos	2
Estanterías	4

Elaborado: Autora

Tabla 23
Utensilios y accesorios de producción

UTENSILIOS Y ACCESORIOS DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD
Cucharas industriales	4
Tijera para corta pollo	2
Pinza Industrial	2
Cuchillo industriales	2
Guantes para las parrilla cambio cada 6 meses	4
Tabla para picar	2
Exprimidor de limones	2
Balde para jugo	2
Otros recipientes	6

Elaborado: Autora

3.3.4.3 Capacidad Instalada Área de Ventas

Se indica que cada Local tendrá 8 mesas y 32 sillas, para atender a los clientes.

Tabla 24
Equipos y maquinarias de ventas

EQUIPOS Y MAQUINARIAS DE VENTA	CANTIDAD
Caja Registradora Sam 4s.Modelo 350	2
Calculadoras	2
Teléfono inalámbrico	2
Frigoríficos para bebidas	2
Juguera	2
Dispensador de Bebidas	2
Tv 32 Pulgada Sony	2
EQUIPOS Y MAQUINARIAS DE VENTA	CANTIDAD
Caja Registradora Sam 4s.Modelo 350	2
Calculadoras	2
Teléfono inalámbrico	2
Frigoríficos para bebidas	2
Juguera	2
Dispensador de Bebidas	2
Tv 32 Pulgada Sony	2

Elaborado: Autora

Tabla 25
Muebles y enseres salón

MUEBLES Y ENSERES SALÓN	CANTIDAD
Mesas	16
Sillas	64
sillas de niño para restaurante	2
Vitrina Confitera pequeña	2
Mueble para Atención	2
Mueble Juego Infantil	2

Elaborado: Autora

Tabla 26
Accesorios y menaje salón

ACCESORIOS Y MENAJE SALÓN	Cantidad
Platos soperos	64
Platos pequeños tendidos	64
Platos Mediano Para arroz	64
Platos Grandes tendidos	64
Cucharas metálicas	64
Tenedores metálicos	64
Cuchillo metálicos	64
Extintor	2
Vasos de Vidrio	64
Tenedores metálicos	64
Cuchillo metálicos	64
Vasos de Vidrio	64
Ajiceros	16
Señaléticas	10
Saleros	16
Otros recipientes pequeños	12

Elaborado: Autora

3.3.4.4 Capacidad Instalada Área Administrativa

Tabla 27
Equipos y muebles de administración

EQUIPOS Y MUEBLES DE ADMINISTRACIÓN	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
Computador inter Core I5	2
Impresora Epson	1
MUEBLES Y OFICINA	
Mesas de Trabajo	2
Silla giratoria	2
Mueble de computador	2
EQUIPOS DE OFICINA	
Teléfono inalámbrico	1
Calculadora	1

Elaborado: Autora

3.3.4.5 Personal Requerido para las áreas de Administración, Producción y Ventas

Tabla 28
Personal Requerido

PERSONAL REQUERIDO	
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	
Gerente	1
Supervisor	1
Contador - Financiero	1
ÁREA DE PRODUCCIÓN	
MANO DE OBRA DIRECTA	
Cocinero	2
Mesero	2
AREA DE VENTA	
MANO DE OBRA INDIRECTA	
Cajero	2

Elaborado: Autora

3.3.5 Localización

Mediante el desarrollo del proyecto se ha ido mencionando los puntos referenciales en donde se pretende establecer los locales de asadero de pollos, debido a la concurrencia de personas que existen en estas localidades de Guamaní y Quitumbe, en Quitumbe el lugar observado como benéfico está ubicado a la altura de la plataforma Gubernamental y en Guamaní el sitio ideal se encuentra en la Terminal Sur Ecovía y que además son las zonas en donde se realizó la recolección de la información que mediante el análisis de datos en la pregunta tres de la encuesta el 94% de los encuestados determinan que les gustaría tener cerca su localidad un servicio alimenticio como el pollo asado, con infraestructura de calidad.

3.3.6 Macrolocalización

La cadena Relámpago de Pollo, estará ubicada en el Ecuador, Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquias Guamaní y Quitumbe.

Tabla 29
Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Guamaní
Parroquia	Quitumbe

Elaborado: Autora

3.3.7 Factores de Localización

A continuación se detalla los factores más relevantes que influyen en la localización de los locales, para ello se establece siete Factores a los cuales se les han asignados puntaje considerando el grado de importancia que tienen en cada lugar y la suma de estos criterios deben ser iguales a cien.

Tabla 30
Factores de Localización

Factores de Localización		
Factores	Quitumbe	Guamaní
Zonas con mayor concurrencia de personas	22	25
Vías principales, comerciales	18	18
Servicios de entidades pública y Privada	22	20
Disponibilidad de Local	16	15
Costo de Arriendo de Local	10	10
Facilidad de proveedores	7	7
Servicios Básicos	5	5
Total Peso	100	100

Elaborado: Autora

3.3.8 Microlocalización

De acuerdo a los factores de localización se determina el lugar en donde funcionará la Cadena Relámpago de Pollo, Matriz y Sucursal.

Local 1. Se encontrará ubicada en Quitumbe con referencia a la Plataforma Gubernamental en la Av. Lira Ñan y Tamia. Local Matriz.

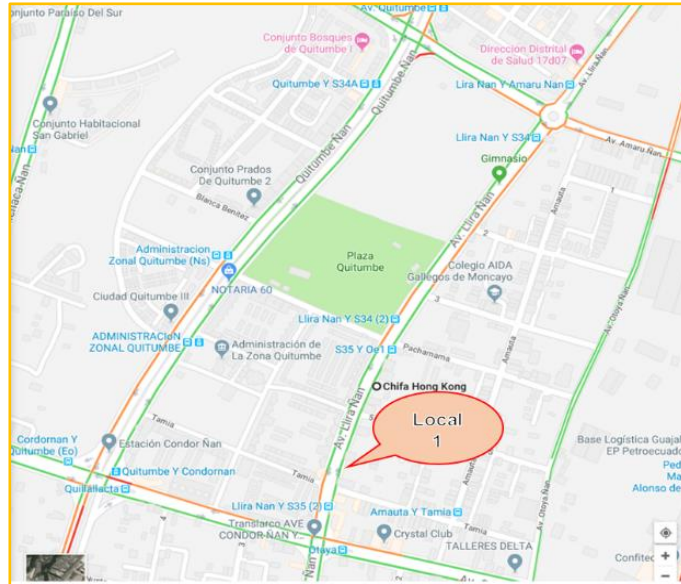


Figura 7. Local 1 Quitumbe
Fuente: Google Maps
Elaborado: Autora

Local 2. Se ubica en Guamaní, se hace referencia a la Terminal Sur Guamaní, en la Av. Pedro Vicente Maldonado y la calle F. Local Sucursal.

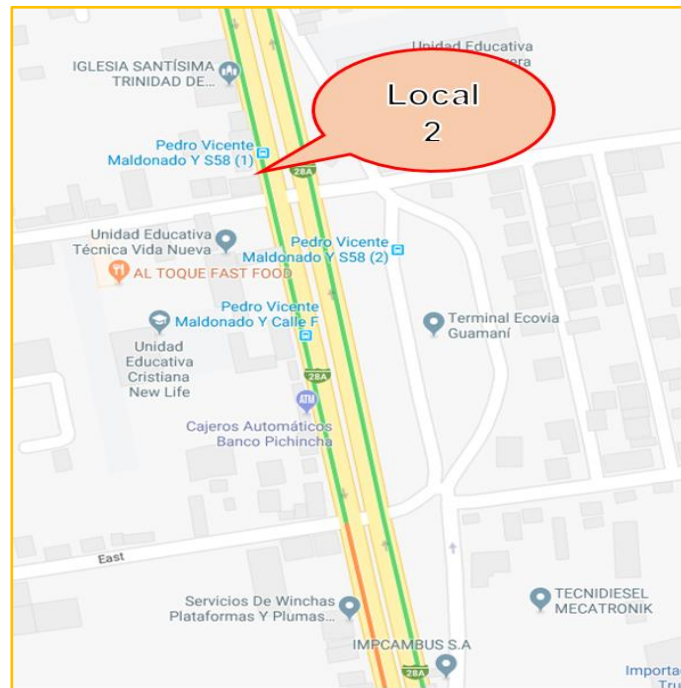


Figura 8. Local 2 Guamaní
Fuente: Google Maps
Elaborado: Autora

3.4 PROCESO DE SERVICCIÓN

Para esta etapa es necesario emplear el diagrama de flujo del proceso productivo que es donde se obtiene la conversión de la materia prima; definir las entradas y salidas en este punto es primordial, ayuda a optimizar tiempos.

Actividades de Producción:

- Proceso de Solicitar Productos a los proveedores.
- Proceso para la Preparación de los Alimentos: consomé, arroz, ensalada, salsa de vinagreta, papas cocidas, papas fritas, bebidas, Aliño para los pollos, ají.
- Proceso de Servicio de Alimentos a los Clientes

Se detallan a continuación cuatro diagramas de flujos que permiten visualizar las actividades para el buen desarrollo de la empresa.

3.4.1 Diagramas de Flujo – Solicitud de materia prima e insumos

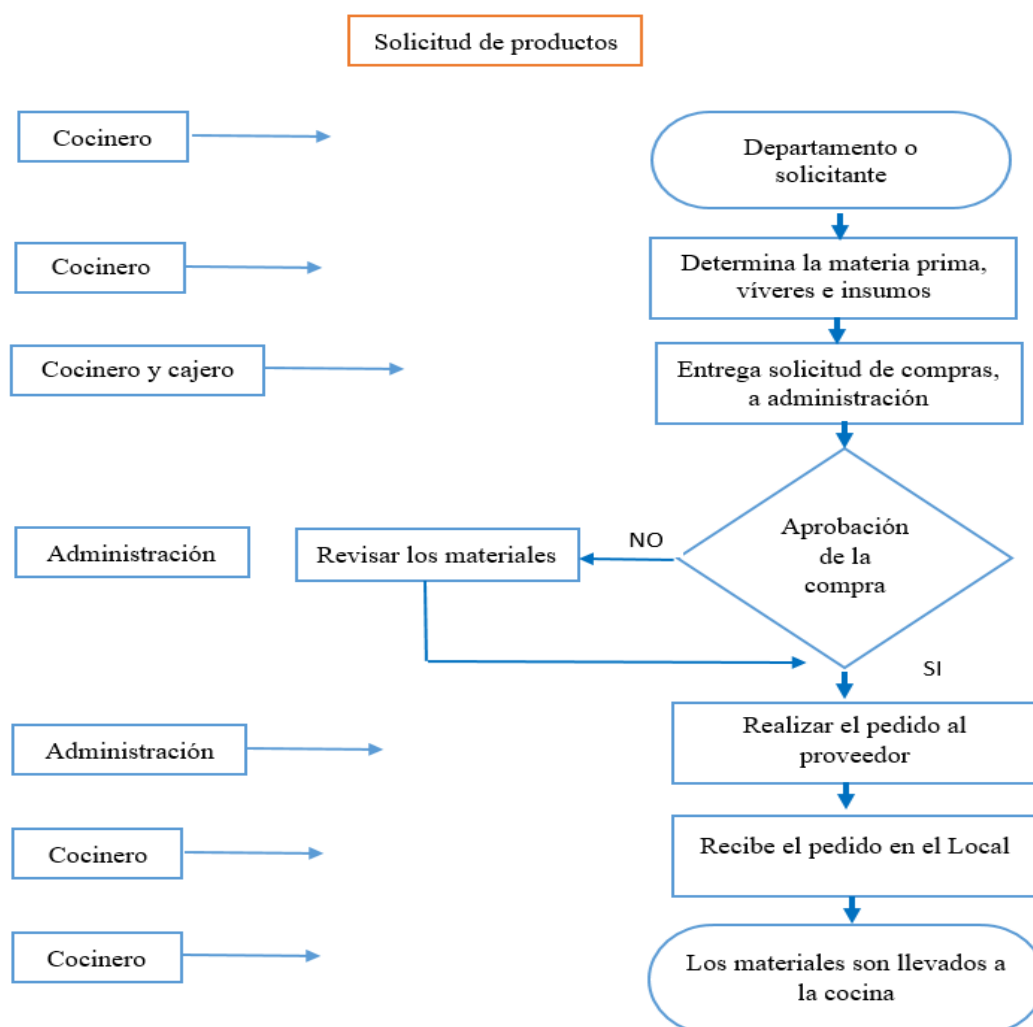


Figura 9. Diagrama de Proceso, Solicitar de materia prima e insumos
Elaborado: Autora

3.4.2 Diagramas de Flujo – Preparación del Producto

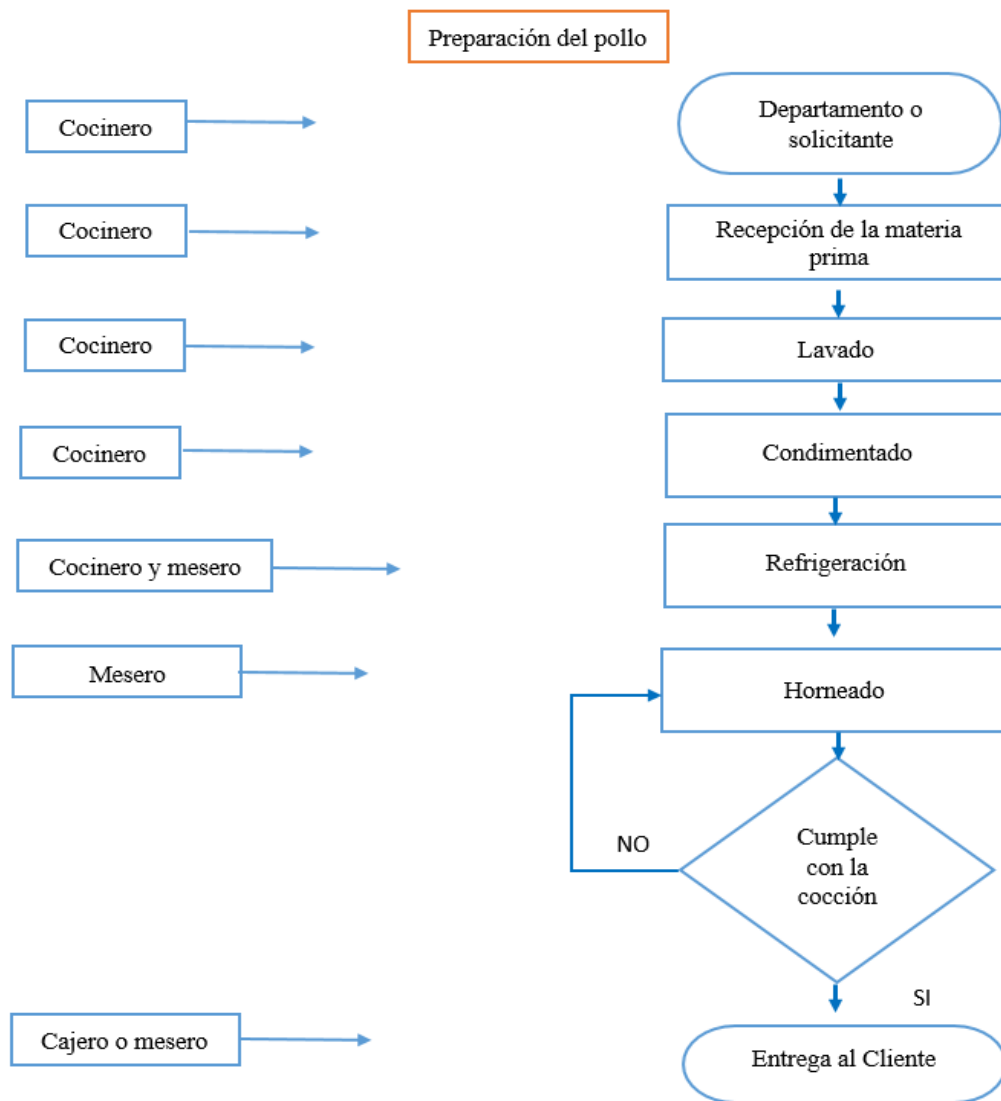


Figura 10. Diagrama de Proceso, Preparación Producto
Elaborado: Autora

3.4.3 Diagramas de Flujo – Servicio de Atención al Cliente

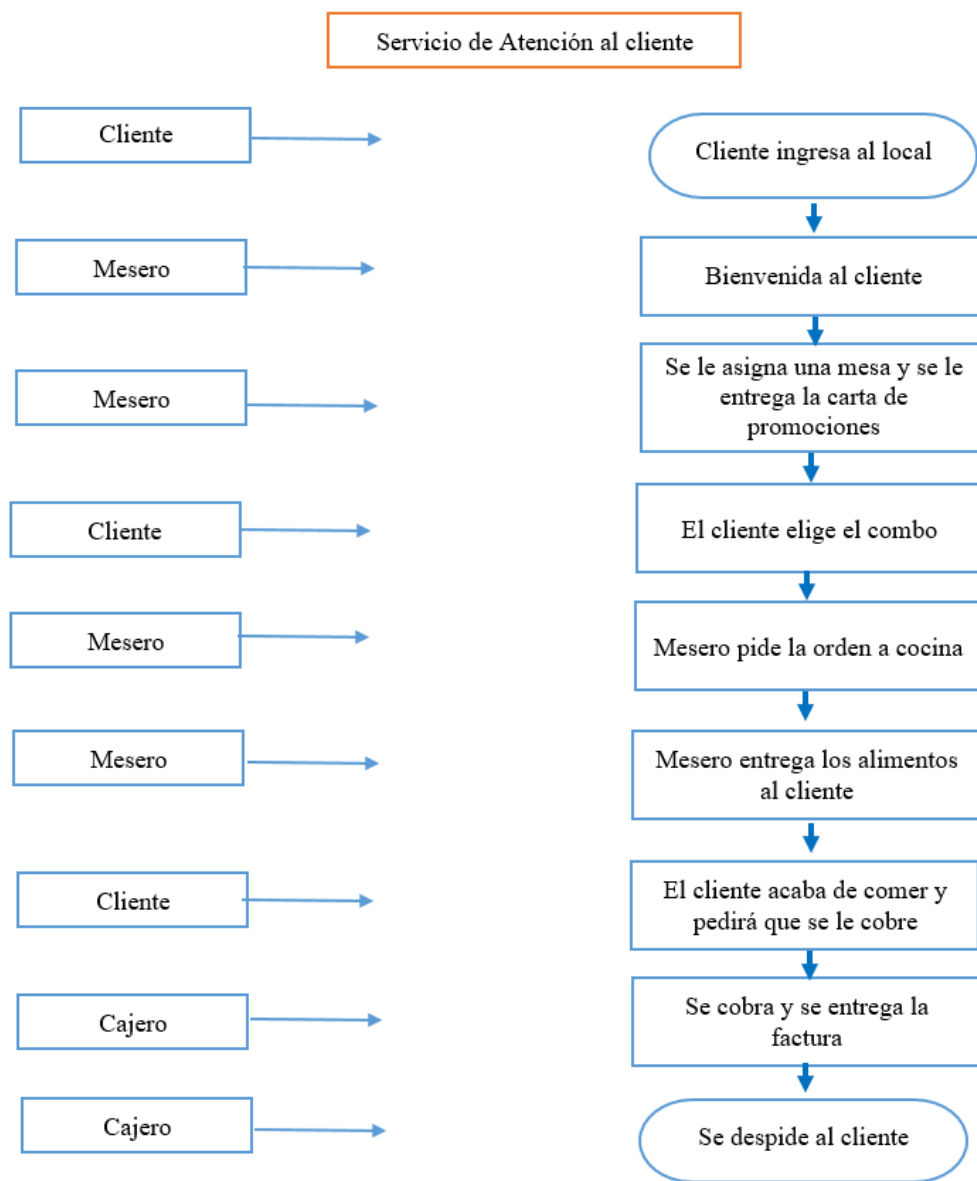


Figura 11. Diagrama de procesos, Servicio de Alimento a los Clientes
Elaborado: Autora

3.4.4 Diagrama de Flujo de la Gestión de Residuos

A través de este diagrama se puede observar el valor agregado que la empresa Relámpago de Pollo, tendrá en sus procesos como aporte al cuidado del medio ambiente.

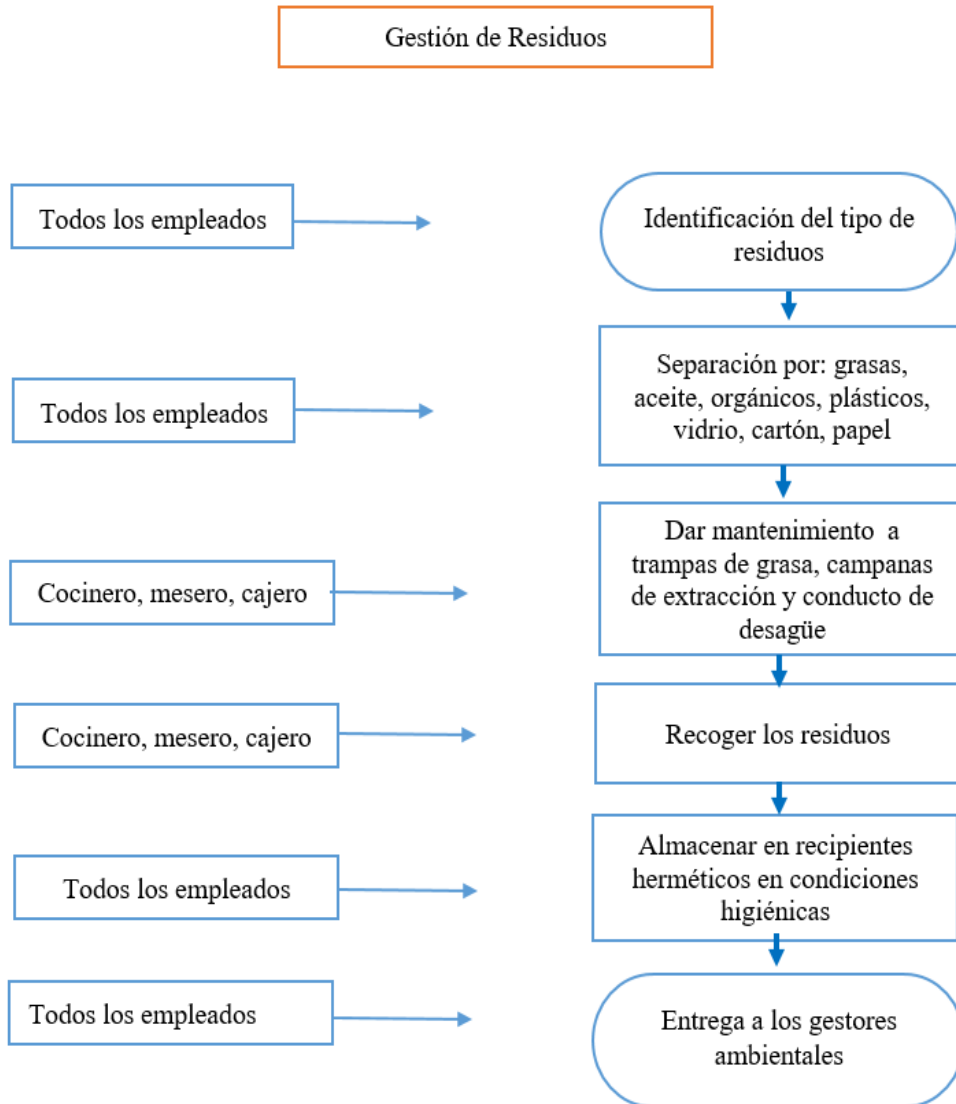
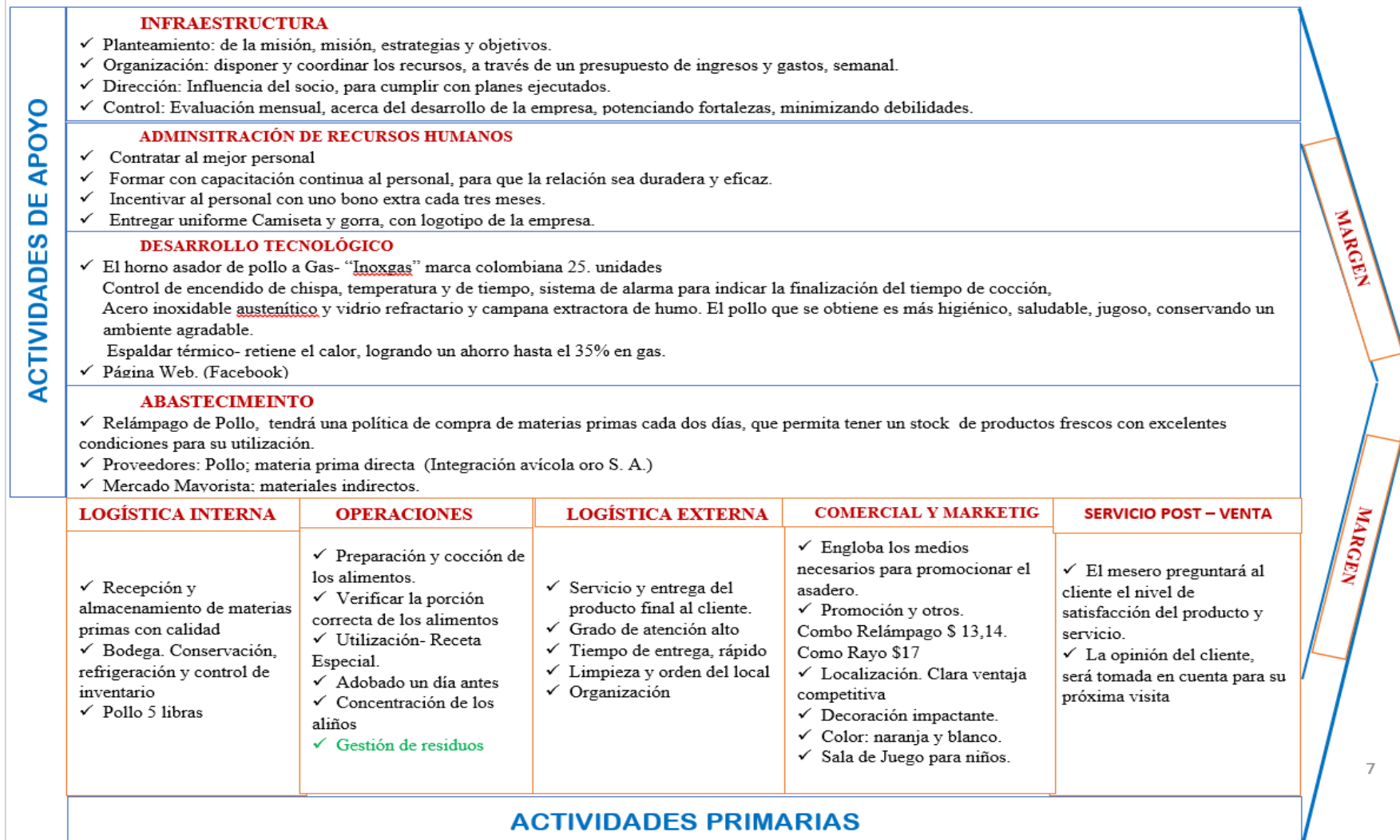


Figura 12. Diagrama de proceso, gestión de residuos
Elaborado: Autora

3.4.5 Cadena de Valor

La cadena de valor en la empresa Relámpago de Pollo, analiza las actividades primarias y de apoyo, para identificar la ventaja competitiva que agregará mayor valor, frente a la competencia y que tendrá que sostenerse, para que el producto sea atractivo y pueda mantenerse en el mercado.



7

Figura 13. Cadena de valor
Elaborado: Autora

3.5 PROCESO DE MARKETING

Evolución Histórica del Sector Alimentos de Enero a Septiembre del año 2017

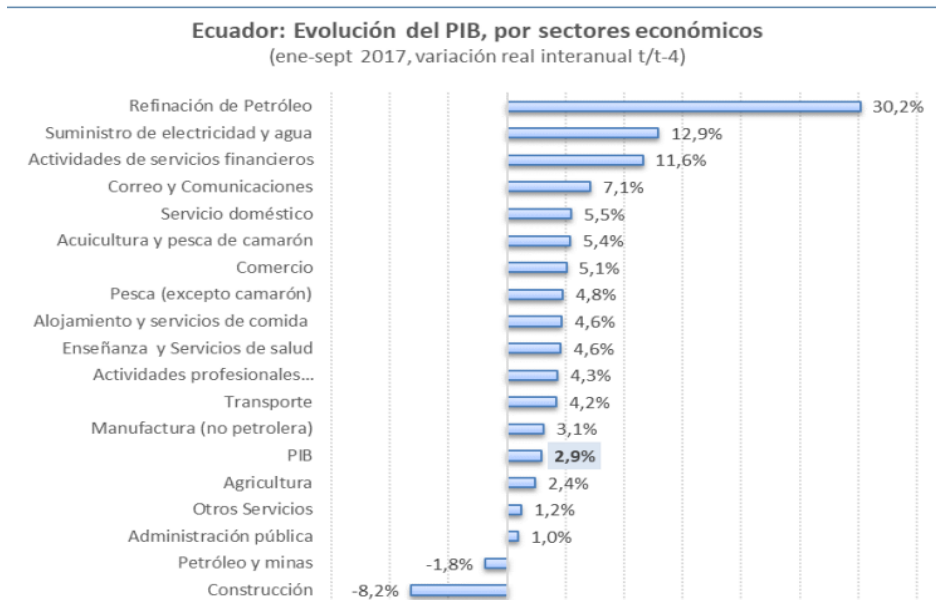


Figura 14. Evolución histórica del PIB.
Elaborado: Autora

Como se observa en la imagen, el producto interno bruto del sector económico alojamiento y servicio de comida, aportó en el año 2017, a la economía del país con el 4.6%, dando a conocer a la vez, que el servicio de comida tiene acogida y por ello se realiza el presente proyecto sobre la creación de una cadena de asado de pollos.

3.5.1 Producto

El producto es un componente tangible e intangible que tiene como fin llegar a satisfacer la necesidad del consumidor cumpliendo con los estándares de calidad de la materia prima.

El ingrediente principal que se ofrecerá en el asadero, como plato base es:

- Un pollo
- Dos porciones de papas fritas
- Una porción de arroz
- Ensalada
- Consomé
- una gaseosa Big cola de 2,25 litros

El conjunto mencionado de alimentos pueden ser servido como: un pollo entero, medio pollo, cuarto y octavo de pollo como el cliente quiera combinar al gusto del cliente en diferentes presentaciones de combos.



Figura 15. Producto
Elaborado: Autora

Servicio.- Es el conjunto de valores intangibles añadidos al producto que permitirá marcar la diferencia.

Marca.- Es el nombre comercial que ayudará a identificar el producto de otros, así se indica nuestra propia marca:



Figura 16. Logotipo
Elaborado: Autora

Relámpago de pollo es la identificación que se eligió, porque demuestra el valor que será entregado al cliente, cuyo eslogan es “Más cerca de ti, como tú lo pidas”, las instalaciones estarán ubicadas en el sur de Quito de ahí proviene “Mas cerca de ti”, estamos al servicio del cliente con un amplio abanico de ahí procede “como tú lo pidas”, porque se estará dispuesto a complacer los gustos de los clientes, brindando un producto asado, nutritivo y con un buen sabor.

Selección de los colores y forma del logotipo

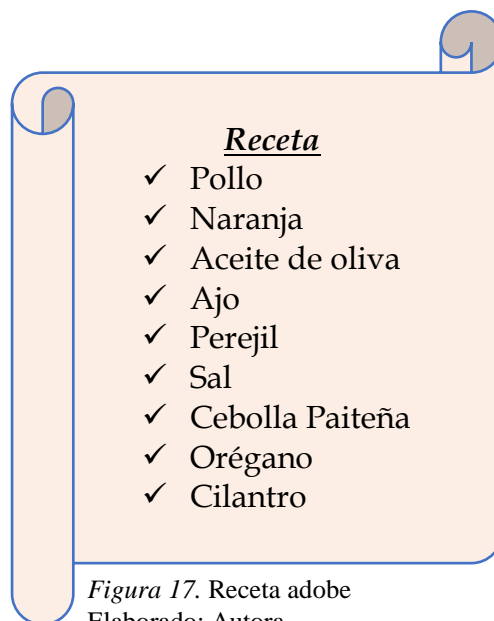
El nombre del asadero es Relámpago de pollo, es por ello que su forma es como un relámpago, utiliza colores fuertes, el color del rayo es amarillo porque significa la energía, las letras superiores son rojas que significa la atracción, las letras superiores son negras para

resaltar el color amarillo, en la mitad del logotipo se colocó un pollo que da la bienvenida y un pollo asado indicado que ofrece ese tipo de comida.

Receta adobado de pollo

El producto de la cadena Relámpago de Pollo, se diferenciará al de la competencia por que utilizará una receta especial para añadir valor cuando se adobe el pollo, haciendo que su sabor sea exquisito para el deleite del cliente, además la preparación del pollo, se realizará con 24 horas antes, de manera que permita la concentración de los condimentos, la mezcla de la naranja con los aliños serán inyectados al pollo, para mantener una textura jugosa con un sabor irresistible.

Además el pollo que se va a utilizar tendrá el 25% de proteínas, vitaminas B, nutrientes, minerales y menos cantidad de grasas saturadas.



Empaque

Contiene al producto, lo protege y preserva, llegando al cliente, en buenas condiciones, en nuestro caso el empaque serán si el producto es consumido dentro del local, los platos, los cubiertos, vasos; y si son los alimentos llevados a otro lugar se utilizará contenedores, fundas biodegradables y otros desechables.



Figura 18. Empaque mesa
Fuente: Página internet = Vajilla
Elaborado: Autora



Figura 19. Empaque para llevar
Fuente: Página internet = Contenedores
Elaborado: Autora

3.5.2 Precio

Es el instrumento competitivo que se establece con los costos de producción más el margen de utilidad, para tener un precio de acuerdo al mercado oferente, es necesario estudiar a la competencia.

Tabla 31
Precios de la competencia

ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA	
Locales	Precios Competencia
Granjita	13,00
El molino	15,00
Maxi pollo	15,50
Bonanza	14,00
Magdalena	15,00
Parrilla roja	15,75
Llama roja	15,50
Caída del sol	13,25
Koko Riko	15,50
El corral	14,00
TOTAL	146,50
Promedio	14,65

Elaborado: Autora

En este cuadro se observa los precios de los 10 locales de la competencia, el combo completo o familiar, tiene un precio desde los \$13,00 hasta los \$ 15,75 Relámpago de Pollo mantendrá un precio dentro del margen de los precios de la competencia de \$ 13,14.

Se tendrá muy en cuenta las promociones de los combos familiares que ofrece la competencia, porque se observa que algunos combos contienen más porciones que otros, así también se observa que algunos combos tienen bebida gaseosa y otros no.

Con lo expuesto, el precio de la cadena Relámpago de Pollo tendrá ventaja competitiva, porque el precio que se determina es menor al de la competencia.

3.5.3 Plaza o distribución

Por el tipo de servicio que se ofrecerá el canal de comunicación se simplifica, es así que el cliente llega al establecimiento para comprar, de manera que el producto es entregado de forma directa al consumidor final.

3.5.4 Promoción

Son las actividades que la empresa realizará para promocionar el producto, de esta forma se menciona algunas estrategias:

- Se colocará gigantografías y roll up alrededor de las instalaciones.
- El letrero de los locales serán identificables.
- Se entregará hojas volantes y tarjetas de presentación.
- Cada inicio de mes se dará de obsequio un vaso más llavero, con el logotipo del asadero a los primeros 10 clientes, que consuman más de 35 dólares.
- En la apertura de los locales se realizará un descuento especial del 30% a los primeros 25 compradores.
- Entrega de tarjetas de 10 puntos a los clientes, que compren más de 10 dólares, para que reclamen un medio pollo extra, cada 50 puntos de acumulación.
- Crear combos promocionales.
- Se realizará promociones en fechas especiales como en la navidad, día de la madre y del padre.
- Y de acuerdo con la necesidad del entorno se irá planificando más estrategias de publicidad.

A continuación se indica la imagen publicitaria de los combos, que la Cadena Relámpago de Pollo ofrecerá a sus clientes.

La atracción de la cadena de pollos, será su combo denominado, Combo Relámpago de \$13.14, porque a más de ser un precio cómodo y accesible estará compuesto por:

Un pollo entero, 4 consomés, 2 porciones de papas, 1 porción de arroz, ensalada y gaseosa.



Figura 20. Combo Relámpago de Pollos
Elaborado: Autora

El color rojo que se utiliza en la publicidad de las promociones, es para llamar la atención ya que significa, poder de atracción.

A demás como dato curioso, el nombre de los combos que serán ofrecidos al cliente, tendrán relación con el nombre de la empresa, para poder difundir la marca y darle sentido al logotipo de Relámpago de Pollo, de esta manera el cliente también puede identificar y memorizar su combo preferido.

A continuación se presenta la imagen publicitaria de los combos

3.5.4.1 Imagen Publicitaria

El pollo asado es el producto principal, por ello se demuestra las presentaciones de los combos que serán ofrecidos como: pollo entero, medio pollo, cuarto de pollo, octavo de pollo.



Figura 21. Imagen Publicitaria de Combos
Elaborado: Autora

Página Web (Facebook)

Facebook es la red social más grande, y sin duda alguna permitirá realizar publicidad online para la cadena Relámpago de Pollo, dando a conocer el producto; estimulando a las personas que vayan a comprar y que está dispuesta a complacer la necesidad alimenticia del consumidor con precios accesibles, esta red también permitirá acatar las sugerencias de los clientes para ser cada vez mejor.



Figura 22. Facebook, página web
Elaborado: Autora

3.6 PROCESO FINANCIERO

En el proceso financiero tiene como objetivo detectar los recursos económicos que necesitará el proyecto, en donde se determinan los costos y gastos totales del proceso de producción y los ingresos que se estiman recibir en las proyecciones de cada año.

3.6.1 Plan de Inversión

El plan de inversión contiene los equipos, maquinarias, utensilios y muebles que cada área requiere para su funcionamiento, además señala el capital de trabajo que resumen los costos y gastos directos e indirectos de producción.

3.6.1.1 Inversión Fija

Es la inversión en los activos físicos. Se detallan los bienes tangibles que son necesarios en las áreas de producción, administración y ventas, se tendrá en cuenta que las unidades que se mencionan son para los dos locales.

Inversión Fija para el área de producción

A continuación se detalla la maquinaria, herramientas, muebles y utensilios, que necesitará el área de producción para su buen funcionamiento.

Tabla 32
Maquinarias y herramientas de producción

MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN			
Detalle	Valor \$	Cantidad	Valor total \$
EQUIPOS Y MAQUINARIAS			
Horno de pollo	2.000,00	2	4.000,00
Termo para pollo	500,00	2	1.000,00
Cocina Industrial	300,00	2	600,00
Extractor de Humo	600,00	2	1.200,00
Recipientes de residuos	80,00	8	640,00
Fundas plásticas industriales	0,15	1.152	172,80
Trampas de grasas	2,00	270	540,00
Peladora de papas	150,00	2	300,00
freidora de papas	600,00	2	1.200,00
Picadora de papas	80,00	2	160,00
Refrigeradora	700,00	2	1.400,00
Congelador	800,00	2	1.600,00
juego de 5 ollas industriales	110,00	2	220,00
Licuada	60,00	2	120,00
Balanza de cocina	50,00	2	100,00
Tanque de gas 45k	80,00	6	480,00
Total Equipos y Maquinarias			13.732,80
VEHÍCULOS			
Vehículo	19.600,00	1	19.600,00

Elaborado: Autora

Tabla 33
Maquinarias y enseres de producción

MUEBLES Y ENSERES	Valor \$	Cantidad	\$V.Total
Mesas de trabajo Acero inoxidable	150,00	4	600,00
Lavadero de Platos	200,00	2	400,00
Estanterías	75,00	4	300,00
Total Muebles y Enseres			1.300,00

Elaborado: Autora

Tabla 34
Utensilios y accesorios de producción

UTENCILLOS Y ACCESORIOS	Valor \$	Cantidad	\$V.Total
Cucharas industriales	4,00	4	16,00
Tijera para corta pollo	10,00	2	20,00
Pinza Industrial	4,50	2	9,00
Cuchillo industriales	3,00	2	6,00
Guantes para las parrilla cambio cada 6 meses	6,00	4	24,00
Tabla para picar	5,00	2	10,00
Exprimidor de limones	2,00	2	4,00
Balde para jugo	10,00	2	20,00
Otros recipientes	3,00	6	18,00
Total Utensilios y Accesorios			127,00

Elaborado: Autora

Inversión Fija para el área de ventas

Se da a conocer, que el área de ventas contará con un salón, el cual tendrá un espacio para instalar 8 mesas y 32 sillas, en cada local.

Tabla 35
Maquinarias y enseres de ventas

ÁREA DE VENTA SALÓN			
Detalle de Muebles	Cantidad	Valor\$	V. Total
MUEBLES Y ENSERES			
Mesas	16	45,00	720,00
Sillas	64	10,00	640,00
sillas de niño para restaurante	2	20,00	40,00
Vitrina Confitera pequeña	2	40,00	80,00
Mueble para Atención	2	120,00	240,00
Mueble Juego Infantil	2	2.800,00	5.600,00
Total Muebles y enseres			7.320,00

Elaborado: Autora

Tabla 36
Equipos y maquinarias de ventas

AREA DE VENTAS			
Detalle	Valor \$	Cantidad	Valor Total \$
EQUIPOS DE OFICINA			
Caja Registradora Sam 4s. Modelo 350	450,00	2	900,00
Calculadoras	4,00	2	8,00
Teléfono inalámbrico	40,00	2	80,00
Total Equipos de Oficina			988,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS			
Frigoríficos para bebidas	700,00	2	1.400,00
Juguera	80,00	2	160,00
Dispensador de Bebidas	200,00	2	400,00
Tv 32 Pulgada Sony	200,00	2	400,00
Total Equipos y Maquinarias			2.360,00

Elaborado: Autora

En utensilios y accesorios se indica que cada local necesita de 32 unidades en algunos conceptos.

Tabla 37
Accesorios y menaje salón

ÁREA DE VENTAS					
Accesorios y Menaje Salón					
Conceptos	Cantidad	Local 1 y 2	Total Requerido	Valor \$	V. Total
Platos soperos	32	2	64	2,80	179,20
Platos pequeños tendidos	32	2	64	1,90	121,60
Platos Mediano Para arroz	32	2	64	2,10	134,40
Platos Grandes tendidos	32	2	64	3,00	192,00
Cucharas metálicas	32	2	64	0,35	22,40
Tenedores metálicos	32	2	64	0,35	22,40
Cuchillo metálicos	32	2	64	0,40	25,60
Extintor	1	2	2	30,00	60,00
Vasos de Vidrio Grandes	32	2	64	0,50	32,00
Tenedores metálicos	32	2	64	0,35	22,40
Cuchillo metálicos	32	2	64	0,40	25,60
Vasos de Vidrio Pequeño	32	2	64	0,50	32,00
Ajiceros	8	2	16	1,50	24,00
Señaléticas	5	2	10	1,50	15,00
Saleros	8	2	16	1,00	16,00
Otros recipientes pequeños	6	2	12	1,50	18,00
Total Utensilios y Accesorios					942,60

Elaborado: Autora

Inversión Fija para el área de administración.

Los presentes activos serán utilizados en la oficina matriz que funcionará en el local de Quitumbe.

Tabla 38
Equipos, muebles y equipos de Administración

EQUIPOS Y MUEBLES DE ADMINISTRACIÓN			
Detalle	Valor \$	cantidad	Valor total \$
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computador inter Core I5	480,00	2	960,00
Impresora Epson	150,00	1	150,00
Total Equipos			1.110,00
MUEBLES Y OFICINA			
Mesas de Trabajo	50,00	2	100,00
Silla giratoria	28,00	2	28,00
Mueble de computador	27,00	2	27,00
Total Muebles			155,00
EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfono inalámbrico	36,00	1	36,00
Calculadora	2,50	1	2,50
Total Equipos de Oficina			38,50

Elaborado: Autora

El presente cuadro resume toda la inversión fija que es necesaria para el desarrollo de las actividades.

Tabla 39
Resumen inversión fija

RESUMEN INVERSIÓN FIJA RELÁMPAGO DE POLLO		
INVERSIÓN FIJA		
AREA DE PRODUCCIÓN		34.759,80
Equipo y Maquinaria	13.732,80	
Muebles y Enseres	1.300,00	
Utensilios y Accesorios	127,00	
Vehículo	19.600,00	
AREA DE VENTAS		11.524,60
Equipos y Maquinarias	2.360,00	
Muebles y Enseres	7.234,00	
Equipos y oficinas	988,00	
Utensilios y Accesorios	942,60	
AREA DE ADMINISTRATIVA		1.358,50
Equipos y Computación	1.110,00	
Muebles y Enseres	210,00	
Equipos y oficinas	38,50	
TOTAL INVERSIÓN FIJA		47.722,90

Elaborado: Autora

3.6.1.2 Depreciaciones

Tabla 40. Depreciación área de producción

DEPRECIACIÓN ÁREA DE PRODUCCIÓN								
Detalle	Valor Adquisición	Vida Útil Años	Valor Residual	Dep.Año 1	Dep.Año 2	Dep.Año 3	Dep.Año 4	Dep.Año 5
Equipo y Maquinaria	13.732,80	10	6.866,40	1.373,28	1.373,28	1.373,28	1.373,28	1.373,28
Utensilios y Accesorios	127,00	2		63,50	63,50			
Muebles y Enseres	1.300,00	10	650,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
Vehículo	19.600,00	5		3.920,00	3.920,00	3.920,00	3.920,00	3.920,00
Total Depreciación			7.516,40	5486,78	5486,78	5423,28	5423,28	5423,28

Elaborado: Autora

Tabla 41. Depreciación área de ventas

DEPRECIACIÓN ÁREA DE VENTAS								
Detalle	Valor Adquisición	Vida Útil Años	Valor Residual	Dep.Año 1	Dep.Año 2	Dep.Año 3	Dep.Año 4	Dep.Año 5
Equipos de Oficina	988,00	10	494,00	98,80	98,80	98,80	98,80	98,80
Muebles y Enseres	7.314,00	10	3.657,00	731,40	731,40	731,40	731,40	731,40
Utensilios y Accesorios	942,60	2		471,30	471,30			
Equipos y Maquinaria	2.360,00	10	1.180,00	236,00	236,00	236,00	236,00	236,00
Total Depreciación			5.331,00	1537,50	1537,50	1066,20	1066,20	1066,20

Elaborado: Autora

Tabla 42. Depreciación área de administración

DEPRECIACIÓN ÁREA DE ADMINISTRACION								
Detalle	Valor Adquisición	Vida Útil Años	Valor residual	Dep.Año 1	Dep.Año 2	Dep.Año 3	Dep.Año 4	Dep.Año 5
Equipos de Oficina	36,00	3		12,00	12,00	12,00		
Muebles y Enseres	210,00	10	105,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Equipos de Computación	1.110,00	3		370,00	370,00	370,00		
Total Depreciación			105,00	403,00	403,00	403,00	21,00	21,00

Elaborado: Autora

3.6.2 Gastos de Constitución

Tabla 43
Gastos de Constitución

GASTOS DE COSNTITUCIÓN	
Detalle	Valor \$
Constitución de La Empresa	400,00
Permiso de funcionamiento	1.000,00
Patente	40,00
Total Permisos	1.440,00
AMORTIZACIÓN	
Años	5
Amortización anual	288,00

Elaborado: Autora

3.6.3 Presupuesto de Costos de Producción

En el presupuesto se especifica los costos directos “materia prima y mano de obra directa” y costos indirectos “materia prima y mano de obra indirecta”.

En los anexos número:

Anexo 2: MPD, Anexo 3: MPI, Anexo 4: Menajes y accesorios, Anexo 5: Materiales Aseo Indirecto, Anexo 10: MOD. Cocinero Anexo 11: MOD .Mesero
Anexo 12: MOI. Cajero.

En los anexos mencionados se detalla cada uno de los rubros que contiene cada costo.

El porcentaje para realizar las proyecciones de los costos y gastos operacionales administrativos se realizará en base al promedio de la tasa de inflación de los últimos cinco según el Banco Central del Ecuador, con lo indicado la tasa que se aplicará para el pronóstico será del 3.60%.

Años	2014	2015	2016	2017	2018
inflación promedio	3.62	3.90	3.66	3.49	3.35

Fuente: MCPE - BCE.

Figura 23. Tasa de Inflación Años
Elaborado: Autora
Fuente: Pagina web, Banco Central

Tabla 44
Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	83.547,38	86.555,08	89.671,06	92.899,22	96.243,59
Mano de Obra Directa	24.453,87	26.758,97	27.543,01	28.350,02	29.180,68
Total Costos Directos	108.001,25	113.314,06	117.214,08	121.249,24	125.424,27
Materia Prima Indirecta	23159,90	23650,42	25.531,80	26.807,37	28.146,68
Mano de obra Indirecta	12.226,94	13.379,49	13.771,51	14.175,01	14.590,34
Total Costos Indirectos	35.386,83	37.029,91	39.303,31	40.982,38	42.737,02
Costos de Producción	143.388,08	150.343,96	156.517,38	162.231,63	168.161,29
Gastos Operacionales	40.281,50	44.298,63	45.519,45	46.775,13	48.046,08
Total Costos y Gastos	183.669,58	194.642,59	202.036,83	209.006,76	216.207,37

Elaborado: Autora

3.6.4 Presupuesto de Gastos Operacionales

Son los pagos que la empresa realizará para el desarrollo normal de sus actividades. Así se demuestra los siguientes gastos administrativos, en la parte de anexos, en anexos de gastos operacionales se encuentra el detalle de cada uno de los conceptos que a continuación se resumen.

Tabla 45
Gastos operacionales

GASTOS OPERACIONALES ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	27.480,40	31.195,70	32.109,73	33.050,54	34.018,92
Servicios Básicos	2.880,00	2.983,68	3.091,09	3.202,37	3.317,66
Suministros de Oficina	435,25	450,92	467,15	483,97	501,39
Útiles de Limpieza	80,25	86,13	89,23	92,45	75,17
Útiles de Aseo	85,60	88,68	91,87	95,18	98,61
Arriendo	9.000,00	9.162,00	9.326,92	9.494,80	9.665,71
Total Gasto Administrativos	39.961,50	43.967,11	45.176,00	46.419,31	47.677,46
GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS					
Publicidad	320,00	331,52	343,45	355,82	368,63
Total Gasto de Venta	320,00	331,52	343,45	355,82	368,63
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	40.281,50	44.298,63	45.519,45	46.775,13	48.046,08

Elaborado: Autora

3.6.5 Capital de trabajo

Se entiende por “capital de trabajo los fondos corrientes que la empresa necesita para operar y cubrir necesidades de materia prima, mano de obra e insumos.” En la presente tabla se resumen los costos, gastos, depreciación de activos y amortización, que ayudará a determinar el capital de trabajo.

En los anexos se encuentra un detalle específico de cada rubro que componen las cuentas de costos.

Tabla 46
Cuadro Resumen para calcular el capital de trabajo

COSTOS DE PRODUCCIÓN		Valores totales
COSTOS DIRECTOS		108.001,25
Materia Prima	83.547,38	
Mano de Obra	24.453,87	
COSTOS INDIRECTOS		35.386,83
Materiales Indirectos	23.159,90	
Mano de Obra Indirecta	12.226,94	
<u>COSTOS DE PRODUCCIÓN</u>		<u>143.388,08</u>
GASTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		40.281,50
Sueldos	27.480,40	
Servicios Básicos	2880,00	
Suministros de Oficina	435,25	
Útiles de Limpieza	80,25	
Útiles de Aseo	85,60	
Arriendo	9.000	
GASTO DE VENTAS		
Publicidad	320,00	
<u>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</u>		<u>40.281,50</u>
TOTAL COSTOS Y GASTOS		<u>183.669,58</u>
DEPRECIACIONES		
Producción	5486,78	
Ventas	1537,50	
Administración	403,00	
Total Depreciación		7.427,28
AMORTIZACIONES		288,00
Amortización constitución	288,00	
<u>TOTAL DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN</u>		<u>7.715,28</u>

Elaborado: Autora

Aplicación de la Fórmula de Capital de Trabajo

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{(\text{Costos Totales} - \text{Depreciaciones} - \text{Amortizaciones})}{365} * 30$$

$$CT = \frac{(183.669,58 - 7.427,28 - 288)}{365} * 30$$

$$CT = \$ 14.462,00$$

El capital de trabajo que se necesita para operar de manera inicial y mensual en la creación de la cadena Relámpago de Pollo es de \$ **14.462,00** locales.

3.6.6 Inversión Total del Proyecto

Tabla 47
Inversión total del proyecto

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	\$ Valor
Inversión Fija	47.722,90
Gastos de Constitución	1.440,00
Capital del trabajo	14.462,00
INVERSIÓN TOTAL	63.624,90

Elaborado: Autora

3.6.7 Financiamiento del Proyecto

El 100% del proyecto se va a financiar con fondos propios de los socios, cada uno aportará el 50% que es \$ 31.812,45 dólares.

Tabla 48
Financiamiento del proyecto

Financiamiento del Proyecto	
Total inversión	63.649,26
Socio 1(50%)	31.812,90
Socio 2 (50%)	31.812,90
Total financiamiento	\$ 63.649,26

Elaborado: Autora

3.6.8 Determinación del costo más el margen de utilidad

El cálculo de los ingresos se lo realiza con el total de los costos y gastos de producción establecidos en la tabla 35 más la tabla 36, luego son divididos para las unidades a producir en cada año, se determina el costo unitario y después se añade el margen de utilidad del 20%,

para lograr un precio de venta unitario de \$ 13.14, con la obtención de los datos se pueden conocer los ingresos por ventas para cada año.

Tabla 49
Costo más margen de utilidad

COSTO Y UTILIDAD					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Costo y Gastos	183.669,58	194.642,59	202.036,83	209.006,76	216.207,37
Unidades a Producir	16.774	17.145	17.524	17.911	18.307
Costo Unitario	10,95	11,35	11,53	11,67	11,81
20%	2,19	2,27	2,31	2,33	2,36
Precio de Venta Unitario	13,14	13,62	13,83	14,00	14,17

Elaborado: Autora

3.6.9 Presupuesto de ingresos

Para determinar el presupuesto de ingresos es necesario conocer las unidades que se van a producir en cada año, según el estudio de mercado realizado en el primer año se deben

Tabla 50
Presupuesto de ingresos

AÑOS	Producción	P. Venta	T. Ingresos
1	16.774	13,14	220.403,50
2	17.145	13,62	233.571,11
3	17.524	13,83	242.444,20
4	17.911	14,00	250.808,11
5	18.307	14,17	259.448,85

Elaborado: Autora

3.6.10 Estados financieros

Los estados financieros dan a conocer la situación económica, de cómo los recursos fueron utilizados para generar ingresos, indican los costos, gastos de producción y la utilidad que generará el ejercicio contable. Para el proyecto se va a utilizar los siguientes estados:

- Estado de Resultados
- Estado de Flujo del Efectivo

3.6.11 Estado de Resultados

El presente estado de resultados, tiene como finalidad determinar la utilidad neta y los flujos netos de efectivo de los cinco años del proyecto, los cuales se obtiene restando de los

ingresos totales los costos, gastos e impuestos en que incurrirá la cadena Relámpago de Pollo.

Tabla 51
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS RELÁMPAGO DE POLLO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	<u>220.403,50</u>	<u>233.571,11</u>	<u>242.444,20</u>	<u>250.808,11</u>	<u>259.448,85</u>
TOTAL COSTOS DE PODUCCIÓN	143.388,08	150.343,96	156.517,38	162.231,63	168.161,29
COSTOS DIRECTOS	108.001,25	113.314,06	117.214,08	121.249,24	125.424,27
Materia Prima	83.547,38	86.555,08	89.671,06	92.899,22	96.243,59
Mano de Directa	24.453,87	26.758,97	27.543,01	28.350,02	29.180,68
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	35.386,83	37.029,91	39.303,31	40.982,38	42.737,02
UTILIDAD BRUTA	77.015,42	83.227,15	85.926,82	88.576,48	91.287,56
GASTOS OPERACIONALES	40.281,50	44.298,63	45.519,45	46.775,13	48.046,08
Gastos Administrativos	39.961,50	43.967,11	45.176,00	46.419,31	47.677,46
Gastos de Ventas	320,00	331,52	343,45	355,82	368,63
UTILIDAD OPERACIONAL	36.733,92	38.928,52	40.407,37	41.801,35	43.241,47
Utilidad Antes de Reparto	36.733,92	38.928,52	40.407,37	41.801,35	43.241,47
15% Participación Empleados	5.510,09	5839,28	6061,11	6270,20	6486,22
Utilidad Antes de Impuesto	31.223,83	33.089,24	34.346,26	35.531,15	36.755,25
22% Impuesto a la Renta	6.869,24	7.279,63	7.556,18	7.816,85	8.086,16
UTILIDAD NETA	24.354,59	25.809,61	26.790,08	27.714,30	28.669,10

Elaborado: Autora

El estado de resultado indica una utilidad neta para el primer año de \$ 24.354,59 dólares, se precisa que esta utilidad es generada por los dos locales,

3.6.12 Estado de Flujo del Efectivo

Este estado indica la movilidad del dinero, la previsión y control, es decir las entradas y salidas del dinero que será generado y aprovechado durante el ejercicio de operación, contiene el año 0 que indica la inversión de activos fijos y el capital de trabajo que representa costos de producción.

Tabla 52
Estado de Flujo de Efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS		220.403,50	233.571,11	242.444,20	250.808,11	259.448,85
Valor Residual de Activos Fijos						12.952,40
Recuperación del capital						14.462,00
TOTAL INGRESOS		220.403,50	233.571,11	242.444,20	250.808,11	286.863,25
B. EGRESOS						
Inversión fija	-47.722,90					
Gastos de constitución	-1.440,00					
Capital de trabajo	-14.462,00					
Costos de Producción		143388,08	150.343,96	156.517,38	162.231,63	168.161,29
(-) Depreciación		5.486,78	5.486,78	5.423,28	5.423,28	5.423,28
Gastos Administración		39961,50	43.967,11	45.519,45	46.775,13	48.046,08
(-) Depreciación		403,00	403,00	403,00	21,00	21,00
Gastos de Ventas		320,00	331,52	343,45	355,82	368,63
(-) Depreciación		1537,50	1537,50	1066,20	1066,20	1066,20
(-) Amortización		288,00	288,00	288,00	288,00	288,00
TOTAL EGRESOS		175.954,30	186.927,31	195.199,81	202.564,10	209.777,52
A-B FLUJO ECONÓMICO	-63.624,90	44.449,20	46.643,80	47.244,39	48.244,01	77.085,72
Utilidad Antes de participación e impuestos		44.449,20	46.643,80	47.244,39	48.244,01	77.085,72
(-) 15% Participación de Utilidades		5.510,09	5.839,28	6.061,11	6.270,20	6.486,22
(-) 22% Impuesto a la Renta		6.869,24	7.279,63	7.556,18	7.816,85	8.086,16
UTILIDAD NETA						
FLUJO DE EFECTIVO	-63.624,90	32.069,87	33.524,89	33.627,11	34.156,96	62.513,35

Elaborado: Autora

El estado de flujo de efectivo de la cadena Relámpago de Pollo refleja las variaciones y movimientos en efectivo, en el cual se considera el año cero que señala las fuentes de donde se obtuvo el dinero, en este caso el 100% del proyecto es financiado con fondos propios de los socios, el estado también indica la forma en que los recursos fueron aplicados, en el año cinco en la parte de los ingresos se puede observar el valor residual de \$ 12.952,40 dólares que representa el valor final de los activos, después de su depreciación al término de los cinco años y también se refleja la recuperación de capital que es de \$ 14.462,00

Dividiendo la utilidad neta del primer año para 12 meses, se obtiene una utilidad mensual de \$ 2.672,49 dólares, de manera que la utilidad mensual promedio por local sería de \$ 1.336,24 dólares, permitiendo recuperar la inversión inicial en un corto periodo de tiempo.

Con los resultados del estado de flujo de efectivo en lo posterior se realizará las evaluaciones de rentabilidad del proyecto.

3.6.13 Evaluación del proyecto

Es la forma de cómo se mide los resultados de un proyecto para luego tomar decisiones de inversión para ello se utiliza los siguientes indicadores de rentabilidad:

- Punto de Equilibrio.
- Valor Actual Neto.
- Tasa Interna de Retorno.
- Relación Beneficio Costo.
- Período de Recuperación de la Inversión.

3.6.13.1 Punto de Equilibrio

Determinación del costo fijo y variable

Los costos son aquellos por los cuales la empresa incurrirá para cubrir la producción del producto, estos se dividen en fijos y variables.

Costos fijos.- serán pagados por la empresa sin importar la cantidad de producción.

Costos variables.- serán pagados por la empresa según el volumen de producción.

Tabla 53
Costos fijos y variables

	Costos Fijos	Costos Variables
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia Prima		83.547,38
Mano de Obra	24.453,87	
GASTOS DE FABRICACIÓN		
Materiales Indirectos		23.159,90
Mano de Obra Indirecta	12.226,94	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos	27.480,40	
Servicios Básicos		2.880,00
Suministros de Oficina		435,25
Útiles de Limpieza		80,25
Útiles de Aseo		85,60
Depreciaciones	7.427,28	
Amortizaciones	288,00	
Arriendo	9.000,00	
Publicidad		320,00
Total	80.876,49	
TOTAL	Anual	Mensual
COSTO TOTAL=	191.384,86	15.948,74
COSTO FIJOS=	80.876,49	6.739,71
COSTO VARIABLES=	110.508,37	9.209,03
VENTAS TOTALES =	220.403,50	18.366,96

Elaborado: Autora

Aplicación de la Formula Monetaria

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE = \frac{80.876,49}{1 - \frac{110.508,37}{220.403,50}}$$

$$PE = \$ 162.204,29$$

Aplicación de la Fórmula de Cantidad

$$PE = \frac{\text{Cantidad Equilibrio}}{\text{Precio por unidad}}$$

$$PE = \frac{162.204,29}{13,14}$$

$$PE = 12.345 \text{ Pollos asados}$$

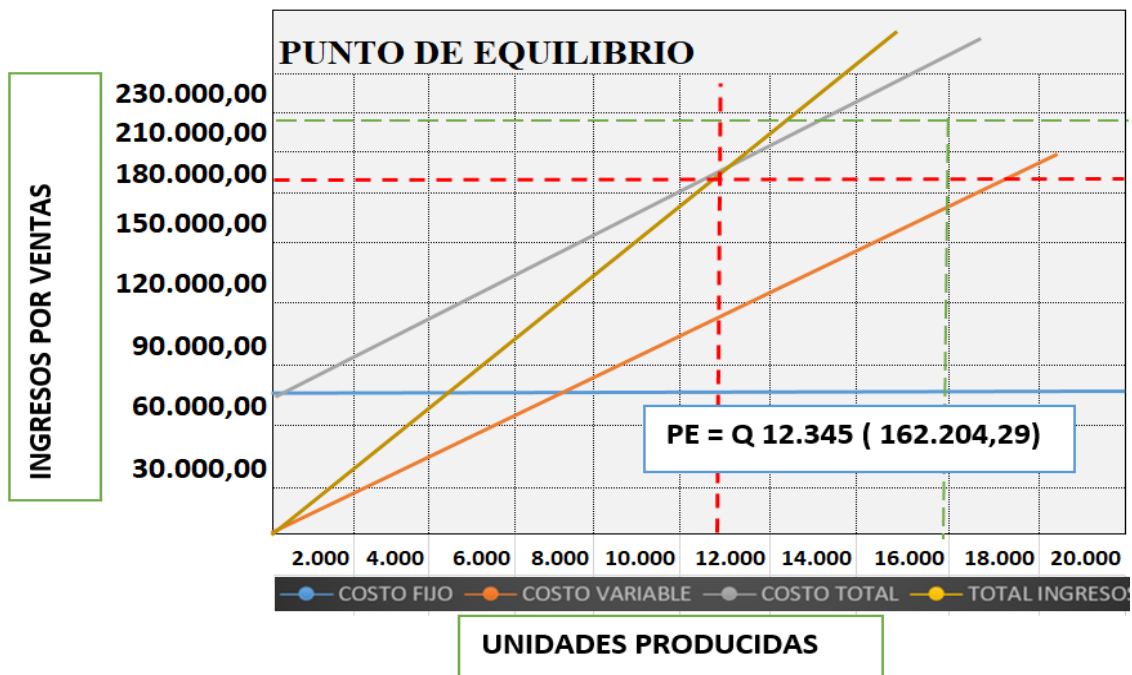


Figura 24. Punto de equilibrio
Elaborado: Autora

Relámpago de Pollos deberá producir al año 12.345 unidades de pollos asados y llegar a una cantidad de ventas de \$ 162.204,29 dólares para cubrir los costos de producción, de esta manera la empresa conoce las ventas que debe de mantener para no tener pérdidas, así también se conoce a partir de que unidades vendidas empezará a generar beneficios.

3.6.13.2 Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador que permitirá tener una decisión de invertir, en base a la comparación de los flujos netos, frente a la tasa activa referencial del BCE, más la tasa de inflación del país prevista para el año 2018.

Tabla 54
Datos cálculo del VAN

Tasa Activa BCE	7,63%
Inflación 2018	3,35%
Tasa de descuento	10,98%

Elaborado: Autora

Tabla 55
Flujos netos VAN

CALCULO DEL VAN	
AÑO	FLUJO NETO
0	-63.624,90
1	32.069,87
2	33.524,89
3	33.627,11
4	34.156,96
5	62.513,35

Elaborado: Autora

Con los datos obtenidos se procede a calcular el VAN, de acuerdo a las utilidades obtenidas en el estado de flujo de efectivo

Fórmula para el cálculo del VAN:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+K)^1} + \frac{Q_2}{(1+K)^2} + \frac{Q_3}{(1+K)^3} + \frac{Q_4}{(1+K)^4} + \frac{Q_5}{(1+K)^5}$$

A= Inversión Inicial

A= - 63.624,90

Q= Flujo de efectivo de cada año

K= Tasas de descuento

K= 10.98%

N= Parido

N= 5 años

$$VAN = -63.624,90 + \frac{32.069,87}{(1+0.1098)^1} + \frac{33.524,89}{(1+0.1098)^2} + \frac{33.627,11}{(1+0.1098)^3} + \frac{34156,96}{(1+0.1098)^4} + \frac{62.513,35}{(1+0.1098)^5}$$

$$VAN = 76.741,13$$

Al obtener el (VAN) positivo de \$ 76.741,13., señala que el proyecto “Relámpago de Pollo” es viable financieramente, y por lo tanto es factible de invertir.

3.6.13.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR, indica la tasa de rendimiento generada por la inversión del dinero ganado año tras año.

Para calcular la TIR primero se obtienen el VAN 1 y el Van 2

Fórmula para el cálculo de la TIR

$$TIR = i1 + (i2 - i1) * \left(\frac{VAN\ 1}{(VAN1 + VAN2)} \right)$$

i1 = Tasa de descuento 25 %

i2 = Tasa de descuento 48%

VAN1 = VAN (25%)

VAN 2 = VAN (48%)

Tabla 56
Flujos netos TIR

CALCULO TIR	
AÑO	FLUJO NETO
0	-63.624,90
1	32.069,87
2	33.524,89
3	33.627,11
4	34.156,96
5	62.513,35

Elaborado: Autora

Cálculo del VAN 1

$$VAN1 = -63.624,90 + \frac{32.069,87}{(1 + 0.25)^1} + \frac{33.524,89}{(1 + 0.25)^2} + \frac{33.627,11}{(1 + 0.25)^3} + \frac{34.156,96}{(1 + 0.25)^4} + \frac{62.513,35}{(1 + 0.25)^5}$$

$$VAN1 = 35.179,07$$

Cálculo del VAN 2

$$VAN1 = -63.624,90 + \frac{32.069,87}{(1 + 0.48)^1} + \frac{33.524,89}{(1 + 0.48)^2} + \frac{33.627,11}{(1 + 0.48)^3} + \frac{34.156,96}{(1 + 0.48)^4} + \frac{62.513,35}{(1 + 0.48)^5}$$

$$VAN2 = -354,80$$

Aplicación De la Fórmula de la TIR

$$TIR = 0.25 + (0.48 - 0.25) \frac{35.179,07}{(35.179,07 + (-354,80))}$$

$$TIR = 48\%$$

Obtenida la (TIR) del 48 %, indica que el proyecto se acepta y porque es mayor a la tasa de descuento del 10.98% que se aplicó para el cálculo del (VAN).

3.6.13.4 Relación Beneficio/Costo

Mide el rendimiento por cada cantidad monetaria, para su cálculo se toma el total de los egresos o costos

Tabla 57
Relación beneficio/ costo

RELACIÓN COSTO BENEFICIO		
AÑO	TOTAL EGRESOS	TOTAL INGRESOS
1	175.954,30	220.403,50
2	186.927,31	233.571,11
3	195.199,81	242.444,20
4	202.564,10	250.808,11
5	209.777,52	286.863,25
TOTAL	970.423,04	1.234.090,17
	R C/B	1,27

Elaborado: Autora

Aplicación de la fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Costos totales}}$$

$$RBC = \frac{1.234.090,17}{970.423,04}$$

$$RBC = 1,27$$

Como se observa la relación costo beneficio, es mayor que (1.27), significando que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de 0.27 centavos de dólar.

3.6.13.5 Período de Recuperación de la Inversión

Es un indicador financiero que permite conocer el tiempo en que la inversión inicial será recuperada, utilizando los flujos netos de utilidad.

Formula de Aplicación:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dónde:

A = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

B= Inversión inicial

C= Flujo de efectivo acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión

D= Flujo efectivo actualizado del año en el que se recupera la inversión

Tabla 58
Período de recuperación

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
Nº MESES	UTILIDAD ANUAL	UTILIDAD ACUMULADA
1	32.069,87	32.069,87
2	33.524,89	64.139,73
3	33.627,11	96.209,60
4	34.156,96	128.279,47
5	62.513,35	160.349,33

Elaborado: Autora

$$PRI = 2 \frac{63.624,90 - 33.069,87}{33.524,89}$$

$$PRI = 2 \frac{31.555,03}{33.524,89}$$

$$PRI = 2,9412$$

Como se puede notar en la tabla 58, determina que la empresa recupera la inversión en 2 años y 11 meses, al ser menor al periodo de proyección de 5 años se determina que el proyecto es viable.

3.7 PROCESO AMBIENTAL

Los restaurantes de asaderos de pollos son considerados de mediano impacto ambiental, pues generan residuos orgánicos de la materia prima del producto terminado, como también desecha residuos inorgánicos por la utilización de implementos indirectos como son aditamentos, envases, plásticos, desechables, artículos de aseo y otros, que sirven para producir el producto.

En los restaurantes es muy común la generación de aceites y grasas, la mala disposición de verterlos al desagüe puede producir serios perjuicios al medio ambiente al contaminar los cuerpos de agua. Por ello la cadena Relámpago de pollo utilizará trampas de grasa que permita conectar todos los desagües del establecimiento de manera que recolecte las grasas y aceites, así mismo se utiliza filtros en las campanas extractoras, para reducir las emisiones gaseosas que genera en la atmósfera.

La cadena Relámpago de Pollo realizará la gestión de residuos sólidos, mediante la aplicación de la regla de las 3R (reducir, reciclar y reutilizar), contribuyendo de esta manera a la preservación del medio ambiente

3.7.1 Certificados Municipales

Los restaurantes se sujetarán al marco legal vigente para el (DMQ), mediante el cual estos establecimientos deberán contar con los siguientes certificados de funcionamiento:

CERTIFICADOS
Registro ambiental de establecimientos – Otorgado por la Jefatura Zonal de Medio Ambiente mediante la ordenanza 146 sustitutiva del Título VI “DEL MEDIO AMBIENTE”, Libro Tercero, de la regulación para la prevención y control del ambiente: Los propietarios de los establecimientos deben concurrir a las coordinaciones ambientales de las ocho administraciones zonales para la obtención del registro ambiental.
Certificado Ambiental - Otorgado por la Jefatura Zonal de Medio Ambiente, mediante la Ordenanza 0146 Sustitutiva del Título V “DEL MEDIO AMBIENTE” Libro Segundo, del Código Municipal del DMQ. Art.II.382.36.- Certificado Ambiental (CA) para las Guías de Practicas Ambientales (GPA)
Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos – Otorgado por el Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito mediante el reglamento de Prevención de Incendios del Cuerpo de Bomberos del DMQ.

Figura 25. Certificados de funcionamiento

Fuente: Pagina web, Dirección Metropolitana Ambiental

Elaborado: Autora

3.7.2 Guía de prácticas ambientales para comercio básico: RESTAURANTES

En consecuencia, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Dirección Metropolitana Ambiental en cumplimiento a los dispuesto en la Ordenanza Sustitutiva del Título V, “De La Prevención y Control del Medio Ambiente”, Capítulo V, expide las guías de prácticas ambientales para los sectores de industrias de bajo impacto I1 y mediano impacto ambiental Ii2a, comercios y servicios CZ2, servicios especializados A y B, comercios de menor escala, alojamientos y centros de diversión, con el fin de promover el cumplimiento de la normativa ambiental, prevenir y mitigar los impactos ambientales sobre el medio ambiente y la salud. (Alcaldía Metropolitana, 2008).

3.7.3 La Guía de Prácticas Ambientales para el sector de Restaurantes contiene:

- ✓ Gestión de residuos
- ✓ Emisiones a la atmósfera y ruido
- ✓ Aguas residuales no domésticas

1. GESTIÓN DE RESIDUOS
Los residuos de alimentos, aceites y grasas usadas no serán vertidos a la red pública de alcantarillado. Estos residuos deberán ser entregados a los gestores autorizados por la DMA, para lo cual previamente se los deberá filtrar y almacenar temporalmente en recipientes tapados.
Los detergentes y desinfectantes deben ser identificados y guardados de acuerdo a las recomendaciones del fabricante y fuera del área de procesamiento de los alimentos.
Los residuos orgánicos obtenidos se recogerán en recipientes plásticos tapados y en buen estado, fuera de áreas de preparación de alimentos y atención al cliente.
Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán en la fuente de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y reutilización, salvo el caso de envases de productos químicos de desinfección y limpieza que serán entregados al gestor autorizado.
No se descuidará la limpieza al exterior de especialmente marisquerías y asaderos.
El almacenamiento de los residuos se realizará en áreas ventiladas y techadas, manteniendo condiciones higiénicas que eviten la generación de vectores (insectos, roedores) y olores.
Los contaminantes removidos de la limpieza y mantenimiento de trampas de grasa no deberán desecharse al alcantarillado ni a la vía pública, deberán ser entregados a los gestores ambientales autorizados por la DMA.

Figura 26. Gestión de residuos

Fuente: Pagina web, Dirección Metropolitana Ambiental

Elaborado: Autora

2. EMISIONES A LA ATMÓSFERA Y RUIDO
Los establecimientos que cuenten con equipos de sonido, amplificación, parlantes, altavoces, generadores, baterías de ventilación, extractores, etc., deberán estar aislados acústicamente, con el objeto de controlar que las emisiones de ruido hacia el exterior del sitio, no rebasen los límites máximos permitidos de acuerdo a los horarios y a la zonificación que corresponda.
Se deberá contar con campanas de extracción y/o filtros de condensación de grasa, filtros de carbón activado u otros, con las especificaciones técnicas necesarias que garanticen el control de emisiones gaseosas.
3. AGUAS RESIDUALES NO DOMÉSTICAS
Todos los establecimientos que utilicen aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas, carnes, entre otros para la preparación de alimentos, y que laven con agua los utensilios de cocina, deben instalar y dar mantenimiento a trampas de grasa. Este dispositivo para retención de aceite y grasa estará localizado en los conductos de desagüe de las cocinas, antes del punto de descarga al alcantarillado.
La grasa, aceite y sólidos removidos deberán envasarse en contenedores herméticos y resistentes a impactos, localizados en áreas donde no existan sumideros, canaletas, ni exista el riesgo de derrames hacia los sistemas de alcantarillado.

Figura 27. Emisión Atmósfera y Aguas residuales
Fuente: Página web, Dirección Metropolitana Ambiental
Elaborado: Autora

CONCLUSIONES

- En el capítulo I, se fundamentó la teoría que se aplicó en el estudio de mercado y propuesta.
- En el capítulo II, marco metodológico, a través del análisis de datos, se construyeron estrategias y planes de acción que facilitaron la evaluación del proyecto.
- Los dos Locales Guamaní y Quitumbe tienen que ser amplios, ventilados, limpios, ordenados y sobretodo que sobresalga la buena atención y la rapidez de entrega del producto.
- Según la respuesta 2 de la encuesta el proyecto tiene el 94% de aceptación.
- Se identifica que existe una gran demanda insatisfecha para el primer año de 838.712 consumidores potenciales, de la cual el proyecto va a cubrir un 2% de la demanda insatisfecha, que representa 16.774 unidades de pollos anuales.
- Al trabajar en cadena permite obtener materia prima a menor costo, de manera que se pueda ofrecer precios cómodos al consumidor.
- El costo unitario de producción de un combo completo, es \$ 10.95 dólares, el margen de utilidad es del 20%, determinando un precio de venta unitario para el primer año de \$ 13.14, dólares
- La inversión de activos fijos para los dos locales será de \$ 47.772,90 dólares y el capital de trabajo para operar el primer mes es \$ 14.462,00 dólares, más los gastos de constitución de \$ 1.440,00. determinan un inversión total de \$ 63.624,90 que serán financiados con fondos propios de los socios.
- El cálculo del valor actual neto es de \$ 76.741,13 dólares, por lo que el proyecto es factible de ejecutarlo.
- En cuanto al beneficio costo se determina que el proyecto es rentable, porque por cada dólar invertido se generará una utilidad de \$ 0.27 centavos.
- Para mantener el punto de equilibrio se deberán producir 12.345 pollos asados, manteniendo una cantidad en ventas de \$ 162.204,29 dólares.
- La utilidad neta mensual promedio por local sería \$ 1.336,24; en conjunto suman \$ 2.672,49 dólares, permitiendo un período de recuperación de la inversión, que es 2 años con 11 meses.
- Mediante la evaluación del estudio en la parte financiera se determina que el proyecto cumple con los indicadores económicos que indican su rentabilidad, así la TIR es de 48%, que es mayor a la tasa de descuento del VAN de 10.98%.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo con la evaluación del proyecto y en vista que es factible de ejecutarlo se recomienda ponerlo en práctica, ya que se estaría contribuyendo al desarrollo socio económico del sector y también satisfaciendo al consumidor con un producto de calidad a un buen precio.
- Se recomienda que los recursos propios que van a financiar el proyecto, se utilicen de acuerdo a los presupuestos establecidos como en la inversión de los activos fijos y el capital de trabajo, para no tener faltantes que obstaculice la productividad.
- Para el proceso de introducción del producto al mercado, la cadena Relámpago de Pollo deberá realizar estrategias publicitarias, a más de las que se ha establecido en el proyecto para su mayor acogida.
- Se recomienda rodearnos cada vez de proveedores de materia prima directa e indirecta que ofrezcan calidad de productos a menor costo, para beneficiar a los clientes con precios accesibles.
- Con la técnica de observación y encuesta se obtuvo información sobre los gustos y preferencias de los encuestados, por lo que se recomienda poner en práctica para que el cliente se vea atraído y sea leal al servicio ofrecido por los locales.
- Para mayor productividad de la cadena Relámpago de Pollo, los empleados deberán sujetarse a los diagramas de flujo de procesos que se ha establecido para las áreas de producción y ventas.
- Al ser el proyecto de mediano impacto ambiental deberá cumplir con la guía de prácticas ambientales para el sector de restaurantes.
- Aceptar sugerencias de los clientes para innovar el servicio, cumpliendo con las expectativas que ellos exigen.
- Brindar al personal capacitación para la correcta ejecución de sus actividades.
- Elaborar un plan de mantenimiento de las maquinarias y equipos para su utilización óptima.
- Se deberá tener en cuenta las variaciones que puedan existir en la tasa activa referencial e inflación de los precios así también el incremento de los sueldos para los próximos años.

BIBLIOGRAFIA

- Guhl, E., & Leyva, P. (2015). *La gestión ambiental en Colombia, 1994-2014*. Bogotá: FLACSO.
- Alcaldía Metropolitana. (2008). *Guía de Prácticas Ambientales Restaurantes*. Quito: Alicia Arias. Obtenido de gpa_restaurante.
- Altuve, J. (2005). *El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión*. Mérida: Red Actual Contable Faces.
- Andrade, G., & Cristina, M. (2016). Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pollos asados en horno de barro y su comercialización en la ciudad de Loja. (Bachelor's thesis).
- Baena, D. (2014). *Análisis financiero* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Baquero, J., & Gil Blanco, E. (2015). *Metodología de la investigación jurídica*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Blandez, M. d. (2014). *Proceso Administrativo*. México: Editorial Digital UNID.
- Domínguez, G., Domínguez, J., & Domínguez, B. (2016). *Guía práctica para un plan de negocios y obtención de fondos del Gobierno Federal (2a. ed.)*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- El comercio. (11 de abril de 2015). *El comercio*. Recuperado el 10 de Junio de 2018, de El comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/cadenas-comidarapida-clasemedi-ecuador-guayaquil.html>
- en50MiNUTOS.es. (2016). *El marketing mix: Las 4Ps para aumentar sus ventas*. Mexico: 50 minutos .es.
- Expreso. (09 de Abril de 2018). *NEGOCIOS*. Obtenido de Los negocios de pollo asado crecen a punta de ofertas: <https://www.expreso.ec/economia/negocios-polleria-restaurantes-emprendimientos-inversion-YY2122199>
- Ferreya, A., & De Longhi, A. (2014). *Metodología de la investigación I*. Argentina: Editorial Brujas.
- Luna, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.
- Méndez, Mendoza, Vértiz, & Acevedo. (2013). *Metodología de la investigación para estudiantes de Odontología*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Miller, R. L., & Meiners, R. E. (1988). *Microeconomía* (tercera ed.). Bogotá, Buenos aires, Caracas,: McGraw-Hill Interamericana.
- Paredes Atencia, G. V., & Romero Barrera, P. E. (2017). Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de pollos horneados ubicada en Quito, sector Las Casas. (Bachelor's thesis, Quito: UCE).

- Pedraza , O. H. (2014). *Modelo de plan de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.
- Pulgar, L. H., & Rios, F. (2015). *Métodologías para implantar la estrategia*. Lima: Universidad Peruana de ciencias Aplicadas (UPC).
- Rosario, A. J. (2017). *Dirección Financiera*. Almeria: Editorial Universidad de Almería.
- Sánchez Ramos, S. A. (2014). Proyecto de factibilidad para la instalación de un asadero de pollos a la brasa, en el centro histórico de Quito . (Bachelor's thesis, Quito: UCE.).
- Santesmases, m. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia* (1 ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Segovia, G., & Angel, M. (2012). Plan de negocios para la expansión del Resturante y Asadero " Pico-Pico" en la Ciudad de Sangolquí.
- Sumanth, D. (1997). *ingenieria y administración de la productividad*. México: McGraw-Hill.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA

ENCUESTA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Buen días/tardes. La presente encuesta tiene como propósito identificar los hábitos de consumo alimenticio del pollo asado, por favor completar la encuesta de manera sincera, contiene un fin estadístico para este sector. Agradecemos su colaboración y tiempo.

Marque con una x según corresponda

1. Género Masculino Femenino

2. Edad 18-30 31-60

3. ¿Le gustaría tener cerca de esta localidad un servicio alimenticio como el pollo asado, con infraestructura de calidad?

- a. Si
- b. No

4. ¿Cuántas veces al mes usted consume pollo asado?

- a. Una vez
- b. Dos veces
- c. Tres veces o más

5. ¿Con cuántas personas usted suele ir a comer a un restaurante de pollos asados?

- a. 1 persona (usted va solo)
- b. 2 a 3 personas (familia, amigos u otros)
- c. 3 a 5 personas (familia, amigos u otros)
- d. 5 o más personas (familia, amigos u otros)

6. ¿Por qué concepto usted consume pollo asado?

- a. Le da gusto a su paladar, es delicioso
- b. Prefiere descansar e ir a comer fuera de casa
- c. Usted trabaja o estudia en este sector
- d. Se encuentra lejos de casa
- e. Usted realiza cualquier otra actividad

7. ¿Cuánto es el valor que por lo general gasta, cuando consume pollo asado?

- a. 2.75 a 5 dólares
- b. 6 a 10 dólares
- c. 11 a 15 dólares
- d. 16 a 20 dólares
- e. 21 a 25 dólares
- f. Más de 25 dólares

8. ¿Qué cualidades le llama la atención y prefiere que tenga un restaurante de asadero de pollos cerca de su sector? Elija hasta tres respuestas.

- a. El sabor y variedad de platos
- b. Amplitud de espacio y comodidad
- c. Ambiente tranquilo
- d. El precio acorde al producto que se ofrece
- e. Orden y limpieza del establecimiento
- f. Buena atención por el vendedor
- g. La rapidez del servicio

9. ¿Que día a la semana usted prefiere ir a comer pollo asado?

- a. Un día de lunes a jueves
- b. Un día viernes
- c. Un día sábado
- d. Un día domingo

10. ¿En qué horario usted frecuenta consumir el pollo asado?

- a. Antes del medio día
- b. Entre las 12 del día a las 4 de la tarde
- c. Entre las 4 de la tarde a las 6 de la tarde
- d. Entre las 6 de la tarde a 9 de la noche

Nombre del Encuestado: _____ Teléfono: _____

ANEXO 2. MATERIA PRIMA DIRECTA

ÁREA DE PRODUCCIÓN										
MATERIA PRIMA DIRECTA										
Detalle	Semanal	Mensual	Anual	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor total \$	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pollo 5. Libra	349	1.398	16.774	Unidad	4,90	82.193,78	85.152,75	88.218,25	91.394,11	94.684,30
Arroz 42 libras a la semana		1,6	19,20	Quintal	45,00	864,00	895,10	927,33	960,71	995,30
Papa chola Libras	0,84	3,4	40,80	Quintal	12,00	489,60	507,23	525,49	544,40	564,00
TOTAL MATERIA PRIMA						83.547,38	86.555,08	89.671,06	92.899,22	96.243,59

ANEXO 3. MATERIA PRIMA INDIRECTA

ÁREA DE PRODUCCIÓN										
MATERIA PRIMA INDIRECTA										
Detalle	Semanal	Mensual	Anual	Unidad de medida	V.Unitario	Valor total \$	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aceite	7	28	336	Galones	15,00	5.040,00	5.221,44	5.409,41	5.604,15	5.805,90
Achiote ml	0	1	6	Litros	12,00	72,00	74,59	77,28	80,06	82,94
Ají	2	8	96	fundas	1,00	96,00	99,46	103,04	106,75	110,59
Ajo	2	8	96	Libras	1,00	96,00	99,46	103,04	106,75	110,59
Aliño preparado	4	16	192	unidades	0,70	134,40	139,24	144,25	149,44	154,82
Azúcar	25	100	1.200	Libras	0,50	600,00	621,60	643,98	667,16	691,18
Cebolla blanca	3	12	144	Atados de cebolla	0,90	129,60	134,27	139,10	144,11	149,29
cebolla Paiteña	0	0	1	Quintal de cebolla	25,50	36,72	38,04	39,41	40,83	42,30
Culantro	2	8	96	Atados	0,50	48,00	49,73	51,52	53,37	55,29
Lechuga	14	56	672	unidad	0,25	168,00	174,05	180,31	186,81	193,53
Limonas	30	120	1.440	Unidades grandes	0,04	57,60	59,67	61,82	64,05	66,35
Manteca	16	64	763	Kilos	1,00	763,20	790,68	819,14	848,63	879,18
Menudencias	60	240	2.880	Libras	0,40	1.152,00	1.193,47	1.236,44	1.280,95	1.327,06
Pimiento	1	4	43	Cajas de 50 pimientos	5,00	216,00	223,78	231,83	240,18	248,82
Papa nabo	8	32	384	Fundas	0,70	268,80	278,48	288,50	298,89	309,65
Alverja	12	48	576	Libras	0,60	345,60	358,04	370,93	384,28	398,12
Sal	2	8	96	Libras	0,40	38,40	39,78	41,21	42,70	44,24
Tomate Riñón	7	28	336	Fundas de Tomate	0,80	268,80	278,48	288,50	298,89	309,65
Zanahoria	6	24	288	Fundas	0,80	230,40	238,69	247,29	256,19	265,41
Total Materiales Indirectos						9.761,52	10.249,60	10.762,08	11.300,18	11.865,19

ANEXO 4. MENAJE Y ACCESORIOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

ÁREA DE PRODUCCIÓN									
MATERIALES INDIRECTOS									
Detalle	Cantidad Semanal	Mensual	total semanal	V.Unitario	V.Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contenedores	100	400	4800	0,050	240,00	248,64	257,59	266,86	276,47
Cucharas desechables	100	400	4800	0,017	80,16	83,05	86,04	89,13	92,34
Funda de 6* 8	50	200	2400	0,003	8,33	8,63	8,94	9,26	9,59
Funda de 7 *12	50	200	2400	0,006	15,48	16,03	16,61	17,21	17,83
Funda de Hallar grandes	50	200	2400	0,002	4,05	4,19	4,34	4,50	4,66
Funda de Hallar Mediana	50	200	2400	0,010	23,81	24,67	25,55	26,47	27,43
Vasos desechables 6 onzas	24	96	1152	0,020	23,04	23,87	24,73	25,62	26,54
Tarina de 1 Litro	100	400	4800	0,035	168,00	174,05	180,31	186,81	193,53
Tarinas de 1/2 litro	100	400	4800	0,018	86,40	89,51	92,73	96,07	99,53
Gaseosa Big cola 2,25 l. paquete 6	20	80	960	5,500	5.280,00	5.470,08	5.667,00	5.871,01	6.082,37
Gaseosa personal 200 ml	30	120	1440	3,500	5.040,00	5.221,44	5.409,41	5.604,15	5.805,90
Servilletas Paquetes de 100 unidades	14	56	672	0,200	134,40	139,24	144,25	149,44	154,82
Papel Higiénicos Rollo grande	6	24	288	1,500	432,00	447,55	463,66	480,36	497,65
Desengrasante Litro	2	8	96	0,500	48,00	49,73	51,52	53,37	55,29
Desinfectante 250 ml	2	8	96	0,650	62,40	64,65	66,97	69,38	71,88
Detergente 1Libra	2	8	96	0,800	76,80	79,56	82,43	85,40	88,47
Estropajo, viledas	4	16	192	0,050	9,60	9,95	10,30	10,67	11,06
Guantes desechables	45	180	2160	0,002	4,32	4,48	4,64	4,80	4,98
Jabón Líquido Litros	2	8	96	0,900	86,40	89,51	92,73	96,07	99,53
Limpiones grandes semana	6	24	288	0,080	23	23,87	24,73	25,62	26,54
Piola para pollo rollos de 500 m	0	2	24	0,800	19	19,89	20,61	21,35	22,12
Cambio de Gas	10	40	480	3,000	1.440	1.491,84	1.545,55	1.601,19	1.658,83
Sorbetes	100	400	4800	0,005	25	25,86	26,79	27,75	28,75
Total Materiales Indirectos					13.330	13.996,90	14.696,74	15.431,58	16.203,16

ANEXO 5. MATEARIALES DE ASEO INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

ÁREA DE PRODUCCIÓN MATERIALES INDIRECTOS							
SUMINISTROS DE ASEO							
Detalle	C. Anual	V. unitario	V. total	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Trapeador cada 3 meses	8	3,50	28,00	29,01	30,05	31,13	32,26
Escoba cambio cada 4 meses	6	2,00	12,00	12,43	12,88	13,34	13,82
Guantes parrilla cambio cada 6 meses	4	6,00	24,00	24,86	25,76	26,69	27,65
Guantes para lavar 1 mes	4	1,00	4,00	4,14	4,29	4,45	4,61
Total Materiales Indirectos			68,00	70,45	72,98	75,61	78,33

ANEXO 6. PERSONAL REQUERIDO

PERSONAL REQUERIDO			
	Cantidad	\$ Valor	\$ Valor Total
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN			
Gerente	1	800,00	800,00
Contador - Financiero	1	600,00	600,00
Supervisor	1	400,00	400,00
ÁREA DE PRODUCCIÓN			
MANO DE OBRA DIRECTA			
Cocinero	2	386,00	772,00
Mesero	2	386,00	772,00
AREA DE VENTA			
MANO DE OBRA INDIRECTA			
Cajero	2	386,00	772,00

ANEXO 7. PERSONAL GERENTE

PERSONAL: GERENTE ADMINISTRATIVO SUELDO: 800,00

AÑO	SUELDO	ANUAL	Décimo	Décimo	Fondos	A.Patronal	Vacaciones	TOTAL AÑOS
	MENSUAL		Tercero	Cuarto	Reserva	11,15%		
1	800,00	9.600,00	800,00	386,00		1.070,40	400,00	12.256,40
2	823,44	9.881,28	823,44	823,44	823,11	1.101,76	411,72	13.864,75
3	847,57	10.170,80	847,57	847,57	847,23	1.134,04	423,78	14.270,99
4	872,40	10.468,81	872,40	872,40	872,05	1.167,27	436,20	14.689,13
5	897,96	10.775,54	897,96	897,96	897,60	1.201,47	448,98	15.119,52

ANEXO 8. PERSONAL CONTADOR- FINANCIERO

PERSONAL: CONTADOR FINANCIERO

SUELDO: 600,00

AÑO	SUELDO	ANUAL	Décimo	Décimo	Fondos	A.Patronal	Vacaciones	TOTAL AÑOS
	MENSUAL		Tercero	Cuarto	Reserva	11,15%		
1	600,00	7.200,00	600,00	386,00		802,80	300,00	9.288,80
2	617,58	7.410,96	617,58	617,58	617,33	826,32	308,79	10.398,57
3	635,68	7.628,10	635,68	635,68	635,42	850,53	317,84	10.703,24
4	654,30	7.851,60	654,30	654,30	654,04	875,45	327,15	11.016,85
5	673,47	8.081,66	673,47	673,47	673,20	901,10	336,74	11.339,64

ANEXO 9. PERSONAL SUPERVISOR

PERSONAL: SUPERVISOR

SUELDO: 400,00

AÑO	SUELDO	ANUAL	Décimo	Décimo	Fondos	A.Patronal	Vacaciones	TOTAL AÑOS
	MENSUAL		Tercero	Cuarto	Reserva	11,15%		
1	400,00	4.800,00	400,00	0,00		535,20	200,00	5.935,20
2	411,72	4.940,64	411,72	411,72	411,56	550,88	205,86	6.932,38
3	423,78	5.085,40	423,78	423,78	423,61	567,02	211,89	7.135,50
4	436,20	5.234,40	436,20	436,20	436,03	583,64	218,10	7.344,57
5	448,98	5.387,77	448,98	448,98	448,80	600,74	224,49	7.559,76

ANEXO 10. MANO DE OBRA DIRECTA COCINERO

PERSONAL: 2 COCINEROS SUELDO 386,00 X 2

AÑO	Sueldo	ANUAL	Décimo	Décimo	Fondos	A.Patronal	Vacaciones	TOTAL AÑOS
	Mensual		Tercero	Cuarto	Reserva	11,15%		
1	772,00	9.264,00	772,00	772,00		1.032,94	386,00	12.226,94
2	794,62	9.535,44	794,62	794,62	794,30	1.063,20	397,31	13.379,49
3	817,90	9.814,82	817,90	817,90	817,57	1.094,35	408,95	13.771,51
4	841,87	10.102,40	841,87	841,87	841,53	1.126,42	420,93	14.175,01
5	866,53	10.398,40	866,53	866,53	866,19	1.159,42	433,27	14.590,34

ANEXO 11. MANO DE OBRA DIRECTA MESERO

PERSONAL: 2MESEROS SUELDO: 386,00 X 2

AÑO	Sueldo	ANUAL	Décimo	Décimo	Fondos	A.Patronal	Vacaciones	Total Años
	Mensual		Tercero	Cuarto	Reserva	11,15%		
1	772,00	9.264,00	772,00	772,00		1.032,94	386,00	12.226,94
2	794,62	9.535,44	794,62	794,62	794,30	1.063,20	397,31	13.379,49
3	817,90	9.814,82	817,90	817,90	817,57	1.094,35	408,95	13.771,51
4	841,87	10.102,40	841,87	841,87	841,53	1.126,42	420,93	14.175,01
5	866,53	10.398,40	866,53	866,53	866,19	1.159,42	433,27	14.590,34

ANEXO 12. MANO DE OBRA INDIRECTA CAJERO

PERSONAL: 2 CAJEROS SUELDO 386,00 X2

AÑO	Sueldo	ANUAL	Décimo	Décimo	Fondos	A.Patronal	Vacaciones	Total Años
	Mensual		Tercero	Cuarto	Reserva	11,15%		
1	772,00	9.264,00	772,00	772,00		1.032,94	386,00	12.226,94
2	794,62	9.535,44	794,62	794,62	794,30	1.063,20	397,31	13.379,49
3	817,90	9.814,82	817,90	817,90	817,57	1.094,35	408,95	13.771,51
4	841,87	10.102,40	841,87	841,87	841,53	1.126,42	420,93	14.175,01
5	866,53	10.398,40	866,53	866,53	866,19	1.159,42	433,27	14.590,34

ANEXOS DE GASTOS OPERACIONALES

GASTOS ADMINISTRATIVOS

ANEXO 13. GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS						
Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	120,00	1.440,00	1.491,84	1.545,55	1.601,19	1.658,83
Agua	70,00	840,00	870,24	901,57	934,03	967,65
Teléfono	30,00	360,00	372,96	386,39	400,30	414,71
Internet	20,00	240,00	248,64	257,59	266,86	276,47
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS	240,00	2.880,00	2.983,68	3.091,09	3.202,37	3.317,66

ANEXO 14. GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA

SUMINISTROS DE OFICINA								
Detalle	U. Medida	Cantidad	V.Unitario	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tinta para impresora	300ML	3	16	48,00	49,73	51,52	53,37	55,29
Resma de Papel	Unidad	12	3,45	41,40	42,89	44,43	46,03	47,69
Carpetas	Unidad	25	0,25	6,25	6,48	6,71	6,95	7,20
Esferos	Unidad	36	0,35	12,60	13,05	13,52	14,01	14,51
Perforadora	Unidad	3	6	18,00	18,65	19,32	20,01	20,74
Grapadora	Unidad	3	5	15,00	15,54	16,10	16,68	17,28
Archivadores	Unidad	20	3,5	70,00	72,52	75,13	77,84	80,64
Rollo registradora	Unidad	40	0,5	20,00	20,72	21,47	22,24	23,04
Cinta Registradora	Unidad	2	8	16,00	16,58	17,17	17,79	18,43
Uniformes	Unidad	12	15	180,00	186,48	193,19	200,15	207,35
cuaderno	Unidad	8	1	8,00	8,29	8,59	8,90	9,22
Total Suministros de Oficina				435,25	450,92	467,15	483,97	501,39

ANEXO 15. VALOR RESIDUAL ACTIVOS

Valor Residual Activos	
Activos de Producción	7.516,40
Activos de Ventas	5.331,00
Activos de Administración	105,00
Total Valor Residual	12.952,40

ANEXO 16. GASTOS ÚTILES DE LIMPIEZA

ÚTILES DE LIMPIEZA								
Detalle	U. Medida	Cantidad	V.Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fundas de basuras	Paquete	25	1,25	31,25	32,38	33,54	34,75	36,00
Detergente	Kilos	15	1,20	18,00	18,65	19,32	20,01	20,74
Escobas	Unidades	4	2,50	10,00	10,36	10,73	11,12	11,52
Trapeador	Unidades	2	3,00	6,00	6,22	6,44	6,67	6,91
Pala	Unidades	3	5,00	15,00	15,54	16,10	16,68	17,28
Total Útiles de Oficina				80,25	86,13	89,23	92,45	75,17

ANEXO 17. GASTO ÚTILES DE ASEO

ÚTILES DE ASEO								
Detalle	U. Medida	Cantidad	V.Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 3	Año 4
Papel Higiénico	Unidades	9,00	1,80	16,20	16,78	17,39	18,01	18,66
Jabón Líquido	Unidades	6,00	1,50	9,00	9,32	9,66	10,01	10,37
Papel Toalla	Unidades	6,00	3,40	20,40	21,13	21,90	22,68	23,50
Gel Antiséptico 500 ml	Unidades	10,00	4,00	40,00	41,44	42,93	44,48	46,08
Total Útiles de Aseo				85,60	88,68	91,87	95,18	98,61

ANEXO 18. GASTOS ARRIENDOS

ARRIENDO						
Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo Local 1	400,00	4.800,00	4.886,40	4.974,36	5.063,89	5.155,04
Arriendo Local 2	350,00	4.200,00	4.275,60	4.352,56	4.430,91	4.510,66
TOTAL ARRIENDO	750,00	9.000,00	9.162,00	9.326,92	9.494,80	9.665,71

GASTOS DE VENTAS

ANEXO 19. GASTOS DE VENTA PUBLICIDAD

PUBLICIDAD							
Detalle	Cantidad	V.Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hojas Volates Paquete de 100	20	10,00	200,00	207,20	214,66	222,39	230,39
Gigantografías y Roll Up	8	15,00	120,00	124,32	128,80	133,43	138,24
Total Publicidad			320,00	331,52	343,45	355,82	368,63

ANEXO 20. PATENTE MUNICIPAL

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias
RAET - PERSONAS NATURALES



Fecha:

A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS:	

B. DATOS UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

DOMICILIO TRIBUTARIO			
PARROQUIA:			
BARRIO:			
CALLE PRINCIPAL:			
No. CASA:			
INTERSECCIÓN:			
CORREO ELECTRÓNICO:			
TELÉFONO 1:		TELÉFONO 2:	
		TELÉFONO 3:	

POSEE ESTABLECIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:	SI		NO		No. DE ESTABLECIMIENTOS QUE POSEE	
No. PREDIO (S) DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:						

C. EN CASO DE ARTESANOS

No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

D. EN CASO DE DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES

No. DE CARNÉ CONADIS:	
FECHA DE CALIFICACIÓN:	
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	

Firma del Contribuyente

ANEXO 21. R.U.C

	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		 <i>...le hace bien al país</i>
NÚMERO RUC:			
APELLIDOS Y NOMBRES:			
NOMBRE COMERCIAL:	FERRETERIA SAN LUIS		
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:	NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL:	SIN	NÚMERO:	SIN
FEC. NACIMIENTO:	21/05/1959	FEC. INICIO ACTIVIDADES:	01/11/1990
FEC. INSCRIPCIÓN:	17/12/1990	FEC. ACTUALIZACIÓN:	03/04/2013
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:		FEC. RENICIO ACTIVIDADES:	03/04/2013
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL			
VENTA AL POR MENOR ESPECIALIZADA DE ARTICULOS DE FERRETERIA.			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: LA MAGDALENA Calle: EL CANELO Número: 927 Intercambiador: ALEJO BRUGO Referencia: A UNA CUADRA DEL CENTRO COMERCIAL ATAHUALPA Teléfono: 022568902			
DOMICILIO ESPECIAL			
SIN			
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA			

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS CÓDIGO: RIMRUC2015000128950 FECHA: 12 de febrero de 2015 14:30 Pag. 1 de 2


ANEXO 22. LICENCIA ÚNICA DE FUNCIONAMIENTO

SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS



TIPO DE PROCEDIMIENTO:		Emisión L.U.A.E.	Renovación L.U.A.E.	Inclusión Autorización Administrativa	Cambio de Actividad Económica	Cambio de Propietario	Cambio de dirección del establecimiento
Denominación o Nombre Comercial:		Fecha inicio actividad económica:			Patente actual No.:		
RUC No.:		Predio No.:			Licencia Única de Funcionamiento No.:		
Actividad Económica:		Establecimiento No.:			Establecimiento: Principal <input type="checkbox"/>		
					Establecimiento: Sucursal <input type="checkbox"/>		
PERSONA NATURAL				PERSONA JURÍDICA			
Nombres y Apellidos:				Razón Social:			
C.C. / Pasaporte:				Nombres y Apellidos del Repr. Legal:			
Obligado a llevar contabilidad: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				No. C.I. o Pasaporte Representante Legal:			
PARA ARTESANOS CALIFICADOS:				Fecha de nombramiento del representante legal:			
Acuerdo Ministerial No.:				No. Resolución Super. Intendencia de Compañías/Bancos (Si aplica):			
Calificación Artesanal No.:				Fecha Constitución:		Fecha Resolución:	
Fecha de expedición:				Capital suscrito:			
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA							
BOMBEROS (Factores Riesgo)				AMBIENTE			
Área del local (m ²):				Cuentas certificadas por medio generado:			
Material que utiliza o almacena:				Consumo de agua: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares <input type="checkbox"/> Muebles y objetos explosivos <input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables <input type="checkbox"/> Productos almacenados en puntos de madera o cartón comprimido. <input type="checkbox"/> GLP (Cilindro de gas) No. de 15kg <input type="checkbox"/> No. de 30kg <input type="checkbox"/> Total cilindros <input type="checkbox"/>				Consumo de energía eléctrica: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Consumo de combustibles líquidos: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Gasol <input type="checkbox"/> Gasel <input type="checkbox"/> Gasel <input type="checkbox"/> Consumo de combustibles sólidos: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Gas <input type="checkbox"/> Gasol <input type="checkbox"/> Gasel <input type="checkbox"/> Licencia certificada de medio generado: Reservas Orgánicas: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Reservas Ineficientes generadas: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Análisis orgánico medio generado: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Análisis gases, laboratorio externo: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Materiales en estado de gas: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Reservas: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Reservas de gas: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/> Reservas: <input type="checkbox"/> sí/no <input type="checkbox"/>			
No. Personas que trabajan: <input type="checkbox"/> Ahora <input type="checkbox"/>				Día de funcionamiento (fiscal con una 7): <input type="checkbox"/> Lunes <input type="checkbox"/> Martes <input type="checkbox"/> Miércoles <input type="checkbox"/> Jueves <input type="checkbox"/> Viernes <input type="checkbox"/> Sábado <input type="checkbox"/> Domingo <input type="checkbox"/>			
TURISMO				SALUD (Competencias A.M. 719 / R.O. 182 / 00-01-2006)			
<input type="checkbox"/> Agencias de viaje <input type="checkbox"/> Casinos y Salas de juego <input type="checkbox"/> Transporte Turístico <input type="checkbox"/> Intermediación <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Recreación, diversión y esparcimiento <input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/> Registro Turismo No. <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/> Salas de cine <input type="checkbox"/> Clubes deportivos privados <input type="checkbox"/> Salones de juegos electrónicos <input type="checkbox"/> Pistas de tenis <input type="checkbox"/> Salones de billar y billares <input type="checkbox"/> Recreación de Basura <input type="checkbox"/> Estadios o Coliseos			
IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (NOTULACIÓN)							
Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento.							
LEYENDA				Ubicación del rótulo: <input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> Arrendado			
Largo		Ancho		Altura sobre el nivel de la acera		Tipo de material	
Tamaño de la fachada		Adosado a la fachada frontal		Adosado a la pared mediana		Adosado a la pared lateral	
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO							
Parroquia		Calle principal		Número		Calle secundaria	
Código		País		Ciudad / Departamento		Sector o referencia para ubicación	
Teléfono 1		Teléfono 2		e-mail		Horario de su preferencia para visita de inspecciones	
* DECLARACIÓN JURADA / PETICIÓN DE INSPECCIÓN				CRÓQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
DECLARO BAJO JURAMENTO, que la información consignada es verídica y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que: (1) cumplo con la Ordenanza 208 sancionada el 21 de marzo del 2010, que establece el régimen administrativo de la L.U.A.E.; (2) cumplo con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito funcionamiento; y que consto debidamente en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 (en materia de contabilidad y uso de sucos); 2 (en materia de actividad); 3 (en materia de seguridad y prevención de incendios); 4 (en materia de publicidad exterior "rótulos"); 5 (en materia ambiental); 6 (en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico).				Grafique con los números referencias posibles la ubicación del establecimiento, identifique calles, avenidas, edificios, etc.			
Invocaré todas las facilidades necesarias a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades colaboradoras, para el ejercicio de las potestades de control, INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso adjuntaré información específica.				No. _____ portadora del documento de identificación No. _____, por mis propias decisiones (o en legal representación de la persona jurídica identificada línea arriba) tengo conocimiento (1) que la L.U.A.E. se emite de oficio dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad en el ejercicio de la actividad económica autorizada; y (2) que la L.U.A.E. podrá ser extinguida en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Chargada, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables; por lo cual, en caso de que se demuestre a través de los procedimientos de verificación y control de que he proporcionado información no verídica, la L.U.A.E. podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, independientemente de la imposición de sanciones a que hubiere lugar.			
				Nota: La información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.			
FIRMA TITULAR L.U.A.E. / REPRESENTANTE LEGAL				FIRMA RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL)			
C.C. / PASAPORTE				NOMBRE RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL)			
FECHA: (dd/mm/aaaa)				NOMBRE RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL)			
Formulario gratuito * El presente formulario se constituye en una Declaración Jurada en el caso en que la información registrada genere el Procedimiento Administrativo Simplificado; caso contrario para los Procedimientos Administrativos Ordinario y Especial se define como una solicitud de inspección y presentación de información respectivamente. Página 1/2							

ANEXO 23. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

 Ministerio de Salud Pública

P.F. N°: _____

CERTIFICADO DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
ESTABLECIMIENTOS DE SALUD
CLASE DE RIESGO

De conformidad a lo establecido en la Ley Orgánica de Salud, se confiere el presente Permiso de Funcionamiento a:

Nombre o razón social del establecimiento _____

Propietario o representante legal del establecimiento _____

Código: _____ Tipo: _____

Responsable técnico: _____



Dirección:
Provincia: _____ Cantón: _____ Parroquia: _____
Sector: _____ Calle principal: _____
Nro.: _____ Intersecciones: _____

Actividad (es) del establecimiento: _____

Fecha de emisión: _____ Fecha de vencimiento: _____

Director (a) Provincial de Salud

ANEXO 24. REGISTRO TURÍSTICO

FORMULARIO DE DECLARACION DEL UNO POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS RCNT-006					
 Ministerio de Turismo		FONDO MIXTO DE PROMOCION TURISTICA			 Ecuador
FORMULARIO PARA APLICACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DEL UNO POR MIL DE LOS ACTIVOS FIJOS					
BASE LEGAL: Art. 40 Literal "a" Ley de Turismo, Registro oficial 733-Suplemento de 27 de diciembre de 2002 Art. 78 del Reglamento de aplicación a la Ley de Turismo, Registro Oficial de 5 de enero del 2004					
IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE		100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN			
		AÑO	SERIE		
201	RUC:	202	RAZON SOCIAL O DENOMINACION:		
		DIRECCION :			
ESTADO DE SITUACIÓN					
340 ACTIVO FIJO					
ACTIVO FIJO TANGIBLE		ACTIVO FIJO INTANGIBLE			
TERRENOS	341		MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE Y OTROS SIMILARES	361	
EDIFICIOS E INSTALACIONES	343		(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	363	
MAQUINARIA, MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS	345		TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLE	365	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	347		TOTAL ACTIVO FIJO	369	
VEHÍCULOS	349		CONTRIBUCIÓN CAUSADA 1 X MIL		
OTROS ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	351		RECARGOS POR MORA		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACTIVOS FIJO	353		MULTAS		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACELERADA ACTIVOS FIJO	355		TOTAL A PAGAR		
TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE	359		ESPACIO PARA SELLOS		
		<p><i>Declaro bajo juramento que los datos consignados en el presente formulario reflejan la realidad y autorizo al Ministerio de Turismo a verificar el contenido de esta declaración en cualquier momento, al tiempo que me sujeto, a las sanciones previstas en la ley en caso de falsedad o perjurio.</i></p>			
Nombre del Declarante					
CI:					
Firma:					

ANEXO 25. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO ARCSA

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA - ARCSA

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: ARCSA-2016-3.3-0000301

Nombre o Razón Social del establecimiento:

Nombre del Propietario o Representante Legal:

Número del RUC del establecimiento: Establecimiento N°: 1

Provincia:

Cantón:

Parroquia:

Sector/Referencia:

Dirección: BARRIO:

Actividades / Tipo(s) de establecimiento(s):
* 3.3 ESTABLECIMIENTOS DE DISPOSITIVOS MEDICOS Y REACTIVOS BIOQUIMICOS DE DIAGNOSTICO IN VITRO PARA USO HUMANO CASAS DE REPRESENTACION Y DISTRIBUIDORAS DE DISPOSITIVOS MEDICOS Y/O REACTIVOS BIOQUIMICOS DE DIAGNOSTICO IN VITRO PARA USO HUMANO. Riesgo: Medio

Fecha de Emisión:

Fecha de Vigencia:

Orden de pago: Valor: \$131.76