



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN RESTAURANT DE POLLOS A LA BRASA EN EL CANTÓN
CHAGUARPAMBA**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA
COMERCIAL**

AUTORA: Gladis Balvina Riofrío Leiva

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Com. César González

Loja – Ecuador

2011

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. César Cristóbal González

DIRECTOR DE TESIS

Certifica:

Que el presente Trabajo de Investigación titulado: “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE POLLOS A LA BRASA EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA**”, presentado por la egresada Gladis Balvina Riofrío Leiva, de la Carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica Social y Administrativa, ha sido dirigido y revisado minuciosamente durante todo su desarrollo; el cual cumple con todas las normas y reglamentos de graduación que exige la Universidad Nacional de Loja; por lo que autorizo su presentación y sustentación respectiva.

ATENTAMENTE

Ing. Com. César González

DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Los contenidos, criterios y análisis del presente trabajo investigativo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

GLADIS BALVINA RIOFRÍO LEIVA

AGRADECIMIENTO

Al concluir el presente trabajo de investigación deo constancia de mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a sus autoridades y a todos los docentes del Área Jurídica Social y Administrativa de la Carrera de administración de Empresas, que con su labor educativa me impartieron sus conocimientos para guiarme en mi formación profesional.

De manera muy especial my agradecimiento al Ing. Com. César González quien me ha brindado su total apoyo con sus conocimientos y guiarme hasta lograr la culminación del presente trabajo investigativo.

También a todos quienes directa o indirectamente me supieron colaborar para alcanzar mi objetivo.

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios, a mis queridos padres por su sacrificio y apoyo que me brindaron en el transcurso de mi vida estudiantil. A mis hermanos y amigos que me brindaron sus sabios consejos y me incentivaron para alcanzar mi meta. Y de manera muy especial a mi hijito querido Luisito David, quien se ha convertido en la razón de mí vivir. A todos ellos Gracias por haberme brindado siempre su apoyo y cariño.

TÍTULO

a. TÍTULO

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN RESTAURANTE DE POLLOS A LA BRASA EN EL CANTÓN
CHAGUARPAMBA**

RESUMEN

b. RESUMEN

b.1 RESUMEN EN CASTELLANO

Para la realización del presente trabajo investigativo, primeramente se realizó un estudio de mercado en el Cantón Chaguarpamba que según investigaciones en el INEC 2001 tiene una población de 7898 que proyectada al 2010 tiene una población de 6585 habitantes con una tasa de crecimiento del -2,0%. El estudio tuvo como objetivo buscar la forma de implementar una empresa que ofrezca un producto no existente en el mercado local; que es precisamente pollo a la brasa. Para la segmentación de mercado se realizó por familia dando un número de 1646 familias. En la distribución de la muestra dio un resultado de 312 encuestas las cuales se aplicó en la cabecera cantonal del cantón Chaguarpamba, para esto fue conveniente hacerlo durante tres domingos en la feria libre en donde se reúne la población a comprar y vender productos de primera necesidad.

Aplicando la fórmula de la muestra da un número de 312 encuestas. Se segmentó el mercado por familias dando un número de 1646 para el año 2010.

Se utilizó el método Inductivo: El mismo que ayudó a descubrir las necesidades de la demanda existente, ya que la población sale a otros lugares cuando desean deleitarse de pollo a la brasa.

Mediante las 312 encuestas aplicadas a familias del cantón Chaguarpamba se ha podido determinar que el 58,01% del total de familias encuestadas poseen negocio propio establecido en el cantón; mientras que el 24,68% son empleados públicos, laboran en diferentes instituciones como: BNF, Municipio, Colegios, entre otros; el 7,05% manifiestan que son empleados privados, trabajan en almacenes, restaurantes, entre otros y, el 10,26% restante se dedican a otras labores independientes y temporales.

Del total de familias encuestadas 93,91% consumen pollo y un 6,09% no consumen pollo esto es por cuestiones de salud; para la tabulación de la pregunta 3 se consideró las 293 familias que consumen pollo de las cuales 166 familias consumen pollo a la brasa y pueden ser los futuros clientes que le interesa a la empresa; el lugar donde lo adquieren es en restaurantes de otras ciudades en un 100%. La calidad del producto en un 66,87% es buena. Un 49,68% de las de las 157 familias que si consumirán en el restaurante a implementarse sugiere que este se ubique en el centro de la cabecera cantonal de Chaguarpamba frente al Banco Nacional de Fomentos, Los medios de comunicación con mayor aceptación es la radio con un y la TV; por esta razón se eligió la radio como medio de difusión para la publicidad del restaurante de pollos a la brasa.

Según la proyección de la demanda efectiva para el 2010 es 4143 pollos y para el 2014 es de 3821 pollos. Como en el cantón Chaguarpamba no existe oferta de pollo a la brasa entonces se define es igual a cero. La comercialización del producto tendrá el siguiente canal de distribución: Restaurante de pollos al brasa - Consumidor.

Se analizó detalladamente las 4 Ps. Que son: Precio, Plaza, Producto, Promoción los cuales son básicos para la comercialización del producto que ofrecerá la empresa a establecerse.

El Estudio Técnico permitió determinar la capacidad instalada de la planta, Producirá 6480 pollos en el año, esto está dado principalmente por el horno de asar que tiene una capacidad de 6 pollos por hora. La capacidad utilizada para el primer año de producción es del 63,94% y para el 5 año es del 58,97%.

El proceso de producción para la elaboración del pollo a la brasa será bajo técnicas y normas estrictas de higiene y calidad.

Para la localización de la empresa se tomó en cuenta los factores de micro y macro localización con ello se determinó que la empresa se situará al frente del BNF sucursal Chaguarpamba, cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

Para la implementación del restaurante "Pollito Mío a La Brasa" se realizó un estudio de mercado mediante el cual se logró determinar el monto a invertir que es de 15883,50 dólares ; de este \$ 10000 serán crédito otorgado por el Banco de Loja con una tasa de interés del 15,50% de interés anual y \$5883,50 será capital propio.

Se realizó un análisis de pérdidas o ganancias dando como resultado \$5642,44 para el primer año y \$ 6906,81 dólares para el quinto año. Se evaluó la factibilidad del proyecto a través de indicador VAN dando una cantidad de 4203,44 el cual es mayor que cero demostrándonos que el proyecto es aceptable desde el punto de vista financiero.

En el presente proyecto la TIR nos da un resultado del 25,75%, es mayor que el costo del capital por lo que el proyecto es aceptable.

El periodo de recuperación de capital del presente proyecto es de 3 años, 3 meses y 7 días. Se realizó un análisis de sensibilidad del proyecto con una suposición de incremento del 6,60% en los costos dando una sensibilidad de 0,95400223 y una suposición de disminución del 5,75% en los ingresos dando como resultado una sensibilidad de 0,9694086. El resultado es menor a 1 esto significa que el proyecto no es sensible a los cambios ocasionados.

El restaurante de pollos a la brasa llevará como nombre comercial “POLLITO MIO A LA BRASA”, se conformará bajo las normas y reglamentos tributarios como empresa Autónomo.

En la organización administrativa se detalla cómo están estructurados los niveles jerárquicos de la empresa, también se elaboró un manual de funciones para cada puesto. Se llegó a establecer conclusiones en las que se demuestra que el proyecto tiene total factibilidad. También se ha planteado recomendaciones las cuales serán útiles para quienes deseen ejecutar el presente proyecto.

Finalmente constan anexos con su respectiva numeración para una fácil ubicación de contenido de datos en el desarrollo del presente proyecto. Finalmente está la bibliografía y páginas de internet utilizadas como fuente de consulta para obtener contenidos necesarios e índices con el que se puede ubicar mejor los contenidos que tiene la presente investigación.

b.2. SUMMARY IN ENGLISH

For the accomplishment of the present work investigative, firstly a market research was realized in the Canton Chaguarpamba that according to investigations in the INEC 2001 has a population of 7898 who projected 2010 has a population of 6585 inhabitants with a rate of growth of 2,0 %. The study had as aim look for the way of implementing a company that offers a not existing product on the local market; that is precisely a chicken to the ember. For the segmentation of market it was realized by family giving a number of 1646 families. In the distribution of the sample it gave a result of 312 surveys which it was applied in the head-board cantonal of the canton Chaguarpamba, for this it was suitable to do it during three Sundays in the free fair where r this it was suitable to do it during three Sundays in the free fair where.

Applying the formula of the sample it gives a number of 312 surveys. The market segmented for families giving a number of 1646 for the year 2010.

The Inductive method was in use: The same one that helped to discover the needs of the existing demand, since the population goes out to other places when they want to take delight of chicken to the ember.

By means of 312 surveys applied to families of the canton Chaguarpamba one could have determined that 58,01 % of the total of polled families possesses own business established in the canton; whereas 24,68 % is civil servants, they work in different institutions as: BNF, Municipality, Colleges, between others; 7,05 % They demonstrate that they are private employees, are employed at stores, restaurants, between others and, 10,26 remaining % devotes himself to other independent and temporary labors.

Of the total of polled families 93,91 % consumes chicken and 6,09 % does not consume chicken this is for questions of health; for the tabulation of the question 3 it was considered to be 293 families that consume chicken of which 166 families consume chicken to the ember and can be the future clients that he is interested in it to the company; the place where they acquire it is in restaurants of other cities in 100 %. The quality of the product at 66,87 % is good. 49,68 % of those of 157 families that if they will consume in the restaurant to To be implemented suggests that this one should be located in the cantonal center of Chaguarpamba's head-board opposite to the Banco Nacional of Promotions, The mass media with major acceptance it is the radio with one and the TV; for this reason the radio was chosen as way of diffusion for the advertising of the restaurant of chickens to the ember.

According to the projection of the effective demand for 2010 it is 4143 chickens and for 2014 it is 3821 chickens. Since in the canton Chaguarpamba it does not exist offer of chicken to the ember at the time is defined is equal to zero.

The commercialization of the product will have the following channel of distribution: Restaurant of chickens to the brasa - Consumer.

It was analyzed the 4 Ps was analyzed detailed. That is: Price, Plaza, Product, and Promotion which are basic for the commercialization of the product that will offer the company to be established.

The Technical Study allowed determining the installed capacity of the plant, It will Produce 6480 chickens in the year, this is given principally by the oven of roasting that it has a capacity of 6 chickens per hour. The capacity used for the first year of production is 63,94 % and for 5 year is 58,97 %.

The process of production for the production of the chicken to the ember will be under technologies and strict procedure of hygiene and quality.

For the location of the company the factors of mike were born in mind and macro location with it decided that the company will place at the head of the BNF branch Chaguarpamba, canton Chaguarpamba of Loja's province.

For the implementation of the restaurant " My Chick to The Ember " there was realized a market research by means of which it achieved to determine the amount to invest that it is of 15883, 50 \$; of this \$ 10000 will be a credit granted by Loja's Bank with a rate of interest of 15, 50 % of annual interest and 5883, 50 \$ it will be the own capital.

There was realized an analysis of losses or earnings giving as proved 5642, 44 \$ for the first year and 6906, 81 dollars for the fifth year. Slant of indicator they VAN giving a quantity of 4203,44 which is major that zero us demonstrating that the project is acceptable from the point of vast financially.

In the present project the TIR it gives us a result of 25, 75 %, is major that the cost of the capital for what the project is acceptable.

The period of recovery of the capital of the present project is 3 years, 3 months and seven days. There was realized an analysis of sensibility of the project by a supposition of increase of 6, 60 % in the costs giving a sensibility of 0, 95400223 and one supposition of decrease of 5, 75 % in the income giving like proved one. The feasibility of the project was evaluated to Sensibility of 0, 9694086. The result is minor to 1 this means that the project is not sensitive to the caused changes.

The restaurant of chickens to the ember will lead as trade name "CHICK MIO TO THE EMBER ", it will conform under the procedure and tributary regulations as Autónomo Company.

In the administrative organization there is detailed how the hierarchic levels of the company are structured, also a manual of functions was elaborated for every position. It managed to establish conclusions in which there is demonstrated that the project has total feasibility. Also one has raised recommendations which will be useful for those who want to execute the present project.

Finally annexes consist with his respective numeration for an easy location of content of information in the development of the present project. Finally it is the bibliography and Internet pages used as source of consultation to obtain necessary contents and indexes with that it is possible to locate better the contents that the present investigation has.

INTRODUCCIÓN

C. INTRODUCCIÓN

El Ecuador actualmente cuenta con una diversidad de recursos disponibles es por ello que el gobierno ha implementado programas y proyectos de apoyo en especial al sector empresarial que genera fuentes de trabajo ayudando de esta forma a la economía de algunas familias ecuatorianas e incluso a personas extranjeras. Es lógico que con lo antes mencionado no se solucionen los problemas; porque a nivel de país existen problemas en la educación, vivienda, salud, entre otros, y que las personas que han estado al frente de esto solo miran a su alrededor y no más la realidad. En la actualidad se puede decir que el gobierno se está preocupando por todos los sectores a lo que en lo posible debemos aprovechar porque son nuestros recursos revertidos. Por esta razón como futura ingeniera de la República del Ecuador es factible crear iniciativas de reactivación económica mediante la creación de empresas que en algo mejorarán la economía de inversionistas y en especial de quienes trabajen en ellas; brindando también un servicio de calidad al consumidor para que de esta forma se convierta en un ente de publicidad el mismo que traerá futuros consumidores. Según investigaciones se ha podido determinar que la provincia de Loja en general tiene un gran potencial y capacidad en recursos sociales, técnicos, naturales que no son aprovechados en su totalidad.

Lo provincia de Loja también se ha visto afectada por el factor “migración” con lo que ha perdido mano de obra calificada, así como profesionales que han salido de sus lugares de origen porque no hubo un apoyo suficiente a emprender y desarrollarse como tales en y lograr un adelanto para su sector; esto se presenta más en los sectores vulnerables como es el sector rural y urbano marginal.

En el cantón Chaguarpamba se realizan algunos eventos con el fin de integrarse en los ámbitos sociales, políticos, educacionales y deportivos con los pueblos aledaños y sectores del mismo; para de esta forma estar en constante comunicación y relación para incentivar la cultura entre habitantes y sus autoridades.

Para implementar el restaurante de pollos a la brasa se realizó un estudio de factibilidad el cual nos demuestra un camino favorable para ejecutar el proyecto; por la razón de que en este cantón no existe un restaurante de esta tipo. Es por ello que para establecer la demanda se ha tomado el total de la población del cantón Chaguarpamba que es de 7898 según censo INEC 2001; con una tasa de crecimiento del – 2,0% promedio anual. Por lo general la población de todas sus parroquias se concentra y acude a la cabecera cantonal por diversas razones.

El presente proyecto de investigación presenta total factibilidad por lo que se aconseja a la sociedad que tiene suficiente capacidad económica a invertir en proyectos de esta naturaleza; aunque siempre existe incertidumbre y desconfianza al momento de invertir esto debido a algunas razones como: inseguridad política, jurídica; riesgo de quiebra la empresa pero para todo ello siempre se deben realizar estudios necesarios y suficientes previos a invertir.

En el marco teórico constan, contenidos de los temas que permitieron desarrollar el presente trabajo investigativo. Materiales y métodos que ayudaron a la recolección de información necesaria permitiendo el cumplimiento de los objetivos.

El estudio de mercado ha permitido establecer la microlocalización de la empresa, que será en el centro de la cabecera cantonal de Chaguarpamba; establecer el tamaño y capacidad instalada; determinar las demandas del producto y así poder establecer los requerimientos básicos suficientes para la producción durante la vida útil del proyecto que es de cinco años.

En el estudio económico del proyecto se detalla la inversión en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, financiamiento, estado de pérdidas o ganancias

Mediante los resultados que arrojan las técnicas de evaluación financiera VAN, TIR y RBC se prueba la rentabilidad del proyecto

El análisis de Sensibilidad demuestra que el proyecto no es sensible de acuerdo a posibles cambios que pueda ocasionar en costos e ingresos.

La empresa será de tipo Autónomo con un propietario e inversión determinada; con una estructura organizativa representando claramente los niveles jerárquicos. Además presenta un manual de funciones para cada puesto en el que se detallan claramente las funciones y obligaciones a cumplir cada persona designada por la empresa para ejecutar su actividad laboral.

Quedan planteadas conclusiones y recomendaciones básicas factibles para quienes deseen ejecutar el presente proyecto.

Finalmente está la bibliografía, anexos, índice, número de cuadros, número de gráficos, y número de anexos; Estos ayudará, a una mejor ubicación de contenidos en la presente tesis.

REVISIÓN DE LITERATURA

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. Generalidades del cantón Chaguarpamba

El cantón Chaguarpamba lleva este nombre porque sus primeros pobladores se dieron cuenta que existía en este sector una pampa que era una planicie, que estaba poblada de plantas denominadas chaguarqueros y por esta razón decidieron denominarle: CHAGUAR por los chaguarqueros y PAMBA por la pampa. Su cabecera cantonal lleva el mismo nombre Chaguarpamba.

Al inicio fue ciénego, donde está la iglesia era una pampa donde descansaban los turistas de El Oro que pasaban al cantón Paltas. En 1760 se inició a poblar y el 29 mayo de 1861 se creó la parroquia Chaguarpamba y el 27 de diciembre de 1985 alcanzó su cantonización.

El cantón Chaguarpamba tiene 1 parroquia urbana, lleva el mismo nombre del cantón Chaguarpamba; y cuatro parroquias rurales que son: Amarillos, Buenavista, El Rosario y Santa Rufina. Se celebran dos fiestas en el año: El 27 de diciembre es la fiesta cívica de aniversario de cantonización y el 5 de agosto se celebran las fiestas; comercial y religiosa en honor a la virgen de la nube patrona del cantón.

Chaguarpamba se caracteriza por sus labores agrícolas en el cultivo de maní, café, maíz y arroz y su feria libre en su cabecera cantonal los días domingos.

Este es un factor importante que incentiva a implementar un restaurante de pollos a la brasa brindando así nuevas fuentes de trabajo con un servicio de calidad.

Su clima es cálido húmedo; con una temperatura de 18 a 24 °C

El cantón tiene los siguientes límites:

- Al norte con la provincia de El Oro
- Al sur con el cantón Olmedo
- Al este con el cantón Catamayo
- Al oeste con el cantón Paltas¹

¹ www.lojaturistico.com. – CANTONES DE LA PROVINCIA DE LOJA (Consulta 2010)

1.2. Restaurante de pollos a la brasa

1.2.1. Definición:

Un restaurante de pollos a la brasa es una alternativa de alimentación para todos quienes deseen degustar algo delicioso, o por razones de difícil preparación en casa acuden a consumir pollo a la brasa que el restaurante ofrece.

Por el uso de materia prima de calidad que se usa para la elaboración de pollos a la brasa se puede decir que es un alimento que cumple con todos los requisitos suficientes para la alimentación humana y en ningún momento puede afectar a la salud.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio de mercado

Se lo puede considerar como una herramienta de mercadeo permitiendo obtener resultados para analizarlos y de esta manera obtener información suficiente y necesaria para elaborar proyectos de inversión. Con el estudio de mercado también podemos estimar la demanda; para determinar bienes o servicios que podrían ser adquiridos a precios ya establecidos.

2.2. Mercado

Comprende el área o sitio donde concurre la oferta y la demanda y de esta manera acordar el precio para llevar a cabo las transacciones que se deseen realizar.

2.3. Estructura del mercado

La Empresa de Pollos a la Brasa estará ubicada en un mercado que no tiene competencia por lo que se ha creído conveniente establecer una demanda para el presente proyecto.

En el cantón existen restaurantes pero no ofrecen el producto que pretende vender la empresa de pollos a la brasa por lo que se puede decir que la oferta es cero con lo que la empresa tiene grandes posibilidades de crecer.

2.4. Mercado del proyecto

La alimentación es una necesidad que la sociedad tiene; la misma que con su poder económico que posee decide como satisfacerla acudiendo a la producción industrial por lo que la comida siempre tiene transformaciones en su elaboración industrialmente.

Las condiciones de higiene en los lugares que ofrecen comidas debe ser tratado cuidadosamente porque se debe asegurar la calidad de comida y la salud de las personas que consumen ya que cada vez este número crece significativamente.

Las empresas dedicadas a ofrecer comidas tienen el objeto de vender toda su producción a precios acordes a los costos de elaboración y que sea un producto de calidad para la salud humana.

Con el mercado del proyecto ;podemos establecer la viabilidad del presente proyecto de inversión tomando en consideración lo siguiente:

- La materia prima será adquirida del mercado proveedor existente como son, micromercado y de productores avícolas.
- Los clientes del restaurante de pollos a la brasa serán las personas del sector que según las encuestas realizadas desean y les gusta consumir éste producto, turistas que visitan el cantón y viajeros que a su paso irán consumiendo pollos a la brasa.
- En este sector no existen locales que ofrezcan producto de esta calidad, pero si hay restaurantes que ofrecen productos similares.

Un mercado es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo; y podrán estar dispuestos a satisfacerlos a través del intercambio de otros elementos de valor.

3. Clases de mercado

Consumidor

Persona que utiliza o consume bienes y servicios.

Proveedor

Fabricante o mayorista que suministra mercancías a un comerciante minorista

Competencia

Mercado Donde los vendedores ofrecen productos similares, aunque no idénticos, a muchos compradores que desean satisfacer las mismas necesidades.

Distribuidor

Individuo o firma que divide bienes o servicios en unidades más pequeñas para su posterior venta a los consumidores.

Promoción

La promoción es una herramienta para empujar el producto hacia el consumidor/cliente. Se suele asociar popularmente con descuentos de precios en grandes almacenes. Se suele confundir inclusive por el fabricante, con el lanzamiento de nuevos productos, campañas de publicidad, o con cualquier otra herramienta comercial.

Plaza

La mercadotecnia y las ventas se han establecido por medio de las diversos canales y maneras de comercializar los productos; se han elaborado algunas estrategias para

ingresar el producto al mercado como por ejemplo dentro de las promociones, la publicidad y algunos planes de venta al por mayor.

3.2 Marketing Social

El marketing social trata de satisfacer las necesidades de las personas, pensando en su satisfacción personal o en grupo, aplicando conceptos humanísticos, ecológicos e inteligentes en donde los beneficios se presenten de forma perdurable y efectiva.

Su importancia radica en considerar el interés de la sociedad en la toma de decisiones, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Posicionamiento.

El Posicionamiento es la manera en que un producto o servicio es percibido por el segmento de consumidores al que está dirigido, en función de las variables importantes que el segmento de consumidores toma en cuenta para la elección de utilización de la clase de productos.

Precio

Es la cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto.

Marca

La marca no solo es un nombre que identifica el producto, si no que ella también aporta ciertas características y valores al producto.

3.3. Análisis de la Demanda:

Es un estudio que permite conocer claramente cual es la situación de la demanda del producto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.

Se concibe a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado esta dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer sus requerimientos.

A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista como son:

1. **POR SU CANTIDAD:** de acuerdo a ello se la puede clasificar de la siguiente manera:

a. **Demanda Potencial.** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

b. Demanda Real. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

c. Demanda Efectiva.- La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado; ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

d. Demanda Insatisfecha. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

2 **POR SU OPORTUNIDAD**, en cuanto a calidad y cantidad puede clasificarse en:

a. Demanda insatisfecha: En la que los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.

b. Demanda satisfecha: En la cual lo que se produce es exactamente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

3. **POR EL DESTINO** que tiene puede clasificarse en:

a. Demanda final, cuando el producto es adquirido por el consumidor o usuario para su aprovechamiento.

b. Demanda intermedia, cuando el producto es adquirido en calidad de componente de un proceso para obtener un producto final diferente.

4. **POR SU PERMANENCIA EN EL MERCADO.**

a. Demanda continua. Permanece y se incrementa cada vez en el mercado.

b. Demanda temporal, ocurre en determinados momentos y bajo ciertas circunstancias.

5. **POR SU IMPORTANCIA,**

a. De productos necesarios, el mercado requiere para su desarrollo armónico.

b. De productos suntuarios, responde a gustos y preferencias especiales.

3.4. Estudio de la Oferta.

La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado. En este punto es importante investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si

puede o no incrementar su producción; su producto para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

Para determinar las cantidades o volúmenes se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda.

Es importante conocer las principales clases de oferta existente y para ello se analizarán las más utilizadas en el mercado:

1. **De libre mercado:** En ella existe la cantidad de oferentes del mismo producto ya que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio.
2. **Oligopólica:** En la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismo que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
3. **Monopólico:** Existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.

4. ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

La administración de la producción es el área de la administración que cuida los recursos físicos y materiales de la empresa, con los cuales realiza el proceso productivo, es quien efectúa la producción y las operaciones, y extrae las materias, transformándolas en producto acabado para prestar los servicios especializados que la empresa provee al mercado, ya sea primario, secundario o terciario.

4.1. FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

GENERALIDADES.

- Administración de manufactura
- Administración de producción
- Administración de operación

4.2. DEFINICIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

Producción es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades.

4.3. FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA.

El objetivo de la administración de la producción es la obtención de las utilidades. El propósito es de proveer capacidad de conversión, para de esta manera satisfacer los objetivos de la organización.

4.4. SISTEMAS.

CLASIFICACIÓN DE LOS SISTEMAS.

- Sistemas abiertos.
- Sistemas con retroacción.

4.5. DECISIONES.

TIPOS DE DECISIONES.

- Decisión bajo certeza.
- Decisión bajo riesgo.
- Decisión bajo incertidumbre.
- Decisión bajo conflicto.

4.6. PLANEACIÓN Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN (PCP).

CONCEPTO.

Planear es la ficción administrativa que determina cuáles son sus objetivos, ser alcanzados, y que debe hacerse para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planeación se centra en el futuro. Sin planeación la empresa queda perdida o en caos.

4.6.1. FINALIDADES Y FUNCIONES DE LA PCP.

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES.

- Principios de la definición del objeto
- Principios de la flexibilidad de la planeación
- Principios del objetivo
- Principios de la definición de los estándares
- Principios de excepción
- Principios de acción

SISTEMAS DE PCP

La PCP está íntimamente ligada con el sistema de producción es adoptada por la empresa y de él depende para planear y controlar la producción.

TRES SISTEMAS DE PRODUCCIÓN

- Proyecto de producción

- Planeación de producción
- Control de la producción

CONCEPTO.

Es la determinación de aquello que la empresa deberá producir sin perder de vista su capacidad de producción y la previsión de ventas que debe ser atendida.

4.6.2. ORGANIZACIÓN DE LA PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

Gerencia y producción.

Planeación y control del producto.

Planeación de la producción, control de la producción

Elaboración del plan de producción.

Programación de la producción.

Emisión de órdenes.

Control de la producción.

Control existencias

4.6.3. CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

CONCEPTO

El C P es la última fase de la P C P que acompaña, evalúa y regula a las actividades productivas, para mantenerlas dentro de lo que fue planeado y alcanzar los objetivos pretendidos.

FASES DE CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

- Determinación de estándares
- Evaluación del desempeño
- Comparación del desempeño con el estándar establecido
- Medida correctiva

MÉTODOS DEL CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

- Control visual
- Control total
- Control de demostración
- Control de excepción
- Autocontrol

PRINCIPALES TIPOS DE CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

- Control de plan de producción
- Control de cantidades producidas
- Control de existencias
- Control de fechas de término.²

5. PRESUPUESTOS

DEFINICIÓN.- El presupuesto representa la estimación de los ingresos y egresos, asociados a las actividades programadas para el año próximo, en conformidad con los planes y objetivos institucionales. Es el instrumento que limita la acción del Estado, para el cumplimiento de sus planes y programas, en él se incluyen todas las estimaciones de los recursos y las fuentes de financiamiento. Es la proyección de las actividades generales de una empresa o institución, en términos de costos, ingresos y gastos, por un determinado periodo.

5.1. METODOLOGÍA PARA ELABORAR PRESUPUESTOS.

En todo presupuesto se debe tener en cuenta, el diagnóstico que comprende las siguientes fases:

SITUACIÓN FINANCIERA.- Los estados financieros de la empresa permiten dilucidar las posibilidades reales del progreso y por tanto presentar las bases para establecer si las estrategias competitivas sustentarán en el crecimiento de las operaciones o de la simple supervivencia.

EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD.- Las acciones puestas en práctica para minimizar el tiempo invertido en la realización y comercialización del producto, en tanto que la productividad expresa la producción por hora-hombre u otra máquina.

ACTUALIZACIÓN TECNOLÓGICA.- Está en relación con la modernización industrial sobre los costos y la calidad del producto.

² www.monografias.com. – (Consulta 2010)

POLÍTICAS GERENCIALES.- Permiten establecer las políticas de la empresa que gravitarán en el presupuesto dando mayor énfasis a las políticas de inventario que reflejan los presupuestos de compra y producción.

Evaluar el entorno.- Ninguna empresa puede abastecerse del medio en que se desenvuelve, los planes y presupuestos se supeditan a manifestaciones ambientales, como también a los competidores nacionales e internacionales, y a variables como: las condiciones crediticias, el comportamiento de la inflación y devaluación, las tasas de interés, las políticas establecidas por los gobiernos en áreas tributarias., salariales de seguridad social y de comercio exterior.

Organización del trabajo presupuestal en función del tamaño de las empresas.- En lo que se refiere a empresas pequeñas y medianas el presupuesto es responsabilidad de un departamento de contabilidad. Se debe seguir los siguientes pasos.

Etapas De Preparación De Presupuestos.

- Pre iniciación.- Se evalúan los resultados anteriores.
- Elaboración del presupuesto.- Con ayuda de datos estadísticos.
- Ejecución.- Aplicar a dicha empresa.
- Control.- Prepara informes parciales, analiza las desviaciones.
- Evaluación.- Que tan efectivo resultó.

5.2. CLASIFICACIÓN DE PRESUPUESTOS.

Hay diferentes clases de presupuestos para abarcar las diferentes áreas de operación de la empresa. **Los presupuestos primarios de operación** se refieren a los ingresos y gastos que provienen de las operaciones. Entre los más importantes se puede señalar el **presupuesto de ventas** y otros que se refiere a gastos como son el de producción, el de gastos de distribución, el de gastos administrativos, el de investigación y desarrollo y otros más en los que se detallan los gastos de los diferentes departamentos. Cuando se combinan los presupuestos de ventas y gastos constituyen el presupuesto de operación, que será el plan maestro de la empresa durante el periodo contable

El presupuesto de efectivo coordina las entradas y salidas de caja como no todas las ventas se realizan al contado, sino que se consideran a base de lo devengado, es necesario formular un presupuesto separado para manejar el efectivo, a fin de que la empresa no afronte una escasez de fondos en los periodos en que los ingresos disminuyen, y pueda invertir temporalmente su excelente defectivo en los periodos de pocos gastos.

El presupuesto de capital es el plan para la adquisición de activos de capital; es decir, aquellos cuya vida excede de un año, como la maquinaria y el equipo. Los presupuestos de capital constituyen un elemento importante para determinar el futuro de la empresa.

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN.

Los presupuestos de operación son los planes para manejar el negocio durante el periodo al que se refiere. Los principales presupuestos de operación son el de ventas y los que se refieren a los gastos.

EL PRESUPUESTO DE VENTAS.

El punto de partida típico de todos los presupuestos de operación es el pronóstico realista de las ventas para el periodo de planeación. Esto implica a ser estimaciones de las unidades que se venderán y del ingreso que se obtendrá en cada subdivisión y en cada periodo.

Se determinan los ingresos, en base al volumen de ventas y a los precios de venta de bienes y/o servicios que se ofrecen. Con base a las unidades a vender, es preciso determinar, si la capacidad de producción es suficiente, la misma que dependerá del tamaño de la empresa, y del porcentaje de la capacidad instalada que se utilice.

TIPO DE PRESUPUESTOS

Entre los principales tenemos:

Presupuesto de Ventas.- Es aquel que pronostica la demanda del producto.

Presupuesto de Capital.- El presupuesto de capital es un esbozo de los gastos planeados sobre activos fijos y la preparación del presupuesto de capital alude a la totalidad del proceso referente al análisis de los proyectos, así como a la decisión de si deberían incluirse dentro del presupuesto de capital.

Presupuesto de Activos fijos.- Comprende los presupuestos de las inversiones fijas sujetas a depreciación, a excepción del terreno, y se genera en la instalación de la empresa.

Presupuesto de activos diferidos.- Son los presupuestos de los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo.

Presupuesto de operación.- Son presupuestos de aquellos gastos en cuenta corriente que necesitará la empresa para iniciar sus operaciones de producción. Entre ellos tenemos:

❖ **Materia prima directa.-** Son todos los materiales que intervienen directamente en la transformación del producto.

❖ **Materia prima indirecta.**- Son todos los materiales que intervienen e el proceso de producción pero que no se los puede cargar directamente en la transformación del producto.

❖ **Mano de obra directa.**- Son los pagos por concepto de sueldos y salarios al personal que participa directamente en el proceso de producción.

❖ **Mano de obra indirecta.**- Es el personal que no interviene directamente en el proceso de producción.

❖ **Materiales indirectos.**- Forman parte auxiliar en la presentación del producto.

❖ **Gastos generales de fabricación.**- Son aquellos insumos que forman parte para el funcionamiento de la fábrica como: servicios básicos, amortización, mantenimiento.

❖ **Gastos de administración y ventas.**- Los gastos administrativos comprenden todas las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo y arriendo de local y otros imprevistos, y por último lo que corresponde a la amortización de los activos diferidos. Mientras que los gastos de ventas corresponden a todos los gastos que intervienen en la comercialización del producto entre ellos tenemos: pago personal de ventas, viáticos y promoción.

Presupuesto de gastos operativos.- Son presupuestos destinados a gastos administrativos, de ventas y financieros.

Presupuesto de costos e ingresos.- Se entiende por costos a todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico. Mientras que los ingresos son aquellos que se dan por el volumen de producción y por las ventas. Ambos ítems se irán desglosando, con el fin de obtener los costos unitarios de producción y el ingreso por ventas.

6. COSTOS.- Valor de los recursos escasos que implica la producción, transformación, distribución o consumo de un bien o servicio.

COSTOS FIJOS.- Son aquellos valores que permanecen constantes durante un tiempo de período determinado.

COSTOS VARIABLES.- Son los que fluctúan con los aumentos o disminuciones de la producción y de la venta.

COSTOS TOTALES.- Son iguales a la suma de los costos fijos más los costos variables. Para determinar estos costos se lo realiza tomando los siguientes rubros: Costo primo, Gastos generales de fabricación, Gastos de Administración y Ventas, Costos de Operación.

7. INGRESOS.- Los ingresos se definen por el volumen de producción y por las ventas de los productos a fabricarse.

8. PUNTO DE EQUILIBRIO.- Es el punto en el cual no se obtienen ni ganancias ni pérdidas. El punto de equilibrio es una técnica de análisis empleada como instrumento de planificación de utilidades, toma de decisiones y resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos.

9. PRECIO UNITARIO DE VENTA.- Es el precio pagado por el consumidor final, que se lo obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas más el margen de utilidad.

10. ESTADOS FINANCIEROS.- “Son aquellos que muestran la posición financiera y los resultados de las operaciones de todo negocio al final del un período contable”³. Estos son: Balance general, Estado de pérdidas y ganancias, estado de movimiento del efectivo.

10.1. Balance general.- “El balance general define la posición financiera de la empresa en un punto determinado de tiempo. Aquí se compararán los archivos de la compañía y su financiamiento que puede ser deuda (lo que se adeuda) o aportaciones (lo proporcionado por los dueños). Los componentes de este balance son: Activos – Pasivo = Patrimonio”.⁴ Depende de la empresa en cuanto a las cuentas que puedan tener el activo, el pasivo y el patrimonio, se considera que dentro del activo están los corrientes y los fijos, dentro de los pasivos tenemos los circulantes, los no corrientes; y, en cuanto al patrimonio, está el capital social y utilidad del ejercicio.

10.2. Estado de resultados.- Proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un período específico. El Estado de resultados común comprende un período de un año que termina en una fecha determinada, por lo general el 31 de diciembre. Está compuesto por los siguientes rubros: ingresos, egresos y gastos. Dentro de estos gastos tenemos los administrativos que son desembolsos que ha incurrido la empresa como fabricación o venta, los gastos de venta que son las erogaciones o desembolsos relacionados directamente con la venta y la entrega de mercancías como:

³ ORIOL Amat, Análisis Económico Financiero, 16 Edición. Pág. 12

⁴ GRINAKER Y BARR. El examen de los Estados Financieros, Quinta Edición.

publicidad, transportes, sueldos, seguro social, gratificaciones, etc; y, por último los gastos financieros que son los intereses cargados a pérdidas y ganancias.

10.3. Estado Pro forma del movimiento de efectivo o flujo de caja.- Es aquel que reporta las cantidades recibidas y pagadas en efectivo por una entidad durante un período específico. Resume las actividades a lo largo de un lapso de tiempo. El flujo de efectivo, presenta las entradas de efectivo y las salidas que son aquellas que redujeron el efectivo, colocándolo de acuerdo al tipo de actividad que pueden ser actividades operativas, actividades de inversión y actividades financieras. Este estado pro forma se encuentra estructurada por los ingresos y egresos de caja, montos brutos y también su respectiva suma aritmética hasta llegar al flujo neto de efectivo de las actividades operativas.

11. FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto. Será elaborado a base de todos los ingresos es decir las ventas y el valor residual, así como también por los egresos compuestos por los costos y reparto de utilidades.

12. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS.- La evaluación de proyectos tiene como finalidad determinar el mayor o menor grado de mérito de la acción de asignar los escasos recursos de capital a determinada inversión. Algunos de los criterios son:

12.1. Valor Actual Neto (VAN).- Es un criterio de evaluación que permite aceptar o rechazar el proyecto o se lo define como la sumatoria de los beneficios netos descontados a la tasa pertinente del inversionista.

12.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).- Es la tasa de rendimiento anual que es capaz de igualar los beneficios actualizados con los desembolsos expresados en moneda actual. Si el cálculo de la TIR del proyecto es mayor que el costo de oportunidad del capital éste será aceptado de lo contrario será rechazado.

12.3. Relación Beneficio Costo (B/C).- Se llama a menudo índice de valor actual, ésta relación compara, a base de razones, el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual del desembolso original y de cualquier otro que se haga en el futuro, dividiendo el primero por el segundo.

12.4. Período de Recuperación de la Inversión.- Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro y aún con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo.

12.5. Análisis de Sensibilidad.- Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios. Ahora bien lo preocupante es el impacto que tenga la rentabilidad del proyecto, siendo la finalidad del análisis de sensibilidad, medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes⁵

⁵ PASACA MORA, Manuel. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN 2004

MATERIALES Y MÉTODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de presente trabajo investigativo se utilizaron materiales, métodos, técnicas y procedimientos.

MATERIALES

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se utilizó varios recursos materiales: Servicio de internet, suministros de oficina, copias, impresiones, empastado del texto, los mismos que ayudaron en el oportuno avance de la investigación.

MÉTODOS

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se utilizó la siguiente metodología:

Método Científico.- El método científico ayudó durante el desarrollo de todo el proceso investigativo, permitiendo el cumplimiento de los objetivos y comprobación de la hipótesis planteada, también permitió organizar de una forma secuencial los recursos disponibles.

Método Inductivo.- Este método permitió el análisis de los aspectos relevantes como ingeniería del producto, estudio de mercado, estudio económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto; ayudando a concluir con conclusiones y recomendaciones para el proyecto de implementación de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba.

Método Deductivo.- Mediante este método se analizó las situaciones particulares correspondientes a la actividad productiva, que ayudó a analizar toda la información proveniente de las encuestas y observación directa.

Método Analítico.- Este método ayudó a la interpretación de resultados obtenidos luego de aplicar las encuestas a familias del cantón Chaguarpamba respecto al consumo de pollo a la brasa.

TÉCNICAS

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se aplicó las siguientes técnicas.

La Observación Directa.- Esta técnica permitió evidenciar en forma directa el proceso de preparación de pollos a la brasa y las formas de servir a los clientes; cabe resaltar que esta observación se realizó en un restaurante de pollos a la brasa de la ciudad de Loja.

Recolección Bibliográfica.- Permitió recoger información teórica de libros, folletos, que ayudaron a estructurar el marco teórico que da soporte científico al presente trabajo investigativo.

La Encuesta.- Se aplicó a familias del cantón Chaguarpamba, para lo cual se elaboró previamente el cuestionario con un número de once preguntas básicas enfocadas a recolectar datos específicos necesarios para el presente trabajo investigativo.

MUESTRA

Nota: Cabe resaltar que el anteproyecto consta con datos de proyección de población diferentes a los de la presente tesis debido a datos erróneos existentes en la información que se obtuvo de una página publicada en internet. Por tal razón para el desarrollo de la presente tesis se investigó datos de población del cantón Chaguarpamba directamente en las oficinas del INEC Loja. En la presente tesis se adjuntó a anexos un fascículo del INEC 2001.

Para la proyección de la población del cantón Chaguarpamba se consideró los 7898 habitantes del VI Censo de población y quinto de Vivienda 2001; con una tasa de crecimiento poblacional del -2,0%.

CUADRO No 1
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN Y FAMILIAS
CANTÓN CHAGUARPAMBA

AÑOS	FÓRMULA	PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	PROYECCIÓN FAMILIAS
2001	7898	7898	
2002	$7898*(1+(-0,02))^1$	7740	1935
2003	$7898*(1+(-0,02))^2$	7585	1896
2004	$7898*(1+(-0,02))^3$	7434	1858
2005	$7898*(1+(-0,02))^4$	7285	1821
2006	$7898*(1+(-0,02))^5$	7139	1785
2007	$7898*(1+(-0,02))^6$	6996	1749
2008	$7898*(1+(-0,02))^7$	6856	1714
2009	$7898*(1+(-0,02))^8$	6719	1680
2010	$7898*(1+(-0,02))^9$	6585	1646

Fuente: Anexo: 23

Elaboración: La Autora

La población proyectada para el año 2010 es de 6585 habitantes.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Para el desarrollo del presente proyecto se lo realizó por familias. Se lo obtuvo dividiendo habitantes para miembros por familia que en este caso son 4.

$$n = \frac{N}{\text{Miembros} * \text{familia}}$$

$$n = \frac{6585}{4}$$

n = 1646 familias del cantón Chaguarpamba

Tamaño de la muestra

n = Tamaño de la muestra

N = Población o Universo

E = Error Experimental

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de Fracaso

Z = Nivel de Confianza

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 1646}{(0,05)^2(1645) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1580,82}{4,11 + 0,9604}$$

n = 312 Encuestas a familias del cantón Chaguarpamba

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Para la distribución muestral se tomó por sectores; sector Urbano y Rural del cantón Chaguarpamba.

Se aplicó 200 encuestas a familias del sector urbano y 112 encuestas a familias del sector rural como se lo demuestra en el siguiente cuadro: 2

CUADRO No 2
DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

SECTOR	POBLACIÓN	FAMILIAS	%	No FAMILIAS ENCUESTADAS
URBANO	806	202	12%	200
RURAL	5779	1445	88%	112
TOTAL	6585	1647	100%	312

Fuente: Anexo: 24

Elaboración: La Autora

PROCEDIMIENTOS

Se inició identificando el problema objeto de estudio en el cantón Chaguarpamba; y, con el fin de darle una alternativa de solución se elaboró un proyecto de factibilidad para la implementación de un Restaurante de pollos a la brasa. Luego de esto se aplicó una encuesta a 312 familias del cantón con el fin de recopilar información que ayudó al desarrollo de las fases del estudio de factibilidad. Luego se obtuvo información mediante fuentes bibliográficas que respalde científicamente el proceso de investigación. Finalmente se plantearon las conclusiones y recomendaciones.

EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

f. EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO

Para realizar el diagnóstico de mercado sobre consumo de pollos a la brasa se aplicó 312 encuestas como lo indica el desarrollo de la fórmula para el tamaño de la muestra, las mismas fueron aplicadas en la cabecera cantonal de Chaguarpamba en la feria libre del día domingo de cada semana donde se reúnen pobladores de todo el cantón y también en días en que funcionan las entidades públicas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS APLICADAS A 312 FAMILIAS DEL CANTON CHAGUARPAMBA

CUADRO No 3

PREGUNTA No 1: ACTIVIDAD U OCUPACIÓN QUE DESEMPEÑA

CONTENIDO	FRECUENCIA.	PORCENTAJE.
Empleado público	77	24,68
Empleado privado	22	7,05
Negocio propio	181	58,01
Otros	32	10,26
TOTAL	312	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

El 58,01% del total de familias encuestadas poseen negocio propio establecido en el cantón; mientras que el 24,68% son empleados públicos, laboran en diferentes instituciones como: BNF, Municipio, Colegios, entre otros; el 7,05% manifiestan que son empleados privados, trabajan en almacenes, restaurantes, entre otros; y, el 10,26% restante se dedican a otras labores independientes y temporales.

CUADRO No 4

PREGUNTA No 2: CONSUMO DE POLLO

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	293	93,91
NO	19	6,09
TOTAL	312	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

De las 312 familias encuestadas; el 93,91% manifiestan que si consumen pollo; en cambio el 6,09% que equivale a 19 familias no consumen pollo por diversas razones en especial manifiestan que es por problemas de salud.

CUADRO No 5

PREGUNTA No 3. CONSUMO DE POLLO A LA BRASA

CONTENIDO	FRECUENCIA.	PORCENTAJE.
SÍ	166	56,66
NO	127	43,34
TOTAL	293	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

Nota: La pregunta No 3 se aplicó a las familias que responden SI en la pregunta No 2.

El 56,66% de familias encuestadas manifiestan que si consumen pollo a la brasa, pero lo llevan de otras partes, ya que no existe en el cantón Chaguarpamba; mientras que el 43,34% manifiestan que no consumen pollo a la brasa por cuanto manifiestan que no les agrada.

CUADRO No 6

PREGUNTA No 4. FUTUROS CLIENTES DEL RESTAURANTE DE POLLOS A LA BRASA A IMPLEMENTARSE EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA.

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	157	94,58
NO	9	5,42
TOTAL	166	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

Nota: La pregunta No 4 se aplicó a las familias que respondieron Si en la pregunta No 3. El 94,58% de las familias encuestadas manifiestan que al implementarse un restaurante de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba si consumirían; sin embargo el 5,42% no asistirían a dicho restaurante a consumir pollo a la brasa.

CUADRO No 7

PREGUNTA No 5. CANTIDAD DE POLLO A LA BRASA QUE CONSUMIRÁ AL MES

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una presa de pollo a la brasa	8	5,10
Un cuarto de pollo a la brasa	78	49,68
Medio pollo a la brasa	59	37,58
Un pollo a la brasa	12	7,64
TOTAL	157	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

Nota: La pregunta No 5 se aplicó a las familias que contestaron SI en la pregunta No 4.

De las 157 familias que asistirán a consumir pollo a la brasa; el 49,68% consumirá un cuarto de pollo a la brasa; el 37,58% consumirá medio pollo a la brasa; el 7,64% consumirá un pollo a la brasa; y el 5,10% consumirá una presa de pollo a la brasa al mes.

CONSUMO PROMEDIO DE POLLO A LA BRASA

Para obtener el consumo promedio anual se procedió de la siguiente forma:

1. **Consumo mensual total:** Se transforma presas, cuartos y medios pollos a pollos enteros y se suma el total obteniendo así:

CUADRO No 8
CONSUMO MENSUAL TOTAL

CONTENIDO	POLLOS
8 presas	1
81 cuartos	20
62 medios	31
15 pollos	15
TOTAL	67

Fuente: Cuadro: 7
Elaboración: La Autora

2. **Consumo promedio mensual por familia:** Se divide el consumo total para el número de familias encuestadas que si consumirán en el restaurante de pollos a la brasa a implementarse en el cantón Chaguarpamba.
3. **Consumo promedio anual por familia:** Se multiplica el consumo mensual de familia por 12 que corresponden a los meses del año.

CUADRO No 9
CONSUMO PROMEDIO DE POLLO A LA BRASA DEL RESTAURANTE A
IMPLEMENTARSE EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA

No Familias	Consumo Mensual Total	Consumo Promedio Mensual	Consumo Promedio Anual
157	67	0,4	5

Fuente: Cuadros: 6, 8
Elaboración: La Autora

Según el cuadro No 9 se puede determinar que el promedio de consumo anual es de: 5 pollos por familias.

CUADRO No 10

PREGUNTA No 6. LUGAR DONDE CONSUME POLLO A LA BRASA

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurantes del cantón	0	0,00
Otra ciudad	166	100,00
TOTAL	166	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

Nota: La pregunta No 6 se aplicó a las familias que en la pregunta No 3 respondieron que SI.

El 100% de las familias encuestadas manifiestan que consumen pollo a la brasa en otras ciudades debido a que los restaurantes del cantón no ofrecen este producto.

CUADRO No 11

PREGUNTA No 7. CALIDAD DEL PRODUCTO

CONTENIDO	FREC.	PORCENT.
Excelente	55	33,13
Buena	111	66,87
Regular	0	0,00
Mala	0	0,00
TOTAL	166	100

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

Nota: La pregunta No 7 se aplicó a las familias que en la pregunta No 3 respondieron que SI.

De las 166 familias que consumen pollo a la brasa el 66,87% responde que el producto que consume es de buena calidad; y el 33,13% responden que el producto que consumen es de excelente calidad. Como lo demuestra el cuadro ningún encuestado nos dice que la calidad es mala o regular pues es obvio que si se va a consumir algún producto siempre buscamos que sea de buena calidad.

PREGUNTA No 8. SUGERENCIAS DE PRODUCTOS ADICIONALES Y SERVICIO AL RESTAURANTE A IMPLEMENTARSE DE POLLOS A LA BRASA.

Las 157 familias que desean consumir en el restaurante a implementarse en el cantón Chaguarpamba sugirieron que ofrezca además de pollo a la brasa; refresco, jugos, hamburguesas, salchipapas, cecinas, guatita, desayunos, almuerzos, meriendas, tamales, humas, horchata, promociones frecuentes y que ofrezca servicio a domicilio.

CUADRO No 12

PREGUNTA No 9. UBICACIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLOS A LA BRASA DENTRO DE LA CABECERA CANTONAL DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA.

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frente al BNF	78	49,68
Cector la Alborada	42	26,75
Cerca a la Policía Nacional	37	23,57
TOTAL	157	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

Nota: La pregunta No 9 se aplicó a las 157 familias que responden SI en la pregunta No 4.

El 49,68% de las 157 familias que consumirán pollo a la brasa en el restaurante a implementarse en el cantón Chaguarpamba, manifiestan que el restaurante de pollos a la brasa se ubique frente al Banco Nacional de Fomento; mientras que 47 familias que representan un 23,57% contestan que este se ubique cerca a la Policía Nacional; y el 26,75% contestan que el restaurante se ubique en el sector La Alborada.

CUADRO No 13

PREGUNTA No 10. MEDIO DE COMUNICACIÓN Y PROGRAMA DE MAYOR SINTONÍA EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA.

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	275	88,14
Periódico	12	3,85
Televisión	25	8,01
TOTAL	312	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

Nota: La pregunta No 10 se la aplicó a las 312 familias encuestadas.

El 88,14% de familias encuestadas prefieren escuchar la radio; la televisión tiene un 8,1% de aceptación y finalmente el periódico con un 4,51% de aceptación.

En los cuadros No 13.1; 13.2 y 13.3 consta el programa de mayor preferencia dentro de cada medio de comunicación.

**CUADRO No 13.1.
PROGRAMA DE RADIO**

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Música	180	65,45
Noticias	67	24,36
Entretenimiento	28	10,18
TOTAL	275	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

En la radio; la música tiene un 65,45% de preferencia; las noticias tienen un 24,36% de aceptación y programas de entretenimiento un 10,18% de aceptación en las familias encuestadas del cantón Chaguarpamba.

**CUADRO No 13.2
SECCIÓN DEL PERIÓDICO**

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Clasificados	5	41,67
Noticias	7	58,33
TOTAL	12	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora.

El periódico tiene secciones preferidas por la comunidad que son: clasificados con un 35,29% y noticias con el 64,71% de aceptación.

**CUADRO No 13.3
PROGRAMA DE LA TELEVISIÓN**

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Noticias	17	68,00
Música	5	20,00
Entretenimiento	3	12,00
TOTAL	25	100,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: La Autora

Dentro del medio de comunicación televisivo tenemos: noticias con un 68,00% de preferencia; música con un 20,00% de aceptación y programas de entretenimiento con un 12%.

CUADRO No 14

PREGUNTA No 11. PRECIO QUE PAGARÍA POR POLLO A LA BRASA

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$12 a \$14	94	59,87
De \$14 a \$16	63	40,13
TOTAL	157	100,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: La Autora

De las 157 familias que consumirán pollo a la brasa en el restaurante a implementarse en el cantón Chaguarpamba; el 59,87% está de acuerdo en pagar entre \$12 a \$14 por cada pollo a la brasa; mientras que el 40,13% pagaría entre \$14 a \$16 por cada pollo a la brasa.

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial en el proyecto está contemplada por todas las personas hombres, mujeres y niños del cantón que consumen pollo.

Con el fin de determinar la demanda potencial del producto; se ha tomado toda la población del cantón Chaguarpamba proyectada para el año 2010 que es de 6585 habitantes segmentada por familias dando un número de 1646; por el porcentaje de familias que según las encuestas responden que si consumen pollo.

CUADRO No 15

DEMANDA POTENCIAL

FAMILIAS DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA	% DE ENCUESTADOS QUE CONSUMEN POLLO	DEMANDA POTENCIAL
1646	93,91	1546

Fuente: Cuadros: 1,4.

Elaboración: La Autora

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Para proyectar la demanda potencial se multiplica el número de familias proyectadas para los años de vida del proyecto por el porcentaje de familias que consumen pollo.

CUADRO No 16
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	POBLACION POR FAMILIAS PROYECTADA	DEMANDA POTENCIAL %93,91
2010	1646	1546
2011	1613	1515
2012	1581	1485
2013	1549	1455
2014	1518	1426

Fuente: TCP. INEC, Cuadros: 1, 4.
Elaboración: La Autora

DEMANDA ACTUAL O REAL

Para determinar la demanda actual se consideró la demanda potencial, por el porcentaje de familias que consumen pollo a la brasa.

CUADRO No 17
DEMANDA ACTUAL PROYECTADA

AÑOS	Demanda Potencial	% personas que consumen pollo a la brasa 56,66
2010	1546	876
2011	1515	858
2012	1485	841
2013	1455	824
2014	1426	808

Fuente: INEC, Cuadros: 5,16.
Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

La demanda efectiva está comprendida entre: la demanda real por el porcentaje de familias que asistirán a consumir en el restaurante a implementarse en el cantón Chaguarpamba y este resultado por el consumo promedio anual; lo cual nos dará un resultado que viene a ser la demanda efectiva.

CUADRO No 18
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	Demanda Actual	% Familias que consumirán pollo a la brasa en el restaurante a implementarse 94,58%	Consumo Promedio Anual	Demanda Efectiva Anual De Pollos
2010	876	829	5	4143
2011	858	811	5	4057
2012	841	795	5	3977
2013	824	779	5	3897
2014	808	764	5	3821

Fuente: TCP. INEC, Cuadros: 6, 9,17.
Elaboración: La Autora.

ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

OFERTA

La oferta puede definirse como la cantidad de productos o servicios que los oferentes están dispuestos a ofrecer en el mercado local a un determinado precio. A los oferentes un alto precio les significa un incentivo para ofrecer y vender más ese bien, es decir a mayor incremento en el precio, mayor será la rentabilidad.

La oferta es muy importante dentro del estudio de mercado, porque permite identificar los productos servicios similares a lo que ofrezca la nueva empresa.

En el cantón Chaguarpamba no existe un restaurante que ofrezca pollo a la brasa, por lo tanto tenemos oferta cero por lo que se ha creído conveniente realizar un proyecto de esta naturaleza en dicho cantón.

DEMANDA INSATISFECHA.

La demanda insatisfecha de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba constituye la misma demanda efectiva debido a que no existe un local de venta de este tipo de productos que se propone en el proyecto.

CUADRO No 19
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMNADA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	4143	0	4143
2011	4057	0	4057
2012	3977	0	3977
2013	3897	0	3897
2014	3821	0	3821

Fuente: TCP. INEC, Cuadro: 18
Elaboración: La Autora

ESTRATEGIA COMERCIAL

PLAZA

Se la puede definir como el lugar que se realizan transacciones donde se encuentran el oferente y demandante de uno o varios productos o servicios que se hallan disponibles a un determinado precio en un determinado momento.

Por ello se puede decir que cuando un producto está en el mercado, tiene un lugar determinado donde los demandantes recurren a adquirirlo para suplir su necesidad. En el caso del presente proyecto esta se efectuará dentro de la parroquia urbana del cantón Chaguarpamba; el canal de comercialización que el restaurante de pollos a la brasa utilizará será: productor y consumidor.

GRÁFICO No 1.
ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN



PRECIO

Se lo define como la cantidad monetaria a que el productor está dispuesto a vender y el consumidor a comprar un bien o servicio. Para determinar el precio del producto que ofrecerá el restaurante de pollos a la brasa se han tomado en cuenta los costos de implementación, considerando también la capacidad económica del consumidor.

Detalle de precios.

La presa de pollo tendrá un precio de 2,38 dólares

El cuarto de pollo tendrá un precio de 4 dólares

El medio pollo tendrá un precio de 8 dólares y

El pollo entero tendrá un precio de 16,38 dólares

PRODUCTO

El producto que el restaurante ofrecerá a toda la población del cantón Chaguarpamba es: POLLO A LA BRASA; sus productos complementarios serán: consomé, arroz, papas fritas, ensalada, salsa de tomate, mayonesa y ají. El pollo será vendido en: presas, cuartos, medios y pollos enteros. El producto cumplirá todas las necesidades alimentarias y de higiene que el ser humano requiere propiciando de esta manera una alimentación sana y de calidad.

GRÁFICO No 2.
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

PROMOCIÓN

Se la puede definir como el conjunto de estrategias de mercado, encaminadas a estimular y motivar al consumidor a adquirir un producto o servicio y con esto ayudar a aumentar la rentabilidad de la empresa.

En el presente proyecto se utilizarán algunas promociones: rebajas o descuentos por fechas especiales, por grupos de personas entre otros; siempre y cuando representen una rentabilidad para la empresa.

PUBLICIDAD

Es la utilización de los medios de comunicación por parte de una empresa o persona que desea dar a conocer un producto o servicio incentivando y motivando al consumidor a adquirirlo; por lo que se deberá pagar una cierta cantidad de dinero a quienes realicen esta actividad publicitaria.

El restaurante de pollos a la brasa pasará sus cuñas publicitarias a través de las radio emisoras en sus segmentos de música y noticias; que tienen mayor preferencia y sintonía en el cantón Chaguarpamba. Según un breve sondeo que se realizó tienen mayor sintonía la Radio "Fuego" y Radio "Canela".

Además dará a conocer su producto mediante hojas volantes que contendrán lo siguiente:

**GRÁFICO No 3.
HOJA VOLANTE**

RESTAURANTE

POLLITO MIO A LA BRASA

*Abre sus puertas a la ciudadanía para brindar
el mejor alimento nutricional para Ud. y su familia*

OFRECE:

POLLO A LA BRASA

En octavos, cuartos, medios y enteros

Atención de 8 o de la mañana a 4 de la tarde de lunes a domingo

Dirección: Calle envolvente y 10 de agosto,
frente al Banco Nacional de Fomento.

Chaguarpamba – Loja - Ecuador

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora

**CUADRO No 20
PUBLICIDAD**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	AÑO 1
Cuñas de Radio	360	\$ 2,40	\$ 864,00
Hajas valantes	1000	\$ 0,02	\$ 20,00
TOTAL			\$ 884,00

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene por objeto determinar recursos que se utilizarán en el proceso productivo, este analiza datos del estudio de mercado, en especial para determinar el componente tecnológico.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño de la empresa se lo define de acuerdo a la capacidad de producción durante la vida útil del proyecto que son cinco años. De igual forma lo que se decida y adopte sobre el tamaño estimará los ingresos de la venta de pollos a la brasa. Pero básicamente la

determinación del tamaño del proyecto radica expresamente tanto en la demanda que se proyecta a futuro así como los recursos disponibles.

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por la máxima capacidad de producción que alcanzaría el componente tecnológico dentro de un período; determinado de acuerdo a la demanda a cubrir dentro del periodo de vida de la empresa.

La capacidad instalada del restaurante de pollos a la brasa está dada de acuerdo a su infraestructura, maquinaria y equipos, está dada principalmente por el horno de asar pollos, el cual tiene una capacidad de 6 pollos los cuales llevan un tiempo de asado de 1 hora, es decir trabajando el horno 3 horas diarias se podría asar 18 pollos. En el año normalmente se labora 360 días, por lo tanto se tendría una capacidad de producción de 6480 en el año.

**CUADRO No 21
DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

DENOMINACIÓN	CAPACIDAD DEL HORNO POR DÍA	DÍAS LABORABLES EN EL AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE
Pollos Hornados	18	360	6480	100%

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La Autora.

CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada del restaurante de pollos a la brasa se da en condiciones normales de trabajo de acuerdo a la demanda que desee cubrir; en este caso se considerará la demanda efectiva.

**CUADRO No 22
DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD UTILIZADA
2010	4143	6480	63,94
2011	4057	6480	62,61
2012	3977	6480	61,37
2013	3897	6480	60,14
2014	3821	6480	58,97

Fuente: Cuadros: 18, 21.

Elaboración: La Autora

PROCESO DE PRODUCCIÓN

LA ELABORACIÓN DEL POLLO A LA BRASA TIENE EL SIGUIENTE PROCESO:

1. ADQUISICIÓN DEL POLLO FAENADO

Le entregan al restaurante, el paso primero que se da es pesar el pollo que tenga no menos de cuatro libras y media, para que al momento de ser horneado pierda el peso suficiente en agua y grasa y nos quede con un peso promedio de cuatro libras y apto para el consumo humano.

2. ALINEADO

Se pasa a cada pollo por un recipiente con aliño previamente preparado que es el que da el sabor necesario y preferido por todas las personas que lo consumen.

3. CONTROL DE CALIDAD

Se debe controlar que esté con el aliño suficiente para que tenga el gusto y sabor exacto; porque con este paso queda listo para ser llevado al horno.

4. PRENSADO POLLO

En cada vara de hierro que tiene el horno se procede a pasar o introducir los pollos de uno en uno asegurando bien a cada uno de modo que no se destruya al momento de dar la vuelta sobre el fuego.

5. ENCENDIDO DEL HORNO

Se deberá depositar la cantidad necesaria de carbón en el horno; luego quemar hasta un punto promedio apto para poner las varillas de pollo prensado.

6. HORNADO

Luego serán llevados al horno en forma alternada conforme hayan sido prensados, en donde estarán el tiempo de 1 hora.

7. CONTROL DE CALIDAD

Se debe controlar cada uno de los pollos horneados y si alguno a sufrido alguna variación en la calidad o peso no será expendido.

8. ALMACENAMIENTO

Se lo almacenará en una térmica eléctrica la cual le mantendrá y prestará el calor necesario hasta el momento de ser expendido.

GRÁFICO No 4.
FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA EL “POLLO A LA BRASA”
 (Cantidad: 6 pollos)



NOTA: Se ha creído conveniente detallar a continuación el proceso productivo de los productos complementarios del pollo a la brasa.

LA PREPARACIÓN DEL CONSOMÉ LLEVA EL SIGUIENTE PROCESO:

1. ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA

Se deben comprar las legumbres y menudencia diariamente en el mercado local, con el fin de que sea fresco. El arroz y especerías se pueden comprar para un tiempo determinado.

2. CONTROL DE CALIDAD

Se deben controlar todos los ingredientes antes de ser adquiridos para no tener ningún inconveniente al momento de preparar el consomé.

3. TRANSPORTE

La materia prima debe ser transportada desde los sitios de abasto hasta el restaurante.

4. ELABORACIÓN DEL CONSOMÉ

Se pone todos los ingredientes con una medida determinada; se hace hervir primeramente la menudencia y luego se añade el arroz, arveja, zanahoria, y las especerías necesarias se sigue haciendo hervir hasta que todo tenga su estado exacto para el consumo.

5. CONTROL DE CALIDAD

La forma de ver aquí la calidad es degustando el consomé que esté con el sabor necesario.

6. ALMACENAMIENTO

Debe estar en el recipiente que se lo prepara y de este se saca a otro recipiente de modo que todo el consomé no sea revuelto a cada instante y así no pierda su textura.

GRÁFICO No 5.

FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA EL “CONSOMÉ”

(Cantidad: 2 lb de legumbres, 3 lb menudencia, 1 lb arroz, 5 onz. de especerías.)



LA PREPARACIÓN DEL “ARROZ” TIENE EL SIGUIENTE PROCESO

1. ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA

Se lo adquiere de las tiendas de abasto del sector, previamente seleccionado.

2. TRANSPORTE

Se lo transportará hasta el restaurante

3. CONTROL DE CALIDAD

Se debe controlar que todo el producto este en buenas condiciones de calidad e higiene.

4. PREPARACIÓN

Con medidas determinadas se pondrá el agua en una olla, luego que haya hervido se añadirá el arroz y las especerías necesarias para que den el sabor requerido.

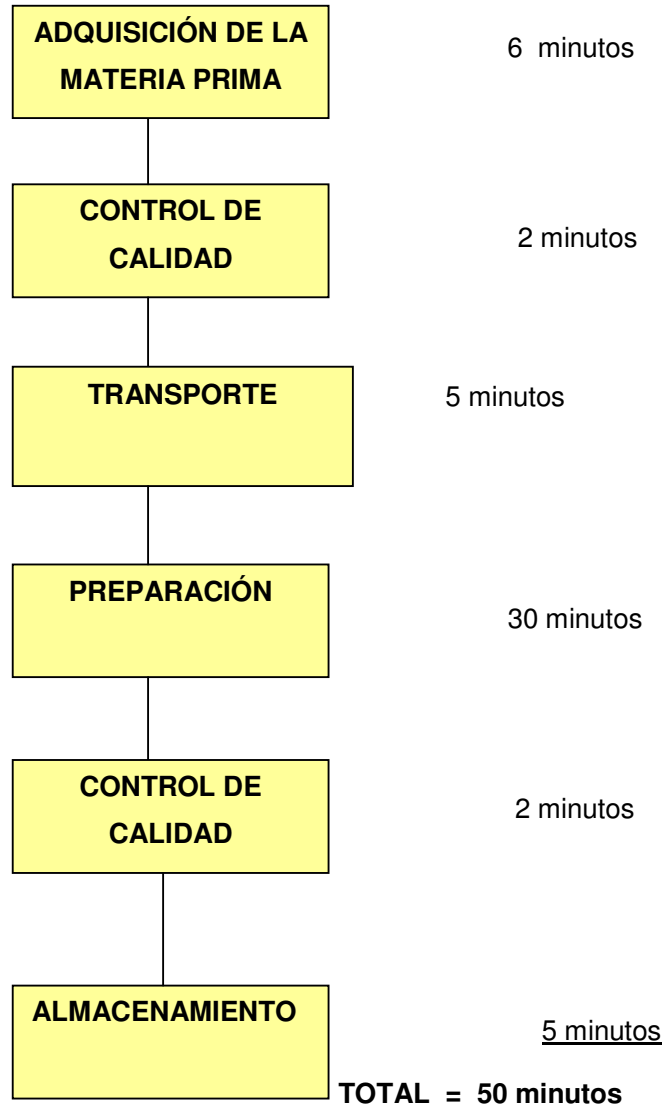
5. CONTROL DE CALIDAD

Se debe controlar que este llegue a un término especial de cocción para que obtenga un buen sabor y calidad.

6. ALMACENAMIENTO

Quedará en la misma olla de cocción hasta ser expendido.

GRÁFICO No 6.
FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA EL “ARROZ”
(Cantidad:4 lb de arroz, 3 onz. de especerías.)



PARA LA PREPARACIÓN DE LAS PAPAS FRITAS SE SIGUE EL SIGUIENTE PROCESO.

Nota.- Las papas se fríen en cantidades necesarias de acuerdo a la venta de pollo a la brasa.

1. ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA

Igual que el pollo entregan los distribuidores directamente al restaurante.

2. CONTROL DE CALIDAD

Se adquirirá papa de buena calidad y que no sea muy pequeña.

3. PELADO DE LA PAPA

Se lo hará en la peladora eléctrica

4. CONTROL DE CALIDAD

Luego de pelar la papa esta será seleccionada, porque por lo general algunas quedan en mal estado.

5. PICADO DE LA PAPA

Se la picará en una picadora de mano

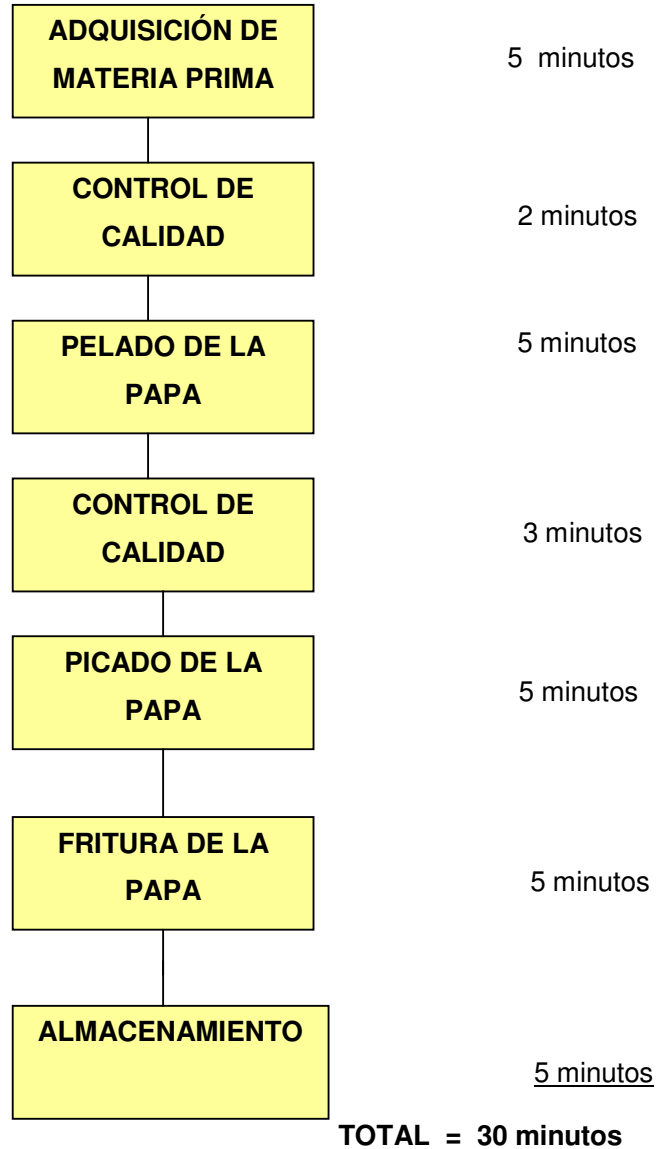
6. FRITURA DE LA PAPA

Se la freirá en una freidora a gas

7. ALMACENAMIENTO

Se almacenará en una térmica eléctrica.

GRÁFICO No 7.
FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA LA “PAPA FRITA”
(Cantidad: 6 lb de papa.)



LOCALIZACION DE LA EMPRESA

De la localización precisa de un proyecto consiste o depende a que la empresa logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital invertido, adquiriendo el sitio exacto donde se implementará el restaurante de pollos a la brasa; independientemente de esto existen dos etapas que se deben utilizar necesariamente que son: la macro localización y la micro localización en la cual consta el sitio definitivo de la planta.

Para la localización del restaurante de pollos a la brasa se ha considerado algunos factores favorables que posee el cantón de los cuales puedo indicar los siguientes:

- Disponibilidad de servicios básicos
- Fuentes de abastecimiento cercanas de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra
- Cercanía al mercado
- Medios de transporte.

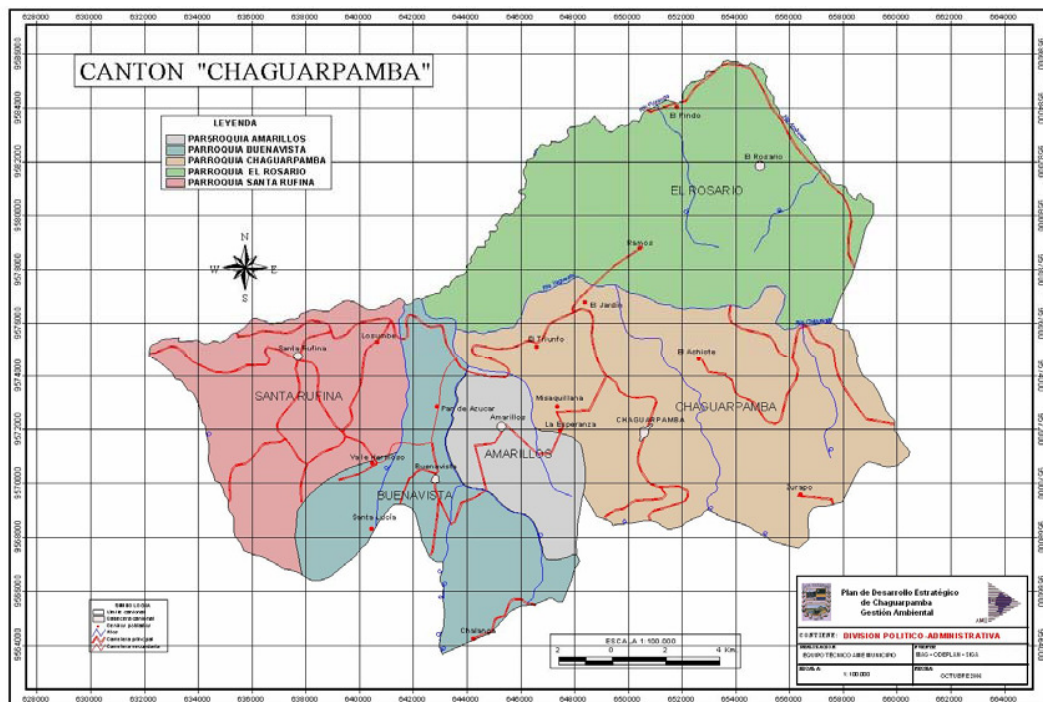
A continuación se detalla la macro y micro localización de la planta.

JUSTIFICACIÓN DE LA MACROLOCALIZACIÓN

La macro localización hace referencia al lugar geográfico en una determinada provincia o cantón donde se desarrolla la empresa.

El proyecto se fijará en el centro de La Parroquia y cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

GRÁFICO No 8
MACROLOCALIZACIÓN
DEL RESTAURANTE DE POLLOS A LA BRASA



Fuente: Municipio de Chaguarpamba

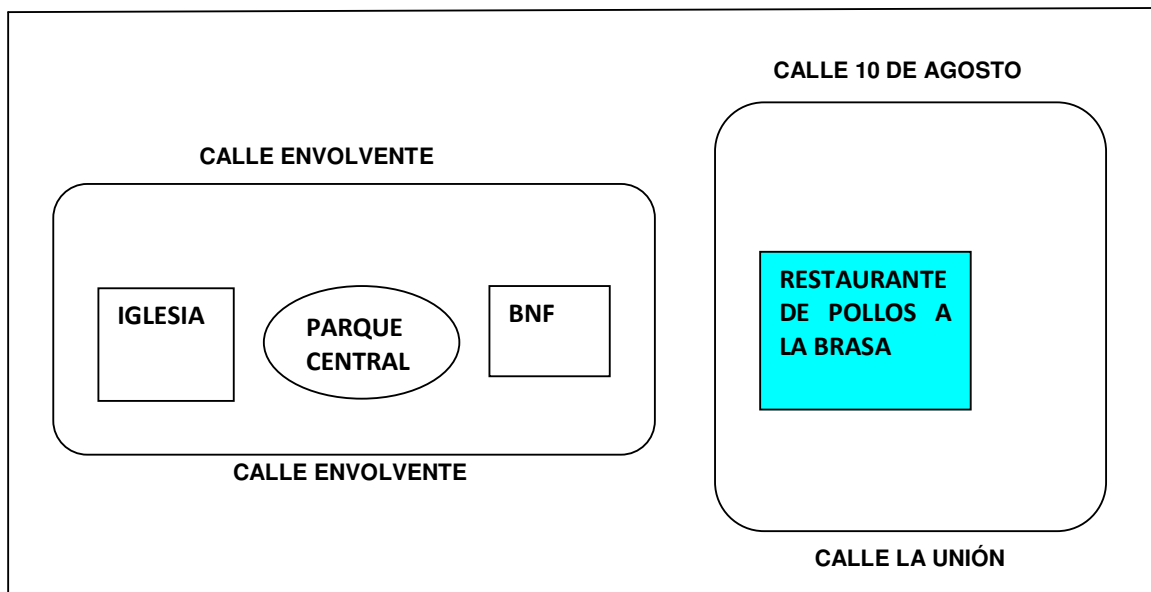
Elaborado por: Plan de Desarrollo Estratégico de Chaguarpamba, Gestión Ambiental.

JUSTIFICACIÓN DE LA MICROLOCALIZACIÓN

La microlocalización es el lugar exacto y definitivo donde se va a instalar el Restaurante, en este caso será en el centro de la cabecera cantonal de Chaguarpamba en la calles: Envolve entre 10 de Agosto y Unión; frente al Banco Nacional de Fomento sucursal Chaguarpamba, en el sector existen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, teléfono, alcantarillado, servicio de recolección de basura diario, calle asfaltada.

El restaurante de pollos a la brasa tendrá una ubicación preferencial, a pocos pasos de la iglesia y parque central, frente al Banco Nacional de Fomento se puede añadir algo importante que en dicho cantón es propicio, necesario o conveniente invertir en un proyecto de esta naturaleza por cuanto no existe otra empresa de este tipo y en este sector existen las mejores condiciones de funcionamiento tanto económico como físico.

GRÁFICO No 9
MICROLOCALIZACIÓN
DEL RESTAURANTE DE POLLOS A LA BRASA

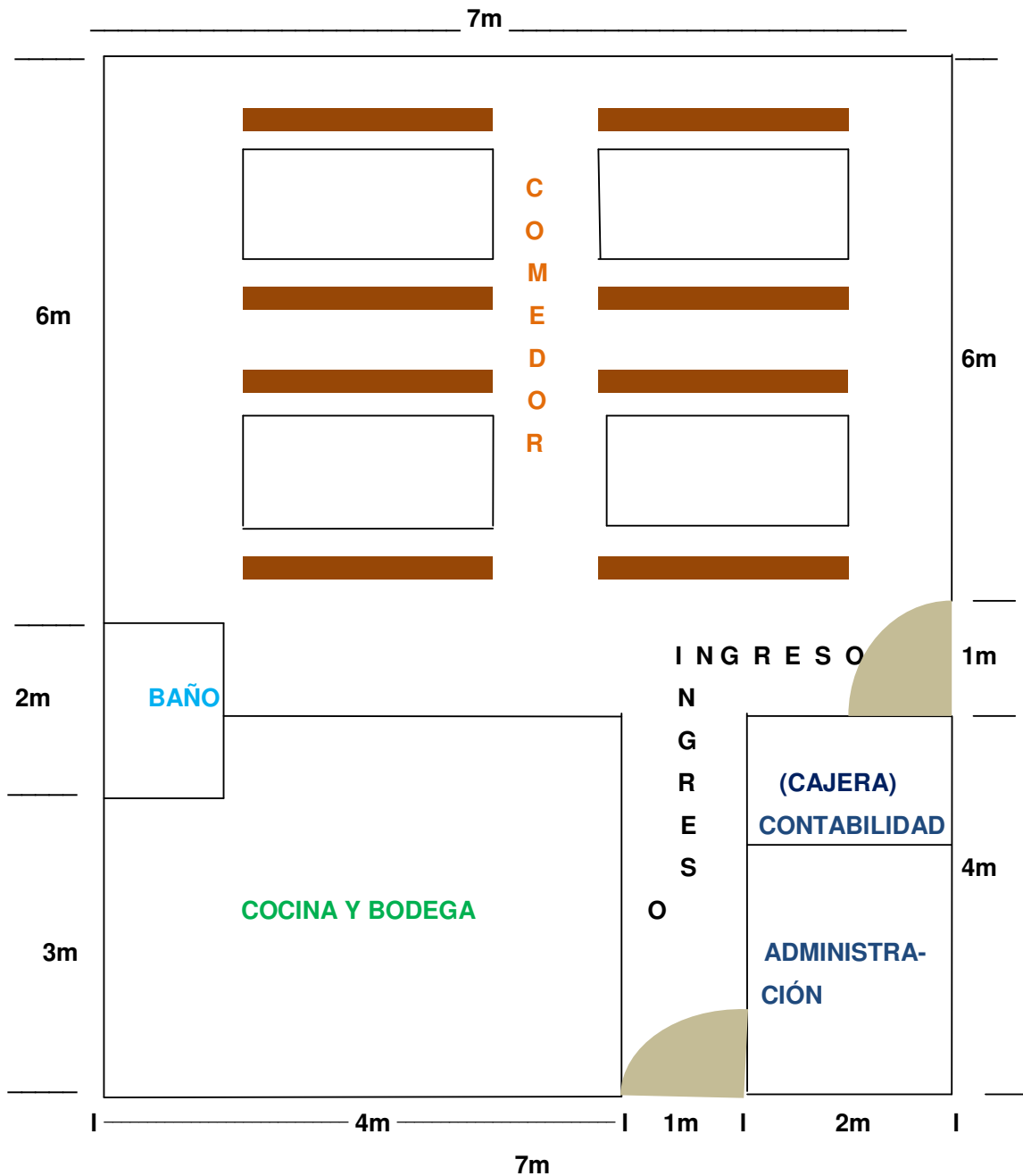


DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA

Esta distribución permite registrar todas las áreas necesarias para la implementación del restaurante de pollos a la brasa el mismo que tiene un área de 77m^2 ; con 7m de ancho por 11 metros de largo; estará conformado por: un comedor con un área de 48m^2 , constará de 4 mesas de madera de 3 piezas cada una; cocina y bodega de

almacenamiento de materia prima con un área de 15m² ; administración y contabilidad con un área de 12m² y baño con un área de 2m².

GRÁFICO No 10
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA
RESTAURANTE DE POLLOS A LA BRASA



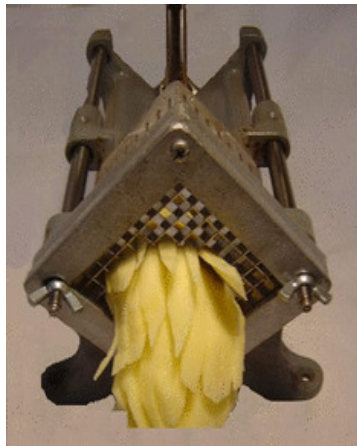
REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

La maquinaria, equipos y herramientas a utilizar para la implementación del proyecto son:

**GRÁFICO No 11.
PELADORA DE PAPA**



**GRÁFICO No 12.
PICADORA DE PAPA**



**GRÁFICO No 13.
HORNO ELÉCTRICO A CARBÓN**



**GRÁFICO No 14.
REFRIGERADOR**



**GRÁFICO No 15.
COCINA INDUSTRIAL**



**GRÁFICO No 16.
LICUADORA**



**GRÁFICO No 17.
FREIDORA DE PAPA**

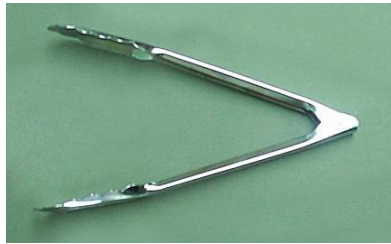


**GRÁFICO No 18.
TÉRMICA**



Herramientas

**GRÁFICO No 19.
PINZA**



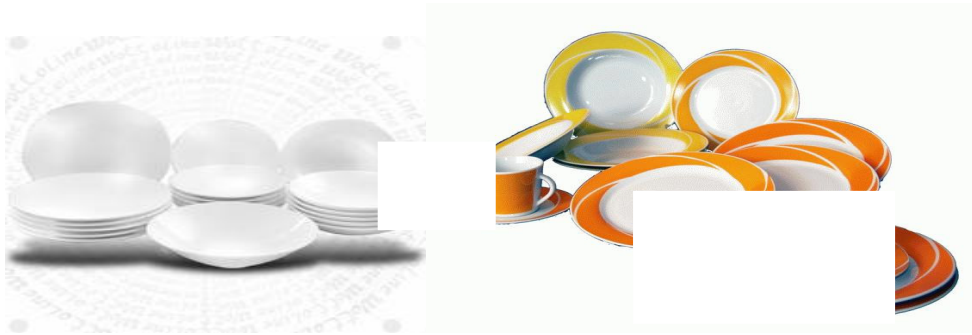
**GRÁFICO No 20.
CUCHILLO**



**GRÁFICO No 21.
CHAROL**



GRÁFICO No 22.
VAJILLA



ESTUDIO ECONÓMICO

INVERSIÓN DEL PROYECTO

INVERSIONES EN ACTIVO FIJO

Con el presente estudio se determina el monto del capital requerido para la implementación del restaurante de pollos a la brasa, también se determina las fuentes de financiamiento para la inversión.

Las inversiones nos permiten cuantificar los activos que requiere el proyecto para la transformación de insumos y determinación del monto del capital de operación necesario para el funcionamiento del proyecto después de su implementación.

INSTALACIONES

Para poner en funcionamiento el restaurante de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba, se adecuará el local arrendado de acuerdo a los requerimientos necesarios para que el restaurante inicie su etapa productiva correctamente brindando así un ambiente agradable, de acuerdo a los requerimientos del cliente para que sienta la comodidad de comer como en su casa.

CUADRO No 23
INSTALACIONES

DENOMINACIÓN	VALOR UNIT.	TOTAL
Adecuación del local	\$ 1.500	\$ 1.500
Instalaciones eléctricas	\$ 500	\$ 500
TOTAL		\$ 2.000

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La Autora

MAQUINARIA Y EQUIPOS

El restaurante de pollos a la brasa dispondrá de la siguiente maquinaria y equipo:
Peladora de papas, Picadora de papas, térmica, freidora industrial, horno eléctrico

CUADRO No 24
MAQUINARIA Y EQUIPO

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Peladora de papa	1	\$ 230	\$ 230
Picadora de papa	1	\$ 22	\$ 22
Térmica	2	\$ 180	\$ 360
Freidora Industrial	1	\$ 160	\$ 160
Horno eléctrico	1	\$ 710	\$ 710
TOTAL			\$ 1.482

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

EQUIPO DE COCINA

El restaurante de pollos a la brasa contará con el siguiente equipo de cocina: cocina industrial, licuadora, refrigerador, ollas, recipientes plásticos, mesa de madera cubierta con material de acero inoxidable.

CUADRO No 25
EQUIPO DE COCINA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Cocina industrial	1	\$ 170	\$ 170,00
Mesa	1	\$ 100	\$ 100,00
Licuadora	1	\$ 80	\$ 80,00
Refrigerador	1	\$ 980	\$ 980,00
Ollas	5	\$ 25	\$ 125,00
Recipientes plásticos	5	\$ 7	\$ 35,00
TOTAL			\$ 1.490,00

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES

El Área administrativa estará conformada por: escritorio, sillas giratorias, archivador, además mesas y sillas para el funcionamiento del restaurante.

CUADRO No 26
MUEBLES Y ENSERES

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Escritorio	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Sillas giratorias	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Archivador	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Mobiliario 4 x 3 unidades	4	\$ 160,00	\$ 640,00
TOTAL			\$ 1.020,00

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

EQUIPO DE OFICINA

Estará conformado de: teléfono, reloj de pared, grapadora, televisor, porta papeles, perforadora, caja registradora.

CUADRO No 27
EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Teléfono	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Reloj de pared	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Grapadora	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Televisor	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Porta papeles	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Perforadora	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Caja registradora	1	\$ 980,00	\$ 980,00
TOTAL			\$ 1.317,00

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Estará conformado por una computadora e, impresora.

CUADRO No 28
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Computadora	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Impresora	1	\$ 185,00	\$ 185,00
TOTAL			\$ 1.185,00

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

ÚTILES DE COCINA

Serán necesarios los siguientes útiles de cocina: Cubiertos, consomeras, platos tendidos, porta vajilla, cucharas grandes, cuchillos, vasos, tenazas, charoles de acero inoxidable.

CUADRO No 29
ÚTILES DE COCINA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
Cubiertos	90	\$ 8,00	\$ 720,00
Consomeras	30	\$ 0,70	\$ 21,00
Platos tendidos	30	\$ 1,25	\$ 37,50
Porta vajilla	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Cucharas grandes	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Cuchillos	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Vasos	30	\$ 0,50	\$ 15,00
Tenazas	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Charoles de acero inoxidable	3	\$ 7,00	\$ 21,00
TOTAL			\$ 883,00

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

ACTIVOS DIFERIDOS

En los activos diferidos están comprendidos los montos de costos realizados durante la elaboración del proyecto y su etapa de implementación, previo a entrar en operación.

CUADRO No 30
ACTIVOS DIFERIDOS

DENOMINACIÓN	TOTAL
Proyecto de inversión	\$ 1.200,00
Estudio preliminar	\$ 200,00
Permisos:	\$ 100,00
SRI	
Municipio	
Bomberos	
Movilización	\$ 400,00
TOTAL	\$ 1.900,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La Autora.

CAPITAL DE TRABAJO

Es el monto necesario para iniciar el funcionamiento de una empresa, puesto que se debe invertir en pago de mano de obra, adquisición de materia prima entre otros antes de haber recibido ingresos.

CUADRO No 31
CAPITAL DE TRABAJO

DENOMINACIÓN	MENSUAL	ANUAL
Materia prima directa	\$ 1.607,11	\$ 19.285,30
Materia prima indirecta	\$ 156,24	\$ 1.874,90
Mano de obra directa	\$ 614,66	\$ 7.375,87
Mano de obra indirecta	\$ 307,33	\$ 3.687,94
Materiales indirectos	\$ 145,35	\$ 1.744,25
Servicios básicos	\$ 289,50	\$ 3.474,00
Útiles de oficina	\$ 5,88	\$ 70,50
Útiles de aseo	\$ 23,25	\$ 279,00
Sueldo del personal Administrativo	\$ 755,52	\$ 9.066,18
Reparacion y mantenimiento	\$ 4,17	\$ 50,04
Arriendo	\$ 60,00	\$ 720,00
Combustible	\$ 637,50	\$ 7.650,00
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.606,50	\$ 55.277,98

Fuente: Anexos: 3, 4, 6, 7, 9, 10, 12, 14, 17, 18, 21, 22.

Elaboración: La Autora.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN PREVISTA

En el siguiente cuadro se detalla el monto de las inversiones para su período de instalación, estableciendo la inversión inicial tomando en cuenta activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, necesarios para ejecutar un proyecto.

CUADRO No 32
RESUMEN DE LA INVERSIÓN

DENOMINACIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
A. ACTIVO CIRCULANTE		
Capital de trabajo	4606,50	
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE		4606,50
B. ACTIVO FIJO		
Instalaciones	2000,00	
Maquinaria y Equipo	1482,00	
Equipo de Cocina	1490,00	
Muebles y Enseres	1020,00	
Equipo de Oficina	1317,00	
Equipo de Computación	1185,00	
Utiles de Cocina	883,00	
TOTAL ACTIVO FIJO		9377,00
C. ACTIVO DIFERIDO	1900,00	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO		1900,00
TOTAL: DE LA INVERSION		15883,50

Fuente: Cuadros: 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31.

Elaboración: La Autora.

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Son las posibles fuentes de financiamiento a las que se puede recurrir para cumplir las necesidades financieras del proyecto a ejecutarse. Existen dos tipos de financiamiento: Propio y Ajeno.

FINANCIAMIENTO PROPIO

Constituye en el capital que aporta el propietario o socios según el caso con la finalidad de obtener utilidades.

El restaurante de pollos a la brasa dispondrá de un monto de 5883,50 dólares en capital propio.

FINANCIAMIENTO POR ENDEUDAMIENTO

Es el capital que se pedido con una cierta tasa de interés establecida por ambas partes, que será devuelto en una determinada fecha que puede ser a corto o largo plazo. En el

presente proyecto se adquirirá un crédito de 10000 dólares en el Banco de Loja con una tasa de interés del 15,5% anual, con pagos semestrales.

CUADRO No 33
FINANCIAMIENTO

DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	\$ 5.883,50	\$ 37,04
Capital Ajeno	\$ 10.000,00	\$ 62,96
TOTAL	\$ 15.883,50	\$ 100,00

Fuente: Anexo: 20
Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

En el presupuesto de operación está inmerso el costo de producción que comprende los rubros que ocasiona la elaboración de un determinado producto; es necesario establecer lo que es un costo y gasto.

COSTO.- Es una inversión que se realiza pero se recupera con la venta del producto; ya que sus elementos irán incluidos en el precio de venta.

GASTO.- Constituye una inversión no reembolsable.

A continuación se establece los costos que actúan en la producción:

COSTO PRIMO.- Comprende los rubros que actúan directamente en el proceso productivo, como:

MATERIA PRIMA DIRECTA.- Representan los materiales necesarios que intervienen directamente en la elaboración de un producto.

MANO DE OBRA DIRECTA.- La mano de obra es muy importante para la transformación de la materia prima en producto terminado.

COSTO INDIRECTO.- Estos no intervienen directamente en el proceso productivo, pero son indispensables durante la elaboración del producto hasta su terminado; son los siguientes:

MATERIA PRIMA INDIRECTA.- Son aquellos recursos que se emplean para la producción pero no son medibles en función de cada unidad producida.

MANO DE OBRA INDIRECTA.- Se refiere a los costos que se hace por pagos al personal que labora durante el proceso productivo de un determinado producto.

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN.- Es el costo que se debe pagar para la elaboración de un producto en el cual intervienen los siguientes:

DEPRECIACIONES.- Es la desvalorización que sufre un bien tangible dentro de un determinado tiempo de vida; esta pasa a sumarse al costo de producción de cada año por el desgaste que sufre la maquinaria durante el proceso productivo.

MANTENIMIENTO.- Representa un monto adicional a pagarse por motivo de revisión de maquinaria durante el proceso productivo.

ARRIENDO DE LOCAL.- Constituye un monto mensual a pagar por concepto de renta de un determinado local para el desenvolvimiento de las diversas actividades a ejecutar la empresa.

SERVICIOS BÁSICOS.- Es el pago mensual que realiza la empresa por concepto de recibir servicios básicos de calidad como son agua, luz y teléfono a las instituciones encargadas de proveerlos para el normal funcionamiento de la empresa y su producción.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.- Pagos que se realizan gradualmente del monto de la deuda ocasionada antes de entrar a la fase producción.

GASTOS DE OPERACIÓN.- Son los costos que se realizan directamente como:

ADMINISTRATIVOS.- Son gastos que no intervienen directamente en el proceso productivo pero necesarios para la administración de la empresa.

ÚTILES DE ASEO.- Son los gastos por concepto de limpieza de la empresa en donde actúa todo el personal para ejecutar sus funciones.

ÚTILES DE OFICINA.- Hace referencia a todos los útiles que se utiliza en la oficina para las diferentes tareas o labores necesarias de tipo comercial

VENTAS.- Representa los gastos que se realizan en la venta del producto y son sumados al costo de producción.

GASTOS FINANCIEROS.- Son los gastos que resultan del crédito adquirido por la empresa para ejecutar el proyecto.

CUADRO No 34 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO						
DENOMINACIÓN	ANEXO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN						
COSTO PRIMO						
Materia prima directa	3	19285,30	19960,29	20658,90	21381,96	22130,33
Mano de obra directa	4	7375,87	8113,46	8924,80	9817,28	10799,01
TOTAL COSTA PRIMO		26661,17	28073,74	29583,70	31199,24	32929,34
COSTOS INDIRECTOS						
Materia prima indirecta	6	1874,90	1940,52	2008,44	2078,74	2151,49
Mano de obra indirecta	7	3687,94	4056,73	4462,41	4908,65	5399,51
Materiales indirectos	9	1744,25	1805,30	1868,48	1933,88	2001,57
TOTAL COSTOS INDIRECTOS		7307,09	7802,55	8339,33	8921,26	9552,57
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN						
Depreciación Maquinaria y equipo	15	133,38	133,38	133,38	133,38	133,38
Depreciación equipo de cocina	15	134,10	134,10	134,10	134,10	134,10
Depreciación muebles y enseres	15	91,80	91,80	91,80	91,80	91,80
Depreciación equipo de oficina	15	118,53	118,53	118,53	118,53	118,53
Depreciación equipo de computación	16	238,42	238,42	238,42		
Depreciación instalaciones	15	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Reparación y mantenimiento	14	50,04	51,79	53,60	55,48	57,42
Arriendo del local	21	720,00	745,20	771,28	798,28	826,22
Energía eléctrica	12	525,00	543,38	562,39	582,08	602,45
Agua potable	12	2850,00	2949,75	3052,99	3159,85	3270,44
Combustible	22	7650,00	7917,75	8194,87	8481,69	8778,55
Amortización Activos diferidos	13	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
TOTAL GENERALES DE FABRICACIÓN		13071,27	13484,10	13911,37	14115,18	14572,89
GASTOS DE OPERACIÓN						
a. Administrativos						
Sueldos administrativos	10	9066,18	9972,80	10970,08	12067,09	13273,79
Útiles de oficina	18	70,50	72,97	75,52	78,16	80,90
Útiles de aseo	17	279,00	288,77	298,87	309,33	320,16
Consumo telefónico	12	99,00	102,47	106,05	109,76	113,60
Imprevistos 1%		95,15	104,37	114,51	125,64	137,88
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		9609,83	10541,37	11565,03	12689,99	13926,34
b. Ventas						
Publicidad	19	884,00	914,94	946,96	980,11	1014,41
TOTAL GASTOS DE VENTA		884,00	914,94	946,96	980,11	1014,41
GASTOS FINANCIEROS						
Interés por préstamo	20	1472,50	1162,50	842,50	542,50	232,50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		1472,50	1162,50	842,50	542,50	232,50
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		59005,86	61979,20	65188,89	68448,28	72228,05

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS.- Son valores constantes de la empresa e independientes del volumen de producción.

COSTOS VARIABLES.- Son valores que sufren variación de acuerdo al volumen de producción de la empresa.

En el siguiente cuadro se detalla los costos fijos y variables del “Restaurante de pollos a la Brasa.

CUADRO No 35
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DENOMINACIÓN	PRIMER AÑO	
	AÑO 1	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE PRODUCCIÓN		
COSTO PRIMO		
Materia Prima Directa		19285,30
Mano de Obra Directa	7375,87	
TOTAL COSTO PRIMO	7375,87	19285,30
COSTOS INDIRECTOS		
Materia Prima Indirecta		1874,90
Mano de Obra Indirecta	3687,94	
Materiales Indirectos		1744,25
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	3687,94	3619,15
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN		
Depreciaciones	896,23	
Mantenimiento	50,04	
Arriendo de Local	720,00	
Energía Eléctrica		525,00
Agua Potable		2850,00
Combustible		7650,00
Amortización Activos Diferidos	380,00	
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	2046,27	11025,00
GASTOS DE OPERACIÓN		
a. Administrativos		
Sueldos Administrativos	9066,18	
Útiles de Oficina	70,50	
Útiles de Aseo	279,00	
Consumo Telefónico	99,00	
Imprevistos 1%	95,15	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	9609,83	
b. Ventas		
Publicidad	884,00	
TOTAL GASTO DE VENTA	884,00	
GASTOS FINANCIEROS		
Interés por Préstamo	1472,50	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1472,50	
SUBTOTAL	25076,41	33929,45
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		59005,86

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

COSTO UNITARIO

Para calcular el costo unitario del producto se divide los costos totales por cada nivel de producción por los años de vida útil del proyecto antes establecidos.

El costo del producto se determina mediante la siguiente fórmula:

$$\text{CostoUnitario} = \frac{\text{CostoTotal}}{\text{N}^\circ \text{ de unidades producidas}}$$

$$\text{CostoUnitario} = \frac{59005,86}{4143}$$

$$\text{CostoUnitario} = 14,24 \text{ dólares}$$

PRECIO UNITARIO

Para determinar el precio unitario se agrega un porcentaje de utilidad al costo unitario dando como resultado el precio de venta unitario. En el presente caso se añadió un 15% de utilidad.

Precio = Costo + Utilidad

Precio = 14,24 (15% del costo)

Precio de venta al público = 14 + 2,14

Precio de Venta al Público = 16,38

INGRESOS POR VENTAS

En el presente proyecto los ingresos a obtenerse serán por concepto de venta del producto.

CUADRO No 36
INGRESOS POR VENTAS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Totales	\$ 59.005,86	\$ 61.979,20	\$ 65.188,89	\$ 68.448,28	\$ 72.228,05
Número de Unidades	4143	4057	3977	3897	3821
Costo Unitario	\$ 14,24	\$ 15,28	\$ 16,39	\$ 17,56	\$ 18,90
Margen De Utilidad 15%	\$ 2,14	\$ 2,29	\$ 2,46	\$ 2,63	\$ 2,84
Precio de Venta Unitario	\$ 16,38	\$ 17,57	\$ 18,85	\$ 20,20	\$ 21,74
TOTAL ANUAL	\$ 67.856,74	\$ 71.276,08	\$ 74.967,22	\$ 78.715,52	\$ 83.062,26

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS O GANANCIAS O ESTADO DE RESULTADOS

El propósito del análisis del estado de pérdidas o ganancias es calcular la utilidad real de la operación de la empresa; se lo obtiene restando a los ingresos todos los egresos.

El resultado de pérdidas o ganancias presenta información e de la situación financiera de la empresa durante un determinado tiempo; puede ser realizado mensual, trimestral, semestral o anualmente teniendo como base los presupuestos de ingresos y costos, mostrando así las utilidades o pérdidas sufridas durante un ejercicio económico.

Para la elaboración del estado de pérdidas o ganancias se deben conocer los siguientes rubros:

CUADRO No 37
ESTADO DE PÉRDIDAS O GANANCIAS

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	67856,74	71276,08	74967,22	78715,52	83062,26
COSTOS TOTALES	59005,86	61979,20	65188,89	68448,28	72228,05
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	8850,88	9296,88	9778,33	10267,24	10834,21
Menos 15% Participación del trabajador	1327,63	1394,53	1466,75	1540,09	1625,13
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	7523,25	7902,35	8311,58	8727,15	9209,08
Impuesto a la renta 25%	1880,81	1975,59	2077,90	2181,79	2302,27
UTILIDAD LÍQUIDA	5642,44	5926,76	6233,69	6545,37	6906,81

Fuente: Cuadros:34, 36

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

Se lo define como el punto donde los ingresos cubren los egresos esto quiere decir que en este punto no existen ni pérdidas ni ganancias.

El punto de equilibrio constituye una herramienta para la planeación estratégica de la empresa.

Al punto de equilibrio se lo calcula mediante tres métodos que son: En Función de las Ventas, En Función de la Capacidad Instalada Y en Función del Volumen de Producción.

A los resultados de estos cálculos se los representa gráficamente en un plano cartesiano.

Para el presente proyecto se elaboró el punto de equilibrio en función de: Ventas y Capacidad Instalada; utilizando datos del 1^{er}; 3^{er} Y 5^{to} año de Ingreso por ventas y flujo de caja respectivamente del restaurante de pollos a la brasa.

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

a) EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$P.E = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$P.E = \frac{25076,41}{1 - \frac{33929,45}{67856,74}}$$

$$P.E = \frac{25076,41}{1 - 0,50002}$$

$$P.E = \frac{25076,41}{0,49998}$$

$$\mathbf{P.E = 50154,83}$$

b) EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$P.E = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

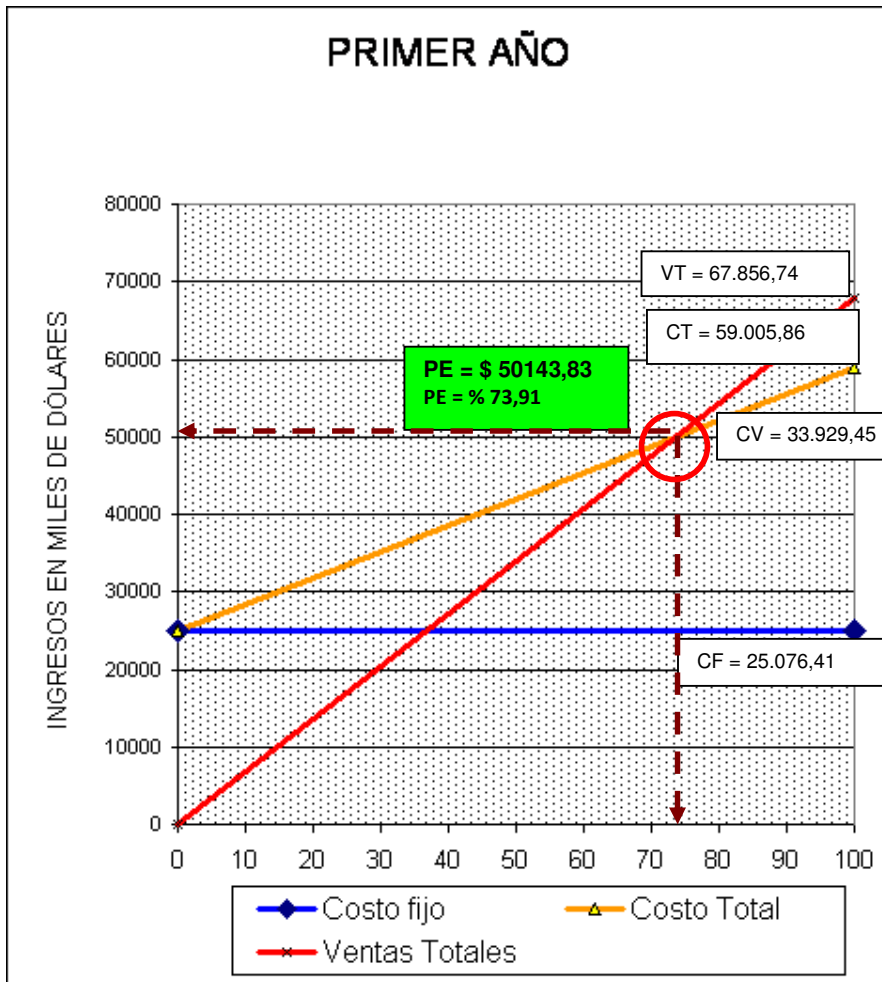
$$P.E = \frac{25076,41}{67856,74 - 33929,45} * 100$$

$$P.E = \frac{25076,41}{33927,29} * 100$$

$$P.E. = 0,739122 * 100$$

$$\mathbf{P.E. = 73,91\%}$$

GRÁFICO No 23
PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO



Fuente: Cuadros: 34, 36, 38.
Elaboración: La Autora.

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TERCER AÑO

a) EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$P.E = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$P.E = \frac{28842,81}{1 - \frac{36346,07}{74967,22}}$$

$$P.E = \frac{28842,81}{1 - 0,484826}$$

$$P.E = \frac{28842,81}{0,515174}$$

$$P.E. = \$ 55986,54$$

b) EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$P.E = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

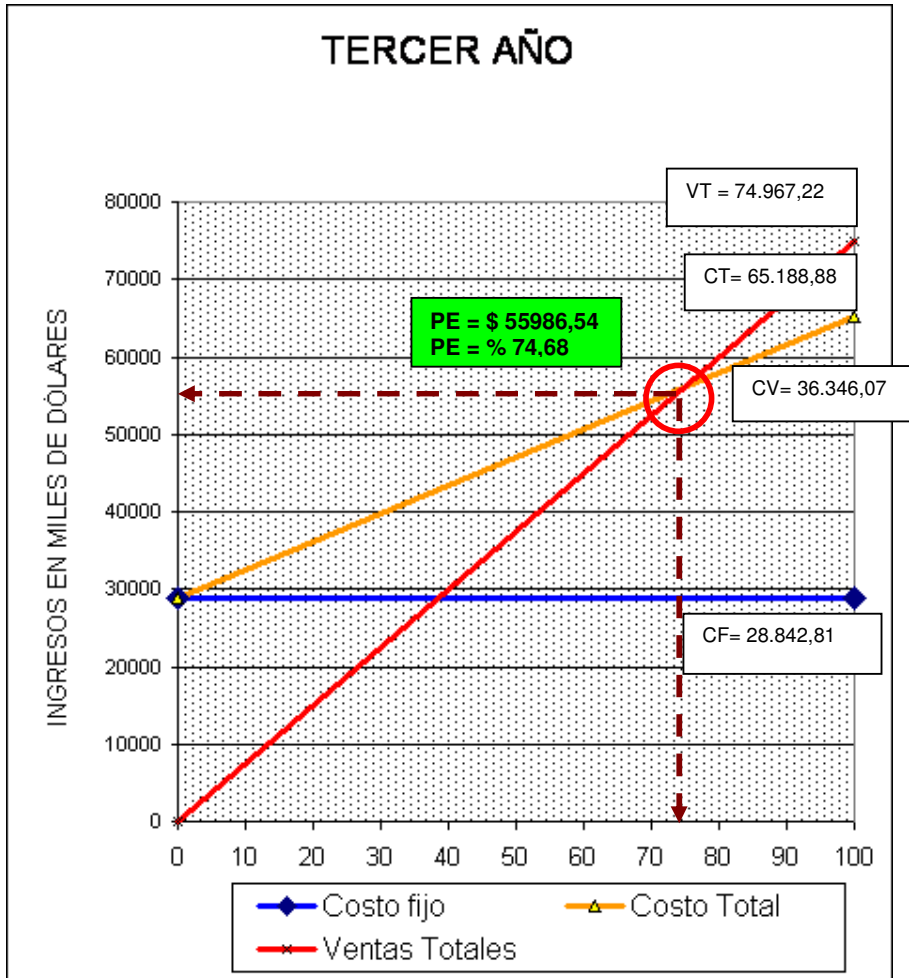
$$P.E = \frac{2884281}{7496722 - 3634607} * 100$$

$$P.E = \frac{28842,81}{38621,15} * 100$$

$$P.E. = 0,746813 * 100$$

$$P.E. = 74,68\%$$

GRÁFICO No 24
PUNTO DE EQUILIBRIO TERCER AÑO



Fuente: Cuadros: 34, 36, 38.
Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

a) EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$P.E = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$P.E = \frac{33293,21}{1 - \frac{38934,83}{83062,26}}$$

$$P.E = \frac{33293,21}{1 - 0,468743}$$

$$P.E = \frac{33293,21}{0,531257}$$

$$P.E. = \$ 62668,75$$

b) EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$P.E = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

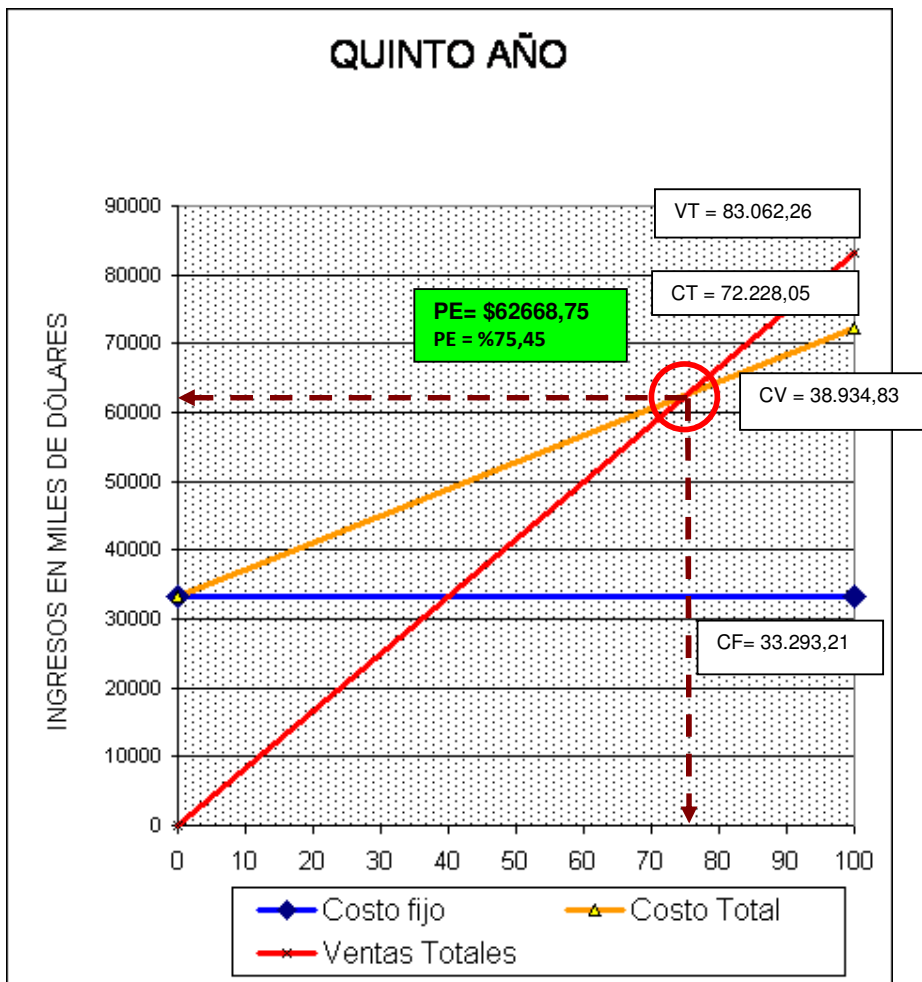
$$P.E = \frac{33293,21}{83062,26 - 38934,83} * 100$$

$$P.E = \frac{33293,21}{44127,43} * 100$$

$$P.E. = 0,754479 * 100$$

$$P.E. = \%75,45$$

GRÁFICO No 25
PUNTO DE EQUILIBRIO QUINTO AÑO



Fuente: Cuadros: 34, 36, 38.
Elaboración: La Autora.

CUADRO No 38
PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES 1^{er}, 3^{er} y 5^{to} año

DENOMINACIÓN	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTO DE PRODUCCIÓN						
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		19285,30		20658,90		22130,33
Mano de Obra Directa	7375,87		8924,80		10799,01	
TOTAL COSTO PRIMO	7375,87	19285,30	8924,80	20658,9	10799,01	22130,33
COSTOS INDIRECTOS						
Materia Prima Indirecta		1874,90		2008,44		2151,49
Mano de Obra Indirecta	3687,94		4462,41		5399,51	
Materiales Indirectos		1744,25		1868,48		2001,57
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	3687,94	3619,15	4462,41	3876,92	5399,51	4153,06
GASTOS DE FABRICACIÓN						
Depreciaciones	896,23		896,23		657,81	
Reparación y mantenimiento	50,04		53,60		57,42	
Arriendo de Local	720,00		771,28		826,22	
Energía Eléctrica		525,00		562,39		602,45
Agua Potable		2850,00		3052,99		3270,44
Combustible		7650,00		8194,87		8778,55
Amortización Activos Diferidos	380,00		380,00		380,00	
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	2046,27	11025,00	2101,11	11810,25	1921,45	12651,44
GASTOS DE OPERACIÓN						
a. Administrativos						
Sueldos Administrativos	9066,18		10970,08		13273,79	
Útiles de Oficina	70,50		75,52		80,90	
Útiles de Aseo	279,00		298,87		320,16	
Consumo Telefónico	99,00		106,05		113,60	
Imprevistos 1%	95,15		114,51		137,88	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	9609,83		11565,03		13926,33	
b. Ventas						
Publicidad	884,00		946,96		1014,41	
TOTAL GASTO DE VENTA	884,00		946,96		1014,41	
GASTOS FINANCIEROS						
Interés por Préstamo	1472,50		842,50		232,50	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1472,50		842,50		232,50	
SUBTOTAL	25076,41	33929,45	28842,81	36346,07	33293,21	38934,83
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		59005,86		65188,88		72228,04

Fuente: Cuadro: 34

Elaboración: La Autora

FLUJO DE CAJA

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, demostrándonos de una forma acertada la rentabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero.

El Restaurante de pollos a la brasa; en el primer año de operación obtendrá un flujo de caja de \$ 5446,17 y para el quinto año tiene un flujo neto de \$ 7203,02.

CUADRO No 39
FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		67856,74	71276,08	74967,22	78715,52	83062,26
Préstamo B. de Loja	10000,00					
Capital Propio	5883,50					
Valor de Rescate					391,05	730,90
TOTAL INGRESOS	15883,50	67856,74	71276,08	74967,22	79106,57	83793,16
EGRESOS						
Activo Diferido	1900,00					
Activo Fijo						
Maquinaria y Equipo	1482,00					
Equipo de Oficina	1317,00					
Instalaciones	2000,00					
Equipo de Cocina	1490,00					
Muebles y Enseres	1020,00					
Equipo de Computación	1185,00					
Útiles de Cocina	883,00					
Presupuesto de Operación	4606,50	59005,86	61979,20	65188,89	68448,28	72228,05
Pago de Capital		1472,50	1472,50	1472,50	1472,50	1472,50
Pago 15% trabajadores		1327,63	1394,53	1466,75	1540,09	1625,13
Pago 25% Im Renta		1880,81	1975,59	2077,90	2181,79	2302,27
Subtotal		63686,80	66821,82	70206,04	73642,66	77627,95
Menos Depr. Y Am. Act. Dif.		1276,23	1276,23	1276,23	1037,81	1037,81
TOTAL EGRESOS	15883,50	62410,57	65545,59	68929,81	72604,85	76590,14
FLUJO DE CAJA	0,00	5446,17	5730,49	6037,41	6501,72	7203,02

Fuente: Cuadros: 35, 36,38

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

Representa el total de los recursos que quedan en poder de la empresa después de su vida útil.

El criterio para aceptar o rechazar un proyecto desde el punto de vista de este indicador es el siguiente:

- Si el Valor Actual neto es menor que cero, el proyecto se rechaza, porque el dinero invertido en el proyecto es menor a la tasa de interés.
- Si el Valor Actual Neto es igual a cero, el proyecto es indiferente. En este caso queda a la elección del inversionista a invertir o no.
- Si el Valor Actual Neto es mayor que cero, el proyecto se acepta. Esto significa que los dineros invertidos rinden más.

El valor actual neto del presente proyecto es de **4203,55** que es mayor que cero. En este caso el proyecto se acepta desde el punto de vista financiero.

CUADRO No 40 VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FACTOR ACTUALIZADO
0	-15883,5	15,50%	
1	5446,17	0,8658	4715,30
2	5730,49	0,7496	4295,64
3	6037,41	0,6490	3918,36
4	6501,72	0,5619	3653,43
5	7203,02	0,4865	3504,33
			20087,05
			-15883,50
			4203,55

$VAN = \text{Sumatoria Flujo Actualizado} - \text{Inversión}$

$VAN = 20087,05 - 15883,50$

VAN = 4203,55

Fuente: Cuadros: 32, 39

Elaboración: La Autora

Nota.-El Valor Actual Neto, de acuerdo a la vida útil del proyecto es positivo equivalente a la cantidad de: \$ 4203,55 por lo tanto se acepta la ejecución del proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Representa la tasa de interés más alta que podría pagar por un préstamo con los ingresos que provienen del proyecto. Se refiere también a la tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

La TIR, utilizada como criterio para tomar la decisión de aceptación o rechazo del presente proyecto, se tomará como referencia las siguientes reglas:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de capital, es indiferente la ejecución del proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto

Para el presente proyecto la TIR es de 25,75% que resulta mayor que el costo de capital, por lo que el proyecto es aceptable.

CUADRO No 41
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		25.00%		26.00%	
0	-15,883.50		-15,883.50		-15,883.50
1	5,446.17	0.800000	4,356.94	0.793651	4,322.36
2	5,730.49	0.640000	3,667.51	0.629882	3,609.53
3	6,037.41	0.512000	3,091.15	0.499906	3,018.14
4	6,501.72	0.409600	2,663.10	0.396751	2,579.56
5	7,203.02	0.327680	2,360.29	0.314882	2,268.10
			255.49		-85.81

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 25 + 1,00 \left(\frac{255,49}{255,49 - 85,81} \right)$$

TIR	=	25,7486%
TIR	=	25,75%

Fuente: Cuadros: 32, 39
Elaboración: La Autora

Nota.- Se llegó a establecer que la Tasa Interna de Retorno es del 25,75%

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Es un indicador que interpreta el rendimiento por cada dólar invertido durante la vida útil del proyecto con cierto volumen de inversión.

Se deben tomar en cuenta los siguientes criterios de decisión:

- Si la RBC es mayor que 1, se acepta el proyecto.
- Si la RBC es igual a 1, es indiferente realizar el proyecto
- Si la RBC es menor que 1, Se rechaza el proyecto

Según los cálculos realizados en el presente proyecto el indicador RBC es de \$ 0,15.

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene 0,15 centavos de dólar de rentabilidad.

CUADRO No 42
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		15,50%			15,50%	
1	59005,86	0,8658	51087,32	67856,74	0,8658	58750,42
2	61979,20	0,7496	46460,30	71276,08	0,7496	53429,34
3	65188,89	0,6490	42308,50	74967,22	0,6490	48654,77
4	68448,28	0,5619	38462,24	79106,27	0,5619	44451,15
5	72228,05	0,4865	35139,53	83793,16	0,4865	40766,05
TOTAL COSTO :			213457,90	TOTAL INGRESO:	246051,74	

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}} = \frac{246041,74}{213457,90} = 1,15$$

RBC = 0.15

Fuente: Cuadros: 34, 36.
Elaboración: La Autora

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es un indicador que permite al inversionista conocer el tiempo de operación necesario que debe transcurrir desde el primer día de funcionamiento del proyecto para recuperar la inversión realizada. Para este caso se utilizó los flujos netos de cada año de vida del proyecto.

CUADRO No 43
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO
1	5446,17	5.446,17
2	5730,49	11.176,66
3	6037,41	17.214,07
4	6501,72	23.715,79
5	7203,02	30.918,81

Fuente: Cuadro: 39
Elaboración: La Autora

Ecuación para obtener el período de recuperación de capital:

$$P.R.C. = \text{Año que supera la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$P.R.C. = 3 + \frac{15883,50 - 11176,66}{17214,07} = 3 + \frac{4706,84}{17214,07} = 3 + 0,27 = 3,27$$

P.R.C. = 3 años, 3 meses, 7 días.

Se recuperará la inversión en: Tres años, tres meses, siete días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es un procedimiento por medio del cual se puede determinar cuándo se afecta la Tasa Interna de Retorno ante cambios en determinadas variables del proyecto. De hecho todo proyecto tiene una serie de variables como costos totales, ingresos, tasas, volumen de producción entre otros.

Para tomar una decisión, el análisis de sensibilidad se basa en los siguientes criterios:

- Si el valor de sensibilidad es menor a 1, significa que el proyecto no es sensible a los cambios ocasionados.
- Si el valor de sensibilidad es igual a 1, significa que el proyecto es indiferente.
- Si el valor de sensibilidad es mayor a 1, significa que el proyecto es sensible.

Nota.- El análisis se basa en dos supuestos de posibles variaciones de ingresos y costos. En el presente proyecto se utilizará dos supuestos:

1. Suposición : Un incremento del 6,60% en los costos
2. Suposición: Una disminución del 5,75% en los Ingresos

CUADRO No 44
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 6.60% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 6.60%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACT.	FACTOR ACT.	VALOR ACT.
					20.00%		21.00%	
						-15,883.50		-15,883.50
1	59,005.86	62,900.25	67,856.74	4,956.49	0.83333	4,130.41	0.82645	4,096.28
2	61,979.20	66,069.83	71,276.08	5,206.25	0.69444	3,615.45	0.68301	3,555.94
3	65,188.89	69,491.36	74,967.22	5,475.86	0.57870	3,168.90	0.56447	3,090.98
4	68,448.28	72,965.87	78,715.52	5,749.65	0.48225	2,772.79	0.46651	2,682.26
5	72,228.05	76,995.10	83,062.26	6,067.16	0.40188	2,438.26	0.38554	2,339.15
						242.31		-118.89

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 20,00 + 1,00 \left(\frac{242.31}{-118.89} \right)$$

$$NTIR = 20.67\%$$

$$TIR DEL PROYECTO = 25.75\%$$

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **5.08%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **19.72%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensibilidad = **0.9540223**

Fuente: Cuadros: 36,38

Elaboración: La Autora

CUADRO No 45
SUPOSICIÓN: UNA DISMINUCIÓN DEL 5,75% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACT.	FACTOR ACT.	VALOR ACT.
			5.75%		20.00%		21.00%	
						-15,883.50		-15,883.50
1	59,005.86	67,856.74	63,954.98	4,949.12	0.8333	4,124.26	0.8264	4,090.18
2	61,979.20	71,276.08	67,177.71	5,198.51	0.6944	3,610.07	0.6830	3,550.65
3	65,188.89	74,967.22	70,656.60	5,467.71	0.5787	3,164.19	0.5645	3,086.38
4	68,448.28	78,715.52	74,189.38	5,741.10	0.4823	2,768.66	0.4665	2,678.26
5	72,228.05	83,062.26	78,286.18	6,058.13	0.4019	2,434.63	0.3855	2,335.67
						218.31		-142.35

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 20,00 + 1,00 \left(\frac{218,31}{218,31 + 142,35} \right)$$

NTIR = 20.61%

TIR DEL PROYECTO = 25.75%

1) DIFERENCIA DE TIR
 Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
 Dif. Tir. = **5.14%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
 % Var. = **19.97%**

3) SENSIBILIDAD
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir
 Sensibilidad = **0.9694086**

Fuente: Cuadros: 34, 36, 39.
 Elaboración: La Autora

ORGANIZACIÓN LEGAL

La empresa a constituirse será de tipo Autónomo con capital determinado; con un propietario que estará al frente de toda necesidad, obligación o sanción que esta presente, estará bajo disposiciones y reglamentos legales existentes.

El restaurante de pollos a la brasa llevará como Nombre Comercial "POLLITO MIO A LA BRASA", se conformará bajo las normas y reglamentos tributarios como empresa de tipo Autónomo, se obtendrá el Registro Único de Contribuyentes (RUC), permiso del Ministerio de Salud Pública, La Patente Municipal, Cuerpo de Bomberos.

El capital social estará constituido únicamente por su propietaria, ya que es una empresa de tipo Autónomo, y su capital será de 15883,50 dólares.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

Se muestran como están estructurados los niveles jerárquicos de la empresa, y las relaciones que se deben dar entre las diversas funciones, debiendo desarrollar actividades eficientes para de este modo lograr los objetivos planteados por la empresa.

La empresa "POLLITO MIO A LA BRASA" está distribuida de la siguiente manera.

Nivel Ejecutivo.- Está formado por la Gerente Propietaria. Su función es tomar decisiones y debe ejercer su autoridad para hacer cumplir las metas y objetivos planteados.

Nivel Auxiliar o de Apoyo.- Está formado por la cajera-contadora que debe estar siempre presta a colaborar con su servicio de calidad y de forma oportuna y eficiente con los demás niveles administrativos.

Nivel operativo.- Lo integra el personal que desarrolla las actividades en el área de producción y están bajo órdenes del Nivel Legislativo.

MANUAL DE FUNCIONES

El Manual de Funciones es una fuente de información donde se detallan claramente todos los cargos y sus respectivas actividades que deben desarrollar obligatoriamente y así poder cumplir con los objetivos previstos de la empresa.

TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE

Naturaleza del trabajo

Planificar, Organizar, Dirigir, Controlar todas las actividades que se desarrollan en la empresa.

Funciones Específicas

- Representar a la empresa.
- Administra la empresa

Características del puesto

- Responsabilidad y Liderazgo en decisiones y actividades que se realicen en la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las Leyes y Reglamentos de la empresa.

Requisitos Mínimos

- Título de Ing. Comercial
- Cursos de Relaciones Humanas.

TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

Naturaleza del trabajo

Es la persona encargada de situaciones de carácter laboral y judicial de la empresa con otras organizaciones o clientes.

Funciones Específicas

- Representar a la empresa judicialmente.

Características del puesto

- Responsabilidad en decisiones que se tomen en lo que se refiere a asuntos legales.

Requisitos Mínimos

- Título de Abogado com matrícula profesional.
- Experiencia mínima un año.
- Cursos de Relaciones Humanas.

TÍTULO DEL PUESTO: CONTADORA

Naturaleza del Trabajo

Llevar la contabilidad de la empresa.

Funciones Específicas

- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Responsabilidad laboral.

Características del puesto

- Ser una persona agradable y cumplir con agilidad su función.

Requisitos Mínimos.

- Título de Lic. en Contabilidad
- Experiencia mínima un año

TÍTULO DEL PUESTO: CAJERA

Naturaleza del Trabajo

Atender de una forma atenta, amable y respetuosa al cliente, cobrar correctamente a los consumidores sus pedidos.

Funciones Específicas

- Cobrar los pedidos del cliente.
- Responsabilidad laboral

Características del puesto

- Ser una persona agradable y cumplir con agilidad su función.

Requisitos Mínimos.

- Título de Lic. en Contabilidad
- Experiencia mínima un año

TÍTULO DEL PUESTO: COCINERO

Naturaleza del Trabajo.

Llevar a cabo todas las actividades que conciernen a la preparación de alimentos para los clientes.

Funciones Específicas

- Planificar actividades conjuntamente con el ayudante de cocina
- Preparar los alimentos en el tiempo necesario.
- Comunicar los imprevistos al gerente

Características de Puesto

.-Responsabilidad, agilidad y buena destreza para preparar y servir los alimentos.

Requisitos Mínimos

- Poseer cursos de gastronomía
- Experiencia mínima 1 año
- Certificado médico

TÍTULO DEL PUESTO: AYUDANTE DE COCINA

Naturaleza del Trabajo

Desarrolla las actividades que el cocinero le encarga para la preparación de alimentos.

Funciones Específicas

- Cumplir órdenes del cocinero
- Agilidad en sus actividades

Características del Puesto

Responsabilidad, rapidez en el cumplimiento de órdenes.

Requisitos Mínimos

- Experiencia 1 año en actividades similares
- Recomendaciones.
- Certificado médico

TÍTULO DEL PUESTO: MESERO

Naturaleza del Trabajo

Atender a los clientes de una forma atenta y respetuosa.

Funciones Específicas

- Realizar limpieza constante
- Atender eficientemente al cliente
- Recoger la vajilla sucia de las mesas

Características del Puesto

- Debe ser respetuoso, amigable, cortés y estar siempre con una presencia impecable.
- Servir los pedidos de consumo a la mesa o entregar al cliente según este lo decida.

Requisitos Mínimos

- Experiencia mínima 1 año
- Certificado médico
- Curso de relaciones humanas.

ORGANIGRAMAS

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Representa el esquema básico de toda organización dando a conocer sus unidades administrativas y la relación entre ellas.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

El Organigrama Funcional representa las funciones básicas de cada puesto.

ORGANIGRAMA POSICIONAL

El Organigrama posicional representa la distribución del personal y sus respectivas unidades de trabajo.

GRÁFICO No 26
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
“POLLITO MIO A LA BRASA”

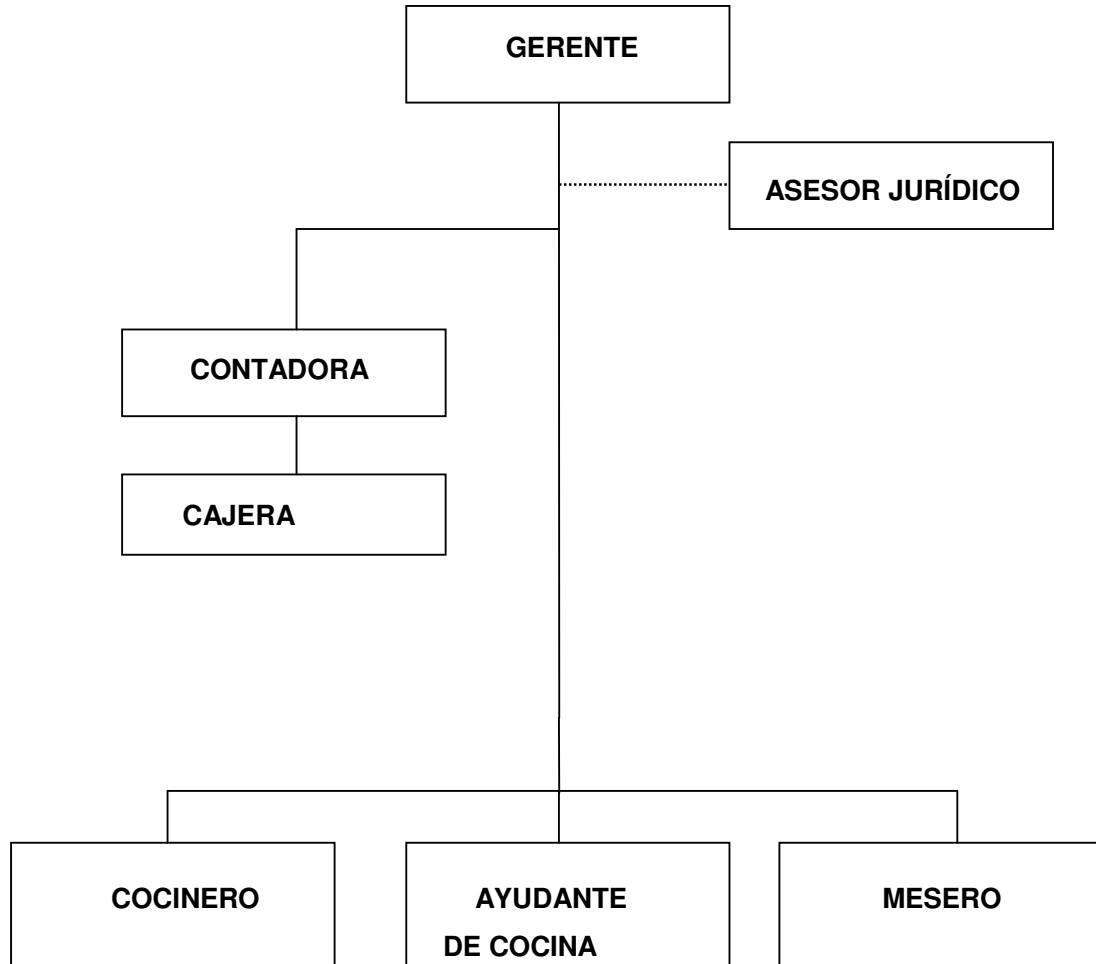


GRÁFICO No 27
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
“POLLITO MIO A LA BRASA”

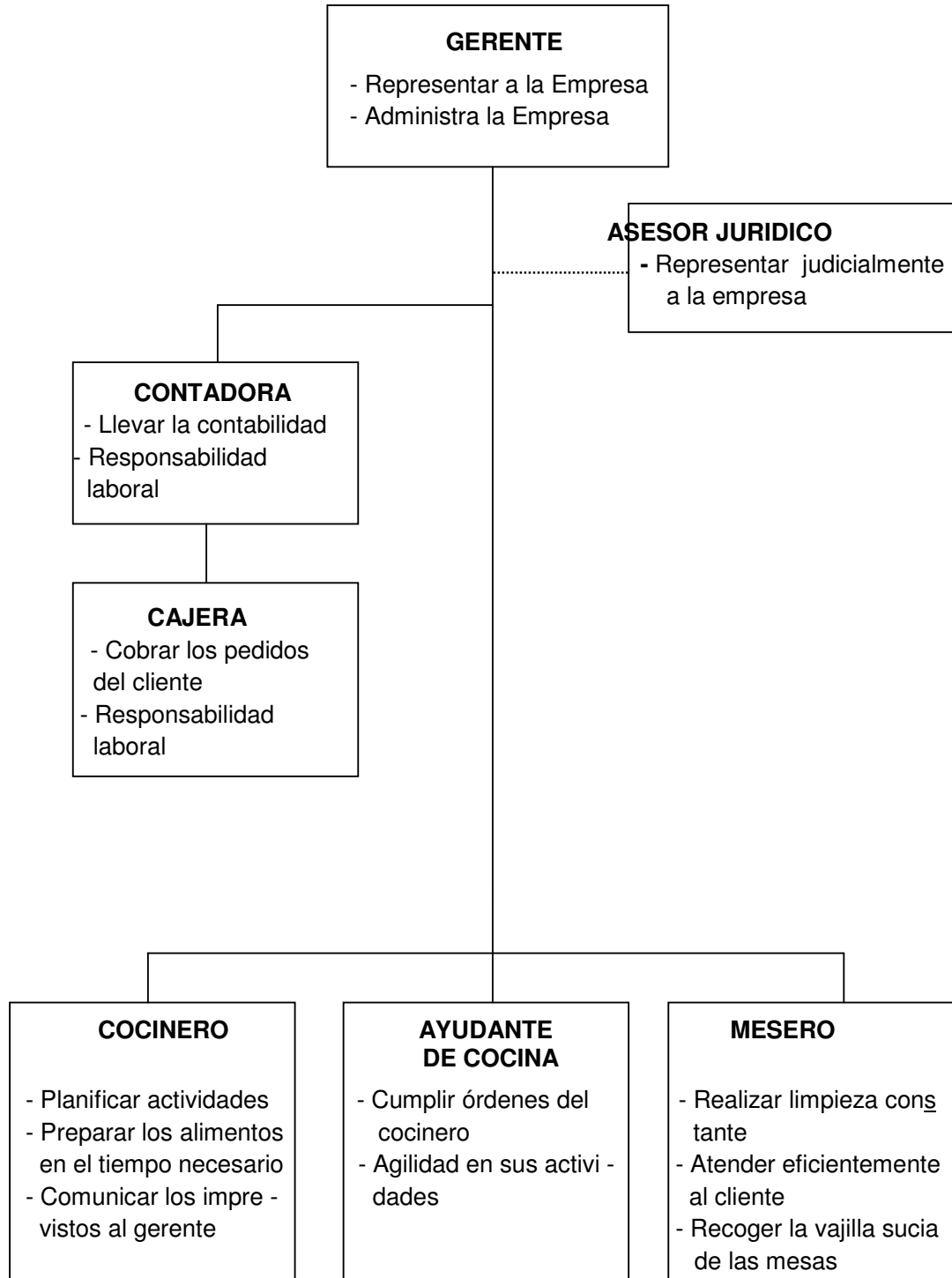
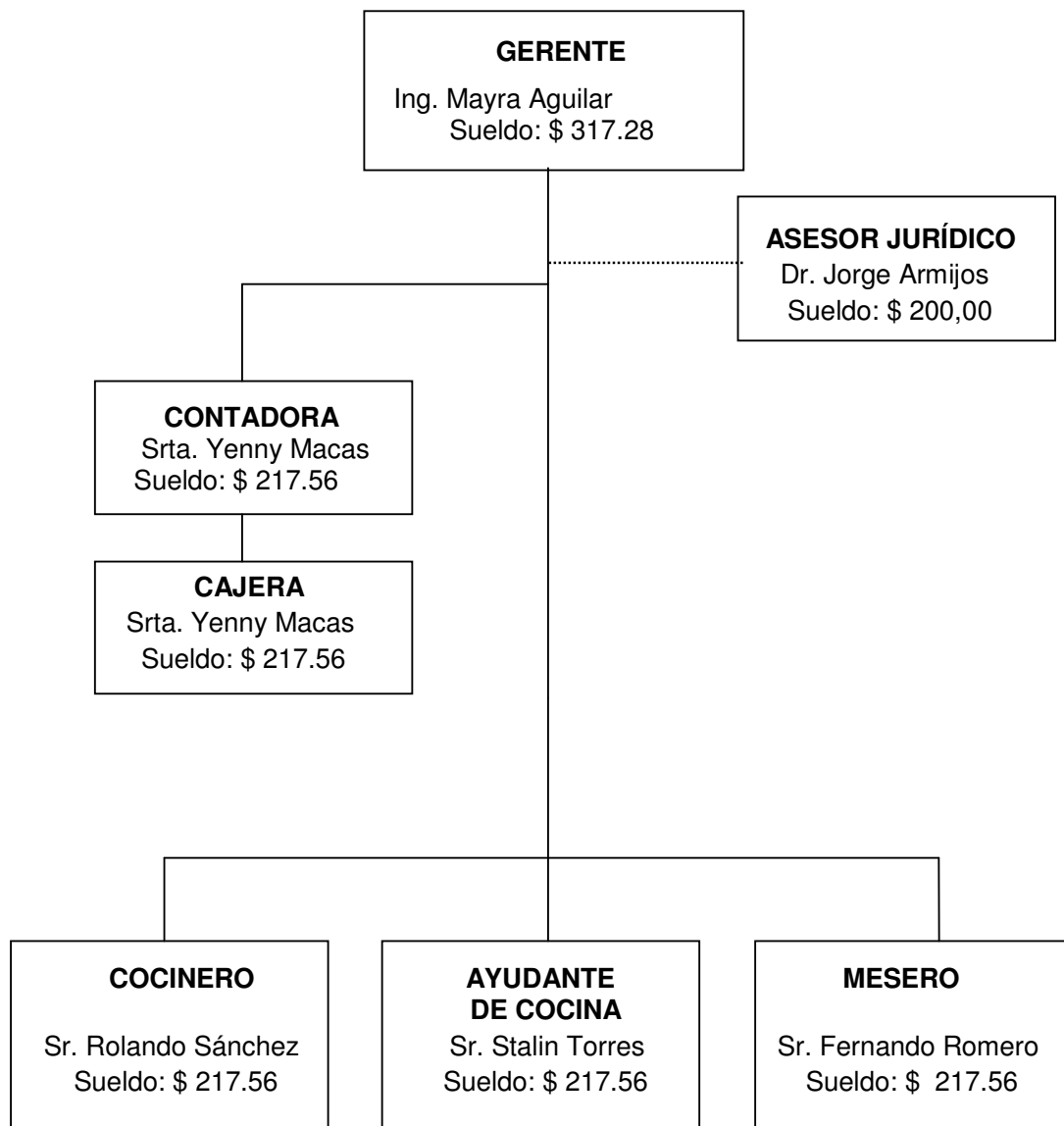


GRÁFICO No 28
ORGANIGRAMA POSICIONAL
“POLLITO MIO A LA BRASA”



CONCLUSIONES

g. CONCLUSIONES

Luego de desarrollar el presente trabajo investigativo, he podido determinar las siguientes conclusiones y recomendaciones.

- Con el estudio de mercado realizado en el cantón Chaguarpamba, se determinó una demanda efectiva de 4143 pollos a la brasa en el primer año y de 3821 para el quinto año.
- La oferta de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba es igual a cero; este es un factor importante que motivó realizar un proyecto de esta naturaleza.
- El producto que ofrece el restaurante de pollos a la brasa “Pollito Mio a la Brasa”; tendrá estrictos controles de calidad e higiene con la mejor calidad y servicio.
- La capacidad instalada de la empresa es de 6480 pollos a la brasa.
- La empresa estará ubicada en el centro de la cabecera cantonal del cantón Chaguarpamba frente al Banco Nacional de Fomento e Iglesia Central.
- La inversión prevista de la empresa es de 15883,50 dólares. De estos 5883,50 dólares serán capital propio y 10000 dólares será crédito otorgado por el Banco de Loja con una tasa de interés del 15,50% anual.
- La empresa se implementará con maquinaria y equipo nuevos de casa para obtener un rendimiento esperado seguro y así entregar un producto de calidad en el tiempo necesario.
- El costo unitario por cada pollo a la brasa es de 14,24 dólares en primer año y para el quinto año será de 18,90 dólares.
- El precio de venta unitario por cada pollo a la brasa es de 16,38 dólares para el primer año y para el quinto año será de 21,74 dólares.
- El presupuesto de ingresos por ventas en el primer año es de 67856,74 dólares, y en el quinto año será de 83062,26 dólares.

- Puedo concluir que el proyecto es factible luego de haber revisado los indicadores económicos como son:
 - ✓ VAN = Positivo.
 - ✓ TIR = Es mayor al costo del capital.
 - ✓ B/C = Es mayor a uno por esta razón el proyecto es realizable.
 - ✓ Período de recuperación = Se recuperará la inversión en 3 años; 3 mese; 7 días
- La empresa Pollito mío a la Brasa tendrá una cajera la misma que hará de contadora y percibirá un solo sueldo básico.

RECOMENDACIONES

h. RECOMENDACIONES

- Por ser un proyecto factible lo recomiendo a la inversión privada; porque se han realizado estudios y análisis necesarios con el fin de obtener beneficios económicos y sociales para el desarrollo económico – empresarial.
- Por la factibilidad económica técnica y financiera del presente proyecto, puede ejecutarse brindando así nuevas fuentes de trabajo.
- Aprovechar las políticas de gobierno que brinda a la empresa privada para realizar inversiones productivas dentro del país.
- Sería muy importante aprovechar la materia prima existente en la localidad.
- Al ejecutarse el proyecto en este sector sería importante contratar mano de obra local, para contribuir con el desarrollo económico-social del cantón.
- El cliente siempre será la base fundamental de todo negocio, por esta razón se le debe brindar la mayor atención posible, el mejor servicio y excelente calidad de producto.

BIBLIOGRAFÍA

i. BIBLIOGRAFÍA

1. ORTIZ AMAYA, Héctor; Análisis financiero aplicado y principios de administración. 13^{ava} edición 2006.
2. PASACA MORA, Manuel; Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Loja. 2004.
3. VACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos; 6^{ta} edición

Bibliografía en Internet

www.inec.com

www.lojaturístico.com

www.bing.com

[Elmundo.es.](http://Elmundo.es)

[www.monografías.com.](http://www.monografías.com)

ANEXOS

j. ANEXOS

ANEXO No 1 RESUMEN DEL PROYECTO

TEMA: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE POLLOS A LA BRASA EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA.

PROBLEMÁTICA

El desarrollo y crecimiento de un país, región o ciudad depende de dos factores fundamentales, el apoyo del gobierno central y gobiernos seccionales con políticas coherentes al desarrollo económico y social, es decir con apoyo a infraestructura básica, servicios básicos, sistemas y vías de comunicación eficientes, con ello se garantiza un normal desenvolvimiento de la población y de los diferentes sectores económicos; el segundo factor tiene que ver con la cultura emprendedora y ciertas cualidades de las personas para desarrollar pequeñas empresas que permitan fomentar el crecimiento personal y sectorial.

En los actuales momentos el apoyo del gobierno central es importante hacia el fomento de la pequeña empresa a través de varios proyectos, igualmente en el fortalecimiento de los servicios públicos lo que mejora las condiciones de los sectores sociales. El cantón Chaguarpamba está ubicado al noreste de la provincia de Loja, a unos 85 kilómetros de la cabecera provincial Loja, la vía principal que conduce a la costa pasa por la cabecera cantonal de Chaguarpamba, lo cual hace que el cantón tenga un movimiento considerable de personas y comercio especialmente, los principales productos de la zona son el maní, café maíz, caña de azúcar, fréjol, árboles frutales, entre otros, el día de actividad comercial o feriado son todos los días domingos desde las primeras horas de la mañana; la economía del cantón subsiste fundamentalmente de la agricultura, seguido de la ganadería y el comercio.

Los negocios que existen en el cantón son especialmente de ropa, basares, farmacias, almacenes agrícolas, almacenes veterinarios, ferreterías, tiendas de víveres de consumo masivo, pequeñas residenciales, restaurantes, pequeñas carpinterías, mecánicas.

La superficie es de 315 Km², se encuentra a 1.050 msnm, sus parroquias rurales son Buena Vista, Santa Rufina, El Rosario y Amarillos, sus límites son: Al norte con la

provincia de El Oro, al sur con los cantones de Olmedo y Paltas, al este con el cantón Catamayo y al oeste con el cantón Paltas y provincia de El Oro. El clima del cantón es cálido húmedo con una temperatura promedio entre 18 y 24 °C, Su creación como cantón es el 4 de diciembre de 1985.

Los lugares turísticos del cantón que se puede visitar son El Guineo, El río Lindo, el Balneario de la Juntas en los ríos Yaguachi Y Umbalao, las juntas de los ríos Yaguachi y el Pindo, su majestuosa iglesia con estilo y arquitectura colonial, son algunos de los lugares turísticos.

El nombre del cantón proviene del dialecto palta formado por dos vocablos: chaguar, que significa penco, cabuyas; y pamba que es igual a llano o pampa.

El consumo de pollo en el cantón Chaguarpamba, está presente en la dieta alimenticia de toda la población, ya sea en el desayuno, almuerzo, merienda o como un plato en momentos especiales de familia, amigos, o como parte de alguna celebración.

El motivo del presente proyecto de investigación está relacionado a conocer la posibilidad de implementar un restaurante de pollos a la brasa, ya que en el medio no existe este tipo de negocio, existiendo en la actualidad únicamente restaurantes, sin este tipo de servicio. Así mismo se puede aprovechar la cantidad de pollos que se cría en el cantón, por las condiciones favorables del clima, como también la cercanía al cantón Balsas, el cual es considerado la capital del Ecuador en la cría de pollos, esto permitirá el abastecimiento en situaciones de escasez de pollo en el cantón Chaguarpamba.

Existiendo por lo tanto el requerimiento del servicio de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba, ya que en la actualidad no existe y por la tendencia de consumo.

OBJETIVO GENERAL

Determinar los estudios correspondientes, para implementar un restaurante de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba

OBJETIVOS GENERALES

- Establecer un estudio y diagnóstico del mercado de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba

- Determinar los factores para su adecuada localización y ubicación.
- Definir el proceso productivo de acuerdo a los requerimientos y tecnología.
- Establecer la estructura administrativa y legal de la empresa a implementarse.
- Determinar los presupuestos y los requerimientos financieros para la fase de implementación.
- Realizar la evaluación financiera para conocer la viabilidad financiera del proyecto a emprender.
- Proponer las conclusiones y recomendaciones para las diferentes fases del proyecto.

HIPÓTESIS

Es factible implementar un restaurante de pollos a la brasa en el cantón Chaguarpamba, por las oportunidades de mercado y por la viabilidad financiera del mismo.

METODO Y TÉCNICAS

Método hipotético.- Con el planteamiento de la hipótesis seguiré la metodología correspondiente para en el transcurso guiarme por la consecución y análisis de la información en base a la premisa planteada.

Método Inductivo.- Me permitirá ir analizando paulatinamente la información recogida en el estudio de mercado a través de las técnicas correspondiente, las características, formas, gustos y preferencias que tienen los cliente potenciales como los clientes actuales.

Método Deductivo.- Por medio de categorizaciones y clasificaciones generales sobre patrones de consumo, analizar los elementos generales y definir las situaciones particulares, que se dan en el mercado, así mismo los fundamentos teóricos sobre los sistemas administrativos y de gestión de una empresa.

La observación.- Mediante un proceso de observación, lograré conocer las formas de producción que se realizan en restaurantes similares en la ciudad de Loja.

La Encuesta.- Estará orientada a los clientes potenciales.

Excelente () Buena () Regular () Mala ()

8. Qué sugiere o aconseja que ofrezca este restaurante adicionalmente?

.....
.....

9. En qué sector de la cabecera cantonal de Chaguarpamba le gustaría que esté ubicado el restaurante de pollos a la brasa?

Frente al BNF
Sector La Alborada
Cerca de la Policía Nacional

10. Qué medio de comunicación y programa del mismo prefiere?

Medio de comunicación		Programa Preferido	
Radio	Música
Televisión	Noticias
Periódico	Entretenimiento

11. Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo a la brasa?

De \$14 a \$16
De \$16 a \$18

GRACIAS

ANEXO No 3
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA								
DENOMINACIÓN	UNIDAD	PRECIO INIT.	CANTIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pollo	Unidad	\$ 4,10	4143	\$ 16.986,30	\$ 17.580,82	\$ 18.196,15	\$ 18.833,01	\$ 19.492,17
Papa	qq	\$ 12,00	15	\$ 180,00	\$ 186,30	\$ 192,82	\$ 199,57	\$ 206,55
Arroz	qq	\$ 35,00	15	\$ 525,00	\$ 543,38	\$ 562,39	\$ 582,08	\$ 602,45
Lechuga	Unidad	\$ 0,30	380	\$ 114,00	\$ 117,99	\$ 122,12	\$ 126,39	\$ 130,82
Tomate	Libra	\$ 0,40	350	\$ 140,00	\$ 144,90	\$ 149,97	\$ 155,22	\$ 160,65
Arveja	Libra	\$ 0,90	552	\$ 496,80	\$ 514,19	\$ 532,18	\$ 550,81	\$ 570,09
Zanahoria	Libra	\$ 0,35	552	\$ 193,20	\$ 199,96	\$ 206,96	\$ 214,20	\$ 221,70
Menudencia	Libra	\$ 0,50	1300	\$ 650,00	\$ 672,75	\$ 696,30	\$ 720,67	\$ 745,89
TOTAL				\$ 19.285,30	\$ 19.960,29	\$ 20.658,90	\$ 21.381,96	\$ 22.130,33

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación).

Elaboración: La Autora.

ANEXO No 4
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Nº	NOMINA	CARGO	SBU	DECIMO 3er	DECIMO 4to	APORTE INDIVIDUAL IESS 9.35%	TOTAL A PAGAR	APORTE PATRONAL 11.15%	APORTE IECE 0.5%	APORTE SECAP 0.5%	REMUNERAC. MENSUALES DE LA EMPRESA	TOTAL ANUAL
1	N.N	Cocinera	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 18,17	\$ 22,44	\$ 217,56	\$ 26,76	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 307,33	\$ 3.687,94
1	N.N	Ayudante de cocina	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 18,17	\$ 22,44	\$ 217,56	\$ 26,76	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 307,33	\$ 3.687,94
TOTAL											\$ 614,66	\$ 7.375,87

Fuente: Códigos Sectoriales, IESS

Elaboración: La Autora. .

ANEXO No 5
PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA (5 AÑOS)

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA					
DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cocinero	\$ 3.687,94	\$ 4.056,73	\$ 4.462,41	\$ 4.908,65	\$ 5.399,51
Ayudante de cocina	\$ 3.687,94	\$ 4.056,73	\$ 4.462,41	\$ 4.908,65	\$ 5.399,51
TOTAL	\$ 7.375,88	\$ 8.113,47	\$ 8.924,81	\$ 9.817,30	\$ 10.799,03

Fuente: Anexo: 4; (Incremento del 10% Insectoría del Trabajo)

Elaboración: La Autora

ANEXO No 6

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA								
DENOMINACION DEL PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO UNIT.	CANTIDAD * AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salsa de tomate	Galón	\$ 3,80	138	\$ 524,40	\$ 542,75	\$ 561,75	\$ 581,41	\$ 601,76
Mayonesa	Frasco	\$ 3,10	145	\$ 449,50	\$ 465,23	\$ 481,52	\$ 498,37	\$ 515,81
Sal	Kilo	\$ 0,60	155	\$ 93,00	\$ 96,26	\$ 99,62	\$ 103,11	\$ 106,72
Aceite	Litro	\$ 1,75	198	\$ 346,50	\$ 358,63	\$ 371,18	\$ 384,17	\$ 397,62
Ají	Frasco	\$ 0,35	90	\$ 31,50	\$ 32,60	\$ 33,74	\$ 34,92	\$ 36,15
Especerías	Libra	\$ 1,00	430	\$ 430,00	\$ 445,05	\$ 460,63	\$ 476,75	\$ 493,43
TOTAL				\$ 1.874,90	\$ 1.940,52	\$ 2.008,44	\$ 2.078,74	\$ 2.151,49

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación)

Elaboración: La Autora.

ANEXO No 7

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA												
Nº	NOMINA	CARGO	SBU	DECIMO 3er	DECIMO 4to	APORTE INDIVIDUAL IESS 9.35	TOTAL A PAGAR	APORTE PATRONAL 11.15%	APORTE IECE 0.5%	APORTE SECAP 0.5%	REMUNERACIONES MENSUALES DE LA EMPRESA	TOTAL ANUAL
1	N.N	Mesero	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 18,17	\$ 22,44	\$ 217,56	\$ 26,76	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 307,33	\$ 3.687,94
TOTAL											\$ 307,33	\$ 3.687,94

Fuente: Códigos sectoriales, IESS

Elaboración: La Autora.

ANEXO No 8

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA (5 AÑOS)

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA					
DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mesero	3687,94	4056,73	4462,41	4908,65	5399,51

Fuente: Anexo: 7; (Incremento del 10% Insectoría del Trabajo)

Elaboración: La Autora

ANEXO No 9

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS							
DENOMINACIÓN	PRECIO	CANTIDAD/AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tarrinas (ciento)	\$ 7,00	115	\$ 805,00	\$ 833,18	\$ 862,34	\$ 892,52	\$ 923,76
Porta servilletas (unidad)	\$ 1,75	5	\$ 8,75	\$ 9,06	\$ 9,37	\$ 9,70	\$ 10,04
Fundas plásticas grande(ciento)	\$ 2,30	115	\$ 264,50	\$ 273,76	\$ 283,34	\$ 293,26	\$ 303,52
Fundas plásticas pequeña(ciento)	\$ 0,50	115	\$ 57,50	\$ 59,51	\$ 61,60	\$ 63,75	\$ 65,98
Funda de papel mediana(ciento)	\$ 3,50	115	\$ 402,50	\$ 416,59	\$ 431,17	\$ 446,26	\$ 461,88
Frascos plásticos(unidad)	\$ 0,60	10	\$ 6,00	\$ 6,21	\$ 6,43	\$ 6,65	\$ 6,89
Servilletas (500 unidades)	\$ 2,00	100	\$ 200,00	\$ 207,00	\$ 214,25	\$ 221,74	\$ 229,50
TOTAL			\$ 1.744,25	\$ 1.805,30	\$ 1.868,48	\$ 1.933,88	\$ 2.001,57

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación)

Elaboración: La Autora.

ANEXO No 10
PRESUPUESTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

PRESUPUESTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO												
Nº	NÓMINA	CARGO	SBU	DECIMO 3er	DECIMO 4to	APORTE INDIVIDUA L IESS %9.35	TOTAL A PAGAR	APORTE PATRONA L 11.15%	APORTE IECE 0.5%	APORTE SECAP 0.5%	REMUNERA CIONES MENSUALES DE LA EMPRESA	TOTAL ANUAL
1	N.N	Gerente Propietario	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 32,73	\$ 317,28	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 448,19	\$ 5.378,24
1	N.N	Cajera	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 18,17	\$ 22,44	\$ 217,56	\$ 26,76	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 307,33	\$ 3.687,94
TOTAL											\$ 755,51	\$ 9.066,18

Fuente: Códigos sectoriales, IESS
Elaboración: La Autora

ANEXO No 11
PROYECCIÓN DE PERSONAL ADMINISTRATIVO (5 AÑOS)

PROYECCIÓN DE PERSONAL ADMINISTRATIVO					
DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente propietaria	\$ 5.378,24	\$ 5.916,06	\$ 6.507,67	\$ 7.158,44	\$ 7.874,28
Cajera	\$ 3.687,94	\$ 4.056,73	\$ 4.462,41	\$ 4.908,65	\$ 5.399,51
TOTAL	\$ 9.066,18	\$ 9.972,80	\$ 10.970,08	\$ 12.067,09	\$ 13.273,79

Fuente: Anexo: 10; (Incremento del 10% Inspectoría del Trabajo)
Elaboración: La Autora

ANEXO No 12
SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS								
DENOMINACIÓN	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	Min.	\$ 0,11	900	\$ 99,00	\$ 102,47	\$ 106,05	\$ 109,76	\$ 113,60
Luz	Kw/h	\$ 0,15	3500	\$ 525,00	\$ 543,38	\$ 562,39	\$ 582,08	\$ 602,45
Agua	Metros cúbicos	\$ 3,75	760	\$ 2.850,00	\$ 2.949,75	\$ 3.052,99	\$ 3.159,85	\$ 3.270,44
TOTAL				\$ 3.474,00	\$ 3.595,59	\$ 3.721,44	\$ 3.851,69	\$ 3.986,49

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación)

Elaboración: La Autora.

ANEXO No 13
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS								
DENOMINACIÓN	VALOR ACTUAL	V. AMORTIZAR	VIDA ÚTIL/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Diferidos	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00	5	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00

Fuente: Cuadro: 30

Elaboración: La Autora

ANEXO No 14
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO						
DENOMINACIÓN	VALOR ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria 1%	\$ 1.482,00	\$ 14,82	\$ 15,34	\$ 15,88	\$ 16,43	\$ 17,01
Equipo de Oficina 1%	\$ 1.317,00	\$ 13,17	\$ 13,63	\$ 14,11	\$ 14,60	\$ 15,11
Muebles y Enseres 1%	\$ 1.020,00	\$ 10,20	\$ 10,56	\$ 10,93	\$ 11,31	\$ 11,70
Equipo de Computación 1%	\$ 1.185,00	\$ 11,85	\$ 12,26	\$ 12,69	\$ 13,14	\$ 13,60
TOTAL		\$ 50,04	\$ 51,79	\$ 53,60	\$ 55,48	\$ 57,42

Fuente: Cuadros: 24, 26, 27, 28.

Elaboración: La Autora.

ANEXO No 15
DEPRECIACIONES

DEPRECIACIÓN					
DENOMINACIÓN	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VADA ÚTIL(AÑOS)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Oficina	\$ 1.317,00	\$ 131,70	\$ 1.185,30	10	\$ 118,53
Maquinaria y Equipo	\$ 1.482,00	\$ 148,20	\$ 1.333,80	10	\$ 133,38
Muebles y Enseres	\$ 1.020,00	\$ 102,00	\$ 918,00	10	\$ 91,80
Equipo de Cocina	\$ 1.490,00	\$ 149,00	\$ 1.341,00	10	\$ 134,10
Instalaciones	\$ 2.000,00	\$ 200,00	\$ 1.800,00	10	\$ 180,00
TOTAL					\$ 657,81

Fuente: Cuadros: 23, 24, 25, 26, 27.

Elaboración: La Autora.

ANEXO No 16
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN					
DENOMINACIÓN	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL 33%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Computación	\$ 1.185,00	\$ 391,05	\$ 793,95	3,33	\$ 238,42
TOTAL					\$ 238,42

Fuente: Cuadro: 28
Elaboración: La Autora

ANEXO No 17
ÚTILES DE ASEO

ÚTILES DE ASEO								
DENOMINACIÓN	UNIDAD	PRECIO UNIT.	CANT./AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Escoba	unidad	\$ 1,50	24	\$ 36,00	\$ 37,26	\$ 38,56	\$ 39,91	\$ 41,31
Trapeador	unidad	\$ 2,00	24	\$ 48,00	\$ 49,68	\$ 51,42	\$ 53,22	\$ 55,08
Recojedor de basura	unidad	\$ 1,50	6	\$ 9,00	\$ 9,32	\$ 9,64	\$ 9,98	\$ 10,33
Basurero	unidad	\$ 20,00	3	\$ 60,00	\$ 62,10	\$ 64,27	\$ 66,52	\$ 68,85
Toalla	unidad	\$ 5,00	12	\$ 60,00	\$ 62,10	\$ 64,27	\$ 66,52	\$ 68,85
Jabón	unidad	\$ 0,50	36	\$ 18,00	\$ 18,63	\$ 19,28	\$ 19,96	\$ 20,66
Desinfectante	litros	\$ 2,00	24	\$ 48,00	\$ 49,68	\$ 51,42	\$ 53,22	\$ 55,08
TOTAL				\$ 279,00	\$ 288,77	\$ 298,87	\$ 309,33	\$ 320,16

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación)
Elaboración: La Autora

ANEXO No 18
ÚTILES DE OFICINA

ÚTILES DE OFICINA								
DENOMINACIÓN	UNIDADES	PRECIO UNIT.	CANTIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Memoria 4GB	Unidad	\$ 22,00	1	\$ 22,00	\$ 22,77	\$ 23,57	\$ 24,39	\$ 25,25
Esferos	Unidad	\$ 1,00	12	\$ 12,00	\$ 12,42	\$ 12,85	\$ 13,30	\$ 13,77
Papel bon	Resma	\$ 3,50	3	\$ 10,50	\$ 10,87	\$ 11,25	\$ 11,64	\$ 12,05
Tinta para impresora	Unidad	\$ 7,00	2	\$ 14,00	\$ 14,49	\$ 15,00	\$ 15,52	\$ 16,07
Calculadora	Unidad	\$ 12,00	1	\$ 12,00	\$ 12,42	\$ 12,85	\$ 13,30	\$ 13,77
TOTAL				\$ 70,50	\$ 72,97	\$ 75,52	\$ 78,16	\$ 80,90

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación)

Elaboración: La Autora.

ANEXO No 19
PUBLICIDAD

PUBLICIDAD							
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cuñas por Radio	360	\$ 2,40	\$ 864,00	\$ 894,24	\$ 925,54	\$ 957,93	\$ 991,46
Hajas valantes	1000	\$ 0,02	\$ 20,00	\$ 20,70	\$ 21,42	\$ 22,17	\$ 22,95
TOTAL			\$ 884,00	\$ 914,94	\$ 946,96	\$ 980,11	\$ 1.014,41

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación)

Elaboración: La Autora

ANEXO No 20
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO				
CAPITAL: 10000				
INTERÉS: 15,50% ANUAL				
TIEMPO: 5 AÑOS				
PAGO: SEMESTRAL				
CUOTAS	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO FINAL
0				\$ 10.000,00
1	\$ 1.000,00	\$ 775,00	\$ 1.775,00	\$ 9.000,00
2	\$ 1.000,00	\$ 697,50	\$ 1.697,50	\$ 8.000,00
3	\$ 1.000,00	\$ 620,00	\$ 1.620,00	\$ 7.000,00
4	\$ 1.000,00	\$ 542,50	\$ 1.542,50	\$ 6.000,00
5	\$ 1.000,00	\$ 465,00	\$ 1.465,00	\$ 5.000,00
6	\$ 1.000,00	\$ 387,50	\$ 1.387,50	\$ 4.000,00
7	\$ 1.000,00	\$ 310,00	\$ 1.310,00	\$ 3.000,00
8	\$ 1.000,00	\$ 232,50	\$ 1.232,50	\$ 2.000,00
9	\$ 1.000,00	\$ 155,00	\$ 1.155,00	\$ 1.000,00
10	\$ 1.000,00	\$ 77,50	\$ 1.077,50	\$ 0,00
TOTAL	\$ 10.000,00	\$ 4.262,50	\$ 14.262,50	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

ANEXO No 21
ARRIENDO DE LOCAL

ARRIENDO DE LOCAL						
DENOMINACIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	\$ 60	\$ 720	\$ 745,20	\$ 771,28	\$ 798,28	\$ 826,22
TOTAL	\$ 60	\$ 720	\$ 745,20	\$ 771,28	\$ 798,28	\$ 34,43

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación)
Elaboración: La Autora.

ANEXO No 22
COMBUSTIBLE

COMBUSTIBLE								
DENOMINACIÓN	UNIDAD	PRICIO	CANTIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gas Industrial	Tanque	\$ 15,00	270	\$ 4.050,00	\$ 4.191,75	\$ 4.338,46	\$ 4.490,31	\$ 4.647,47
Carbón	Saco	\$ 10,00	360	\$ 3.600,00	\$ 3.726,00	\$ 3.856,41	\$ 3.991,38	\$ 4.131,08
TOTAL				\$ 7.650,00	\$ 7.917,75	\$ 8.194,87	\$ 8.481,69	\$ 8.778,55

Fuente: Investigación directa (Incremento 3.5% Inflación)
Elaboración: La Autora.



1.2.2. - EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN EL CANTÓN

Cuadro 4: EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN

CENSOS	TOTAL	URBANO	RURAL	TASA DE CRECIMIENTO INTERCENSAL	EXTENSIÓN TERRITORIAL	DENSIDAD POBLACIONAL
1990	9.850	1.038	8.812			
2001	7.898	967	6.931	-2,0	310.5	25.4

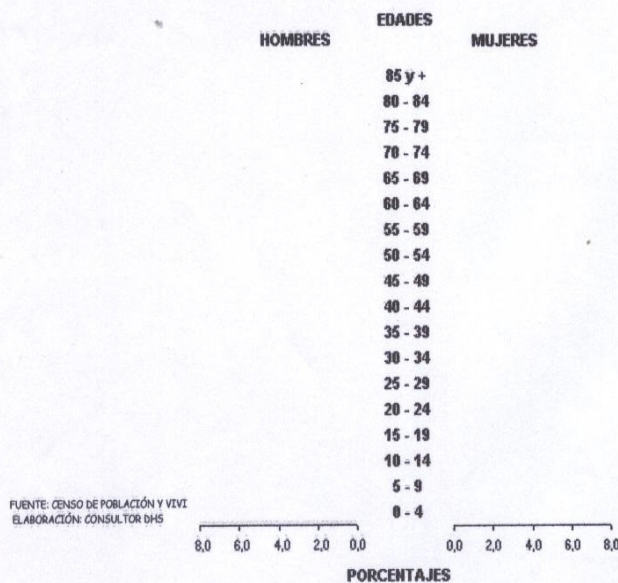
FUENTE: INEC-UNFPA - A.M.E. BOLETIN ESTADISTICO
ELABORACIÓN: CONSULTOR DHS

En los cuadros 1 y 3 se presenta la población real del Cantón, según el Censo Nacional de Población del año 2001, mientras en el cuadro 4, se presenta las proyecciones y matemáticas, tomando como referencia los Censos Nacionales de 1990 Y 2001 los resultados revelan que Chaguarpamba, va sufriendo una paulatina disminución de la población, debido fundamentalmente a la falta de oferta de empleos y de crédito para reactivar la economía local. Además, de que en el cantón Chaguarpamba el 87,8% de su población total vive en el área rural.

Cuadro 5: POBLACIÓN DEL CANTON CHAGUARPAMBA SEGÚN CENSO 2001

POBLACIÓN DEL CANTON CHAGUARPAMBA			
PARROQUIA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
CHAGUARPAMBA	967	458	509
PERIFERIA	2.969	1.514	1.455
BUENA VISTA	1.319	656	663
EL ROSARIO	579	308	271
SANTA RUFINA	1.294	669	625
AMARILLOS	770	407	363
TOTAL	7.898	4.012	3.886

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2001 INEC
ELABORACIÓN: CONSULTOR DHS





PROVINCIA DE LOJA



Diffusión de Resultados Definitivos del VI Censo de Población y V de Vivienda 2001 -- Julio 2002

PRESENTACIÓN

El INEC es una entidad científica y técnica, cuya finalidad es producir y difundir permanentemente información estadística que permita un adecuado conocimiento de la realidad socio-económica del país. Los siguientes cuadros y gráficos presentan algunos análisis y evoluciones de la población y vivienda de la Provincia de Loja, según las cifras definitivas del Censo del 2001. Y aprovechamos la ocasión para agradecer públicamente a las autoridades seccionales, profesores de las escuelas y colegios, así como a los estudiantes que hicieron factible la realización de este evento.

Eco. Carlos Cortez Castro
Director General del INEC

POBLACIÓN DEL ECUADOR Y DE LA PROVINCIA DE LOJA

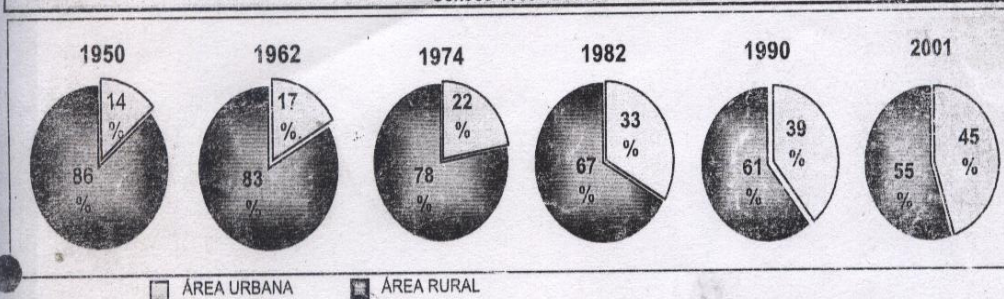
Censo 1950-2001

AÑO	ECUADOR	LOJA	%
1950	3.202.757	216.802	6,8
1962	4.564.080	285.448	6,3
1974	6.521.710	342.339	5,2
1982	8.138.974	360.767	4,4
1990	9.697.979	384.698	4,0
2001	12.156.608	404.835	3,3

El porcentaje (%) expresa la participación de la provincia en relación al país.

LOJA: EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA Y RURAL

Censos 1950 - 2001



LOJA: POBLACIÓN POR SEXO, TASAS DE CRECIMIENTO E ÍNDICE DE MASCULINIDAD, SEGÚN CANTONES. CENSO 2001

CANTONES	POBLACIÓN						IM (H/M)*100	Cantón/Prov. %
	TOTAL	TCA %	HOMBRES	%	MUJERES	%		
TOTAL PROVINCIA	404.835	0,5	197.595	48,8	207.240	51,2	95,3	100,0
LOJA	175.077	1,7	83.121	47,5	91.956	52,5	90,4	43,2
CALVAS	27.604	-0,6	13.578	49,2	14.026	50,8	96,8	6,8
CATAMAYO	27.000	1,7	13.328	49,4	13.672	50,6	97,5	6,7
GELICA	13.358	-0,6	6.772	50,7	6.586	49,3	102,8	3,3
CHAGUARPAMBA	7.898	-2,0	4.012	50,8	3.886	49,2	103,2	2,0
ESPIÑOLA	15.750	-1,3	8.015	50,9	7.735	49,1	103,6	3,9
GONZANAMA	14.987	-1,3	7.563	50,5	7.424	49,5	101,9	3,7
MACARÁ	18.350	0,0	9.229	50,3	9.121	49,7	101,2	4,5
PALTAS	24.703	-0,9	12.305	49,8	12.398	50,2	99,2	6,1
PUYANGO	15.505	-0,7	7.894	50,9	7.611	49,1	103,7	3,8
SARAGURO	28.029	0,3	13.012	46,4	15.017	53,6	86,6	6,9
SOZORANGA	7.994	-1,8	3.924	49,1	4.070	50,9	96,4	2,0
ZAPOTILLO	10.940	0,6	5.913	54,0	5.027	46,0	117,6	2,7
PINDAL	7.351	-0,1	3.747	51,0	3.604	49,0	104,0	1,8
QUILANGA	4.582	-1,7	2.351	51,3	2.231	48,7	105,4	1,1
OLMEDO	5.707	-1,3	2.831	49,6	2.876	50,4	98,4	1,4

TCA = Tasa de Crecimiento Anual del período 1990 - 2001.

IM = Índice de Masculinidad

Cantón Loja = 43,2% de la población de la provincia

H = Hombre; M = Mujeres

ÍNDICE

k. ÍNDICE

<u>CONTENIDO</u>	<u>PÁGINA</u>
CERTIFICACIÓN.....	I
AUTORÍA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
b.1. Resumen en castellano.....	2
b.2. Summary in English	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
1. MARCO REFERENCIAL.....	10
1.1. Generalidades del cantón Chaguarpamba	10
1.2. Restaurante de pollos a la brasa.....	11
1.2.1. Definición	11
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1. Estudio de mercado	11
2.2. Mercado.....	11
2.3. Estructura del mercado	11
2.4. Mercado del proyecto.....	11
3. Clases de mercado	12
3.2 Marketing Social	13
3.3. Análisis de la Demanda	13

3.4. Estudio de la oferta	14
4. ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	15
4.1. Fundamentos de la administración de la producción.....	15
4.2. Definición de la producción	15
4.3. Funciones de la administración de la empresa.....	16
4.4. Sistemas	16
4.5. Decisiones	16
4.6. Planeación y control de la producción (pcp)	16
4.6.1. Finalidades y funciones de la pcp	16
4.6.2. Organización de la planeación de la producción	17
4.6.3. Control de la producción	17
5. PRESUPUESTOS	18
5.1. Metodología para elaborar presupuestos	18
5.2. Clasificación de presupuestos.....	19
6. COSTOS.....	21
7. INGRESOS.....	22
8. PUNTO DE EQUILIBRIO	22
9. PRECIO UNITARIO DE VENTA	22
10. ESTADOS FINANCIEROS.....	22
10.1. Balance general.....	22
10.2. Estado de resultados	22
10.3. Estado Pro forma del movimiento de efectivo o flujo de caja.....	23
1. FLUJO DE CAJA	23
12. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS.....	23

12.1. Valor Actual Neto (VAN)	23
12.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	23
12.3. Relación Beneficio Costo (B/C)	23
12.4. Período de Recuperación de la Inversión.....	24
12.5. Análisis de Sensibilidad	24
e. MATERIALES Y MÉTODOS	25
f. EXPOSICIÓN DE RESULTADOS.....	29
ESTUDIO DE MERCADO.....	29
Análisis e interpretación de las encuestas	29
Demanda potencial.....	35
Demanda actual.....	36
Demanda efectiva.....	36
Análisis y determinación de la oferta.....	37
Demanda insatisfecha	37
Estrategia comercial	37
Plaza.....	37
Precio	38
Producto	38
Promoción	39
ESTUDIO TÉCNICO.....	40
Determinación del tamaño de la planta.....	40
Capacidad instalada	41
Capacidad utilizada.....	41
Proceso de producción	42

Localización de la empresa.....	50
Justificación de la macrolocalización.....	51
Justificación de la microlocalización	52
Distribución física de la planta.....	52
Requerimientos técnicos	54
ESTUDIO ECONÓMICO.....	58
Inversión del proyecto	58
Inversiones en activo fijo	58
Activos diferidos	61
Capital de trabajo	61
Resumen de la inversión prevista.....	62
Financiamiento de la inversión	62
Presupuesto de operación.....	63
Gastos generales de fabricación	63
Gastos de operación	64
Gastos financieros.....	64
Presupuesto de operación para la vida útil del proyecto.....	65
Clasificación de los costos fijos y variables primer año	66
Costo unitario	67
Precio unitario	67
Ingresos por ventas.....	67
Estado de pérdidas y ganancias.....	68
Punto de equilibrio.....	68
Proyección de costos fijos y variables 1, 3 y 5 año.....	75

Flujo de caja.....	76
Valor actual neto	76
Tasa interna de retorno	77
Relación beneficio costo	79
Periodo de recuperación de capital	79
Análisis de sensibilidad	80
Organización legal.....	83
Organización administrativa	83
Manual de funciones	83
Organigramas	87
g. CONCLUSIONES	91
h. RECOMENDACIONES	93
i. BIBLIOGRAFÍA	94
j. ANEXOS	95
k. ÍNDICE.....	113

TABLA DE CUADROS

TABLA DE CUADROS

PÁGINA

Cuadro No 1	
Proyección de la Población cantón Chaguarpamba	26
Cuadro No 2	
Distribución muestral	28
Cuadro No 3	
Actividad u ocupación de los encuestados.....	29
Cuadro No 4	
Consumo de pollo.....	29
Cuadro No 5	
Consumo de pollo a la brasa	30
Cuadro No 6	
Futuros clientes del Restaurante de pollos a la brasa.....	30
Cuadro No 7	
Cantidad de pollo a la brasa que consumirá al mes.....	30
Cuadro No 8	
Consumo mensual total	31
Cuadro No 9	
Consumo promedio	31
Cuadro No 10	
Lugar donde consume pollo a la brasa	32
Cuadro No 11	
Calidad del producto.....	32
Cuadro No 12	
Ubicación del Restaurante de Pollos a la Brasa.....	33
Cuadro No 13	
Medio de comunicación y programa de mayor sintonía	33
Cuadro No 13.1	
Programa de Radio.....	34

Cuadro No 13.2.	
Sección periódico	34
Cuadro No 13.3.	
Programa de televisión	34
Cuadro No 14	
Precio que pagaría por cada pollo brasa.....	35
Cuadro No 15	
Demanda Potencial	35
Cuadro No 16	
Proyección de la Demanda Potencial	36
Cuadro No 17	
Demanda Actual Proyectada	36
Cuadro No 18	
Demanda Efectiva	36
Cuadro No 19	
Demanda Insatisfecha	37
Cuadro No 20	
Publicidad	40
Cuadro No 21	
Determinación de la Capacidad Instalada.....	41
Cuadro No 22	
Determinación de la Capacidad Utilizada.....	41
Cuadro No 23	
Instalaciones.....	58
Cuadro No 24	
Maquinaria y Equipo	59
Cuadro No 25	
Equipo de Cocina	59

Cuadro No 26	
Muebles y Enseres	59
Cuadro No 27	
Equipo de Oficina	60
Cuadro No 28	
Equipo de Computación.....	60
Cuadro No 29	
Útiles de Cocina.....	60
Cuadro No 30	
Activos Diferidos	61
Cuadro No 31	
Capital de Trabajo	61
Cuadro No 32	
Resumen de la Inversión	62
Cuadro No 33	
Financiamiento	63
Cuadro No 34	
Presupuesto de Operación	65
Cuadro No 35	
Clasificación de Costos Fijos y Variables.....	66
Cuadro No 36	
Ingreso por Ventas	67
Cuadro No 37	
Estado de Pérdidas o Ganancias.....	68
Cuadro No 38	
Proyección de Costos Fijos y Variables 1 ^{er} , 3 ^{er} y 5 ^{to} año.....	75
Cuadro No 39	
Flujo de Caja	76

Cuadro No 40	
Valor Actual Neto.....	77
Cuadro No 41	
Tasa Interna de Retorno.....	78
Cuadro No 42	
Relación Beneficio Costo.....	79
Cuadro No 43	
Periodo de Recuperación de Capital.....	80
Cuadro No 44	
Análisis de sensibilidad con incremento en Costos.....	81
Cuadro No 45	
Análisis de sensibilidad con disminución en Ingresos.....	82

TABLA DE GRÁFICOS

TABLA DE GRÁFICOS**PÁGINAS**

Gráfico No 1 Esquema de comercialización	38
Gráfico No 2 Presentación del producto	39
Gráfico No 3 Hoja volante	40
Gráfico No 4 Flujograma de proceso para el pollo a la brasa	43
Gráfico No 5 Flujograma de proceso para el consomé	45
Gráfico No 6 Flujograma de proceso para el arroz	47
Gráfico No 7 Flujograma de proceso para la papa	49
Gráfico No 8 Macrolocalización del Restaurante de pollos a la brasa	51
Gráfico No 9 Microlocalización del Restaurante de pollos a la brasa	52
Gráfico No 10 Distribución Física de la planta	53
Gráfico No 11 Peladora de papa	54
Gráfico No 12 Picadora de papa	54
Gráfico No 13 Horno eléctrico	54
Gráfico No 14 Refrigerador	55
Gráfico No 15 Cocina Industrial	55
Gráfico No 16 Licuadora	55

Gráfico No 17 Freidora de papa	55
Gráfico No 18 Térmica	56
Gráfico No 19 Pinza	56
Gráfico No 20 Cuchillo	56
Gráfico No 21 Charol	56
Gráfico No 22 Vajilla	57
Gráfico No 23 Punto de Equilibrio para el primer año	70
Gráfico No 24 Punto de equilibrio para el tercer año CERTIFICACIÓN	72
Gráfico No 25 Punto de equilibrio para el quinto año CERTIFICACIÓN	74
Gráfico No 26 Organigrama estructural CERTIFICACIÓN	88
Gráfico No 27 Organigrama Funcional CERTIFICACIÓN	89
Gráfico No 28 Organigrama Posicional CERTIFICACIÓN	90

TABLA DE ANEXOS

<u>TABLA DE ANEXOS</u>	<u>PÁGINAS</u>
Anexo 1 Resumen del proyecto	95
Anexo 2 Encuesta dirigida a los consumidores	98
Anexo 3 Presupuesto de materia prima directa	100
Anexo 4 Presupuesto de mano de obra directa	101
Anexo 5 Proyección de mano de obra directa	101
Anexo 6 Presupuesto de materia prima indirecta	102
Anexo 7 Presupuesto de mano de obra indirecta	102
Anexo 8 Proyección de mano de obra indirecta	103
Anexo 9 Presupuesto de materiales indirectos	103
Anexo 10 Presupuesto de personal administrativo	104
Anexo 11 Proyección de personal administrativo	104
Anexo 12 Servicios básicos	105
Anexo 13 Amortización de activos diferidos	105
Anexo 14 Reparación y mantenimiento	106
Anexo 15 Depreciaciones	106
Anexo 16 Depreciación de equipo de computación	107

Anexo 17	
Útiles de aseo	107
Anexo 18	
Útiles de oficina	108
Anexo 19	
Publicidad	108
Anexo 20	
Amortización del préstamo	109
Anexo 21	
Arriendo de local	110
Anexo 22	
Combustible	110
Anexo 23	
Fascículo del INEC 2001	111.
Anexo 24	
Fascículo de Población urbana y rural del cantón Chaguarpamba	112