



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA
SUCURSAL DEL ASADERO DE POLLOS RIKO PIKO EN EL
CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE
ORELLANA”**

Tesis previa a la obtención del Grado
de Ingeniero Comercial

AUTOR:

Félix Francisco Pinza Rogel

DIRECTOR:

Ing. Com. Edison Espinosa Bailón MAE.

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Edison Espinoza Bailón MAE.
DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la presente tesis de grado titulado, “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DEL ASADERO DE POLLOS RIKO PIKO EN EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA**” realizado por el postulante: **Félix Francisco Pinza Rogel**, previo a optar por el grado de Ingeniero Comercial, ha sido orientada y revisada bajo mi dirección y además cumple con todos los requerimientos establecidos por las Normas Generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, modalidad de estudios a distancia tanto en aspectos de fondo y forma, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines consiguientes.

Loja, Noviembre del 2015



Ing. Com. Edison Espinoza Bailón MAE.
DIRECTOR DE TESIS.

AUTORÍA

Yo, Félix Francisco Pinza Rogel, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Félix Francisco Pinza Rogel

Firma:



Cédula: 2100293964

Fecha: Loja, Noviembre del 2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Félix Francisco Pinza Rogel, declaro ser autor de la Tesis titulada: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DEL ASADERO DE POLLOS RIKO PIKO EN EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA”**, como requisito para optar al Grado de: INGENIERO COMERCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 13 días del mes de Noviembre del dos mil quince, firma el autor.

Firma:.....

Autor: Félix Francisco Pinza Rogel

Cédula: 2100293964

Dirección: El Coca, Barrio Las Américas. Calles Nicolás Torres y Río Huano

Correo Electrónico: felix_pinza@yahoo.es

Celular: 0988341451

DATOS COMPLEMENTARIOS.

Director de Tesis: Ing. Com. Edison Espinosa Bailón MAE.

TRIBUNAL DE GRADO:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

PRESIDENTE

Vocal

Vocal

DEDICATORIA

Con infinito amor dedico este trabajo investigativo primeramente a Dios por darme la oportunidad de vivir, a mi entrañable Madre, por su ejemplo de lucha cuando estuvo en vida, y por sus sabios consejos que me sirven para mirar siempre hacia adelante.

A mí querido Padre, por su cariño, fortaleza y apoyo constante, que me brindan seguridad para hacer realidad mis sueños.

A mi Esposa, por permanecer a mi lado y apoyarme en cada una de mis decisiones.

Pero de manera muy especial a mis queridos Hijos: razones y fuentes de inspiración para luchar y alcanzar mis metas más anheladas.

Félix Francisco Pinza Rogel

AGRADECIMIENTO

A la U.N.L, Modalidad de Estudios a Distancia que me abrió sus puertas y me dio la oportunidad de educarme y convertirme en un profesional responsable y eficaz.

Doy gracias a mi querido Padre Dios por darme la vida y salud para seguir adelante y cumplir mis objetivos y metas trazadas en el transcurso de mi vida.

A mis maestros universitarios, al personal de la misma así como también al Ing.Com Edison Espinoza Bailón Mg. Sc, Director de mi Tesis, por su acertada y permanente asesoría para la culminación de este trabajo motivo de investigación.

Félix Francisco Pinza Rogel

a. TÍTULO:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA
SUCURSAL DEL ASADERO DE POLLOS RIKO PIKO EN EL
CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE
ORELLANA”**

b. RESUMEN

El objetivo de la presente investigación se basa en la importancia de elaborar un plan de negocios para la apertura de una sucursal del asadero de pollos Riko Piko en el Cantón la Joya de los Sachas, Provincia de Orellana”, en la cual se utilizaron diferentes métodos y técnica tales como el método Deductivo el cual permitió conocer el requerimiento de pollos asados en el cantón Joya de los Sachas, el Método Inductivo con el cual se llegó a obtener la conclusión general como es la determinación del plan de negocios, el Método Estadístico el cual permitió elaborar la parte estadística del manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. En el estudio de mercado realizado en el Cantón Joya de los Sachas, con una muestra de 384 encuestas a demandantes y 6 establecimientos similares; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado del cantón Joya de los sachas, determinando la Demanda Potencial de 10.283 familias, la Demanda Real 9.998 familias, Demanda Efectiva 8.887 familias, quienes consumen 168850 pollos anuales, La Oferta de 14170 pollos al año y la Demanda Insatisfecha de 154680 pollos , el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto. La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 59488 pollos y cuya capacidad utilizada será de 29744 libras pollos asados, de los cuales se producirá el 50% de la capacidad utilizada para el primer año, además se determina la localización de la misma que estará

ubicada en la ciudad de joya de los sachas. El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

El proyecto alcanza una inversión de 44708,99 dólares y se financiará con un aporte de los socios del 10.57% del total de la inversión que corresponde a 4708.99 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 89.46% que corresponde a 40.000 dólares al 15% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 578883.74 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 241.61%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 años, 6 meses y 22 días, la relación benéfico costo es de 1.75 esto es que por cada dólar invertido la empresa generara 0,75 centavos de dólar, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 37% y disminuidos en un 63%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios. Finalmente se concluye que el presente proyecto de investigación es factible por cuanto cumple con todos los procesos técnicos y financieros que demuestran su viabilidad; y, se recomienda cconsiderar por parte de los inversionistas privados el presente estudio, puesto que garantiza una rentabilidad y un posicionamiento dentro de la industria culinaria.

ABSTRACT.

The implementation of this thesis, is the ultimate importance of the company to create in the canton Sachas jewel of the province of Orellana, in order to promote the industry, creating a source of work, etc.

The overall objective of this research is to establish a business plan for opening a branch of Asadero Riko Piko chickens in Canton Joya de los Sachas Orellana Province, which allowed use different methods and techniques that support research perform, such as deductive method which allowed meet the requirement of chickens roasted in Joya canton Sachas, the inductive method with which they failed to win the overall conclusion as is the determination of the business plan, the statistical method which It allowed compiling the statistics of the management of qualitative and quantitative research data.

In the market study in the Canton Joya de los Sachas, with a sample of 384 surveys plaintiffs and 6 similar establishments; Weighted surveys have been analyzed and the results have been inferred then undertake market analysis Canton Joya de Sacha, determining the potential demand for 10,283 families, 9,998 families Real Demand, Demand Effective 8,887 families who consume chicken 168850 year, the supply of 14170 chickens a year and the unmet demand of 154680 chickens, which allowed us to determine that the project can and should be run by the results of the analysis of demand, supply and marketing levels for this product.

The installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 59488 chickens and whose capacity will be used 29744 pounds roasted chickens, of which produce 50% of capacity utilization for the first year, plus the location is determined the same that will be located in the city jewel Sacha. The production process requires the use of suitable equipment, which will guarantee for a quality product and moderate prices.

The project reaches an investment of \$ 44,708.99 and will be financed by a contribution of the partners of 10.57% of the total investment corresponds to \$ 4708.99 and a loan that will keep the project with the Development Bank shall constitute the corresponding 89.46% \$ 40,000 15% annual interest.

The financial evaluation presents the following results: According to the NPV of this project gives us a positive value of \$ 578883.74, indicating that the project or investment is suitable.

For the present project is 241.61% IRR and this satisfactory value for the project, the time required to recover the original investment would be 0 years, 1 month and 13 days, the cost benefit ratio is 1.75 this is that every dollar the company generated 0.75 cents, for this project, the sensitivity values are less than one, thus not affecting the project changes in costs and revenues increased 37% and decreased by 63 % respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

Then the most significant and recommendations of the project is proposed.

c. - INTRODUCCIÓN

El emprendimiento en nuevos negocios requiere de una especialización más profunda y actualización constante para mantenerse a la vanguardia y en la capacidad de competir y adaptarse a las tendencias del nuevo milenio.

Esto conlleva a que los inversionistas, emprendedores y empresarios busquen obtener información confiable al momento de decidir el uso y aplicación de su capital. Por ello, es indispensable la investigación técnica con parámetros que permitan diagnosticar la situación actual para la cristalización de sus objetivos.

Durante años, el crecimiento económico ha permitido que aumente la tendencia a crear empresa y los empresarios ven a la gastronomía como una gran oportunidad, puesto que es un negocio que genera empleo y a la vez utilidades, brindando atractivas condiciones, puesto que la necesidad de alimentarse y disfrutar de un momento agradable es indispensable para todo ser humano.

La sociedad, cada día, tiende a ser más afanada por el tiempo, todo pasa más rápido y ya el tiempo no alcanza, puesto que se ha convertido en un factor limitante. Las familias, los trabajadores y hasta los mismos niños, comen cada vez menos en sus casas.

La tendencia está en alimentarse fuera del hogar, así que recurren a restaurantes, algo que les haga más fácil la vida, donde puedan socializar a la vez y donde se les ahorre tiempo. Las personas cada día buscan en estos

sitios un factor que los diferencie de los demás, que les brinde un mejor servicio, mejor calidad e innovación en la preparación de los alimentos.

En esta línea el Cantón Puerto Francisco de Orellana, cuenta con un Asadero de Pollos denominado “Riko Piko”; el cual ha prestado un servicio de calidad por varios años a los habitantes de este sector, brindando un alimento digno de servirse en una mesa familiar sin químicos, ni preservantes, buscando ser la solución para todas aquellas familias con poca disponibilidad de tiempo para cocinar alimentos nutritivos.

Servicio que ha tenido gran acogida, por ello se ha pensado en la creación de una sucursal en el Cantón Joya de los Sachas de la Provincia de Orellana, ciudad que ha experimentado en los últimos años un crecimiento sostenido, incrementándose la población y con ella una demanda insatisfecha; hecho que daría la pauta para que se siga impulsando un prolongado y sostenido crecimiento basado en la inversión económica.

En esta región del país, el crecimiento económico ha provocado un ritmo de vida acelerado, ello hace que se requiera de alternativas de consumo para las que se necesite poco tiempo.

En atención a este requerimiento de la ciudadanía, se analiza la posibilidad de brindar un servicio de comidas al momento, en forma eficaz y a la temperatura adecuada, considerando que los asaderos de pollo, adquieren cada vez más importancia en el mercado, por su aporte nutricional, ya que el pollo asado ofrece una carne con excelentes cualidades nutricionales, fácilmente digerible, pues la mayor cantidad de su grasa es eliminada en el proceso de asado.

El pollo asado es una de las formas más habituales y deliciosas de comer esta carne debido a su fácil preparación y que admite muchas variaciones, sobre todo si lo rellenamos con uvas, ciruelas, frutos secos, limón, manzana, especias, entre otros.

El negocio de los alimentos es importante ya que además de brindar alimentos nutritivos para la población, genera empleo permitiendo el desarrollo de una región.

De acuerdo a los estudios realizados se ha podido determinar la factibilidad de este plan de negocios el mismo que permite recomendar su implementación tanto desde el punto de vista económico como financiero.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL.

“La población mundial crece a un ritmo acelerado y las fuentes proteicas de origen animal decrecen en la misma medida en que los países se desarrollan social y económicamente. La rama avícola nos da la posibilidad de brindar alimentos proteicos de alto valor biológico en corto tiempo, siempre que se utilizan animales de un alto potencial genético, y se aplique las medidas de manejo, higiene y alimentación correctamente.

La Industria avícola constituye una rama de la producción pecuaria que se ha caracterizado por un desarrollo gradual y continuo que alcanzó en los últimos años una elevada proporción en el mercado mundial con relación al resto de las ramas de la producción pecuaria. Este trabajo se realizó en una granja de reproductoras ligeras la cual se halló dentro de las primeras en el país en esa rama de la producción para el desarrollo de este trabajo nos proponemos los siguientes objetivos¹

GRAFICO N° 1

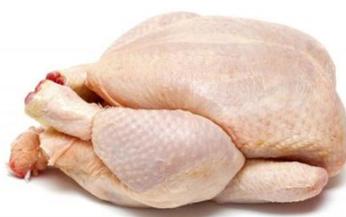
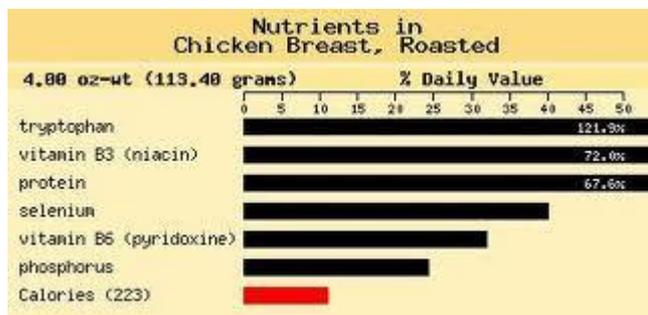


Foto. Autor

¹ (Parra, 1999, Hernández et al, 2009).

BENEFICIOS DEL POLLO PARA LA SALUD.

GRAFICO Nº 2



Fuente: blog.productosecologicossinintermediarios.es

Tiene una importante cantidad de proteínas de alto valor biológico (buena calidad) igual a la carne vacuna.

Vitaminas: aporta del complejo B, que protegen al sistema nervioso, e intervienen en el metabolismo que provee la energía al cuerpo para su normal funcionamiento, etc.

Minerales: posee hierro, que interviene en la formación de los glóbulos rojos y el transporte de oxígeno; fósforo, que forma los huesos y potasio, que es esencial para la contracción muscular y el funcionamiento del corazón. También aporta zinc, que mejora el sistema inmunitario, presente especialmente en sus partes más oscuras.

Es bajo en colesterol, excepto si se lo come con piel, que tiene muy alto contenido de grasas y de colesterol, al igual que sus interiores.²

² ACERENZA, Miguel Ángel; Promoción Turística; Primera Edición; Editorial Trillas; México; 1986; Pág. 49-67

DIFERENTES PARTES DEL POLLO

Pechuga: sin piel: es la parte que contiene menos grasa y colesterol.

Calorías: Media pechuga pesa: 150 g (Una suprema o escalopa chica de pechuga)

Muslo: Tiene menos proteínas que la pechuga y el triple de grasa. Pesa entre 200 a 250 g. Lo comestible (carne sin hueso) pesa 120 a 150 g.

Calorías: Sin piel aporta 128 a 160 calorías y con piel 185 a 215 calorías.

Pata: Al igual que el muslo tienen menos proteínas que la pechuga y el triple de grasa. Pesa 100 a 110 g. Lo comestible (carne sin hueso) pesa 60-65 g.

Calorías: Sin piel aporta 66 a 70 calorías y con piel 120 a 125 calorías.

Ala: pesa 100 g. Lo comestible (carne sin hueso) pesa 40 g.

Calorías: Sin piel aporta 56 calorías y con piel 111 calorías.

Vísceras: contienen cinco veces más cantidad de grasa que el pollo. Aunque las vísceras tienen importantes cantidades de colesterol, poseen un gran aporte mineral y vitamínico.

Hígado: tiene nueve veces más contenido en colesterol que la pechuga, pero mucho más hierro.³

Aporte nutritivo del pollo

El pollo es un alimento rico en proteínas, ya que 100 gramos proporcionan aproximadamente el 65% de la cantidad diaria recomendada de proteínas que necesita de media una persona adulta. La estructura de los seres humanos y los animales se basa en las proteínas. Obtenemos nuestros

³ ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN"; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2010 – 2011

aminoácidos de fuentes de proteínas origen animal y vegetal para luego, reorganizar el nitrógeno de forma que nuestro organismo obtiene el patrón de aminoácidos que necesite.

MARCO CONCEPTUAL

El Plan

Concepto.

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.⁴

Importancia.

Tener un plan, ya se llame **roadmap**, **planning** u objetivos, es algo muy importante, de cara al negocio propio de una empresa. Una empresa, como bien saben muchas personas que desarrollan planes de negocio, tiene, entre sus objetivos, definir a qué se va a dedicar la empresa, sus clientes potenciales (o reales si ya los tiene), sus proveedores, su marco social, cultural... etc, etc.

Esta información, no solo constituye un modelo formal que define a la empresa, sino la mentalidad propia de la empresa a la hora de tomar decisiones, que la hagan acercarse aún más a sus objetivos. Por ello, un

⁴ ROSEMBERG, Jerry M. "DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS", Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2009

plan es importante, nos hace centrarnos en un objetivo concreto, conocido y alcanzable mediante una serie de pasos. Esos pasos se pueden complicar generando otros menores que necesiten ser abarcados antes de proseguir, pero el objetivo, en ese momento sigue siendo el mismo.

Clasificación:

Por su clase:

Planes comunes:

Metas.

Las metas se definen como estados o condiciones futuras que contribuyen al cumplimiento de la finalidad última de la organización. Las metas de una organización dan a sus actividades el sentido básico de dirección. En el término metas se incluyen los propósitos, la misión, la visión, los valores y los objetivos de la empresa.

Propósito.

El propósito de una organización es su papel primario, tal como lo define la sociedad en que opera. Por lo tanto, propósito es un término amplio que se aplica no sólo a una organización dada sino a todas las empresas de su mismo tipo en esa sociedad. En otras palabras, los propósitos son los fines esenciales o directrices que definen la razón de ser, naturaleza y carácter de cualquier grupo social.

Misión.

La misión de una organización es su finalidad específica, que la distingue de otras de su tipo. Se trata de un concepto más limitado que el de propósito.

La misión es la finalidad más amplia que una organización escoge para sí misma. Dentro de los amplios límites del propósito de una organización, cada empresa escoge su misión específica, que se puede describir en términos del producto y mercado, o del servicio y de la clientela a quien sirve.

Si bien el propósito general de las organizaciones es producir bienes y servicios, la misión de una compañía electrónica puede ser producir semiconductores para computadoras. Un hospital cuyo propósito es el cuidado de la salud, puede definir su misión especializándose en el tratamiento de enfermedades respiratorias.

Visión.

Una visión expresa las aspiraciones fundamentales de una organización, apelando por lo general a las emociones e inteligencia de sus miembros. Una declaración de visión dota de “espíritu” a las declaraciones de misión.

Valores.

Son un marco de referencia para la actuación individual y colectiva al normar criterios socialmente aceptados para la interacción, que se suponen en su seguimiento una alta calidad de vida. Los valores constituyen un credo con el que comulgan las personas, y que las identifica y las nutre de una cultura organizacional.

Negocio

Un negocio consiste en un sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de productos o servicios:

Un ejemplo sería la creación de una página web en donde brindemos asesoría gratis sobre negocios, y ganemos dinero por la publicidad que coloquemos en ella.

Pero también, un negocio consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción (por ejemplo, una fábrica de muebles), comercialización (por ejemplo, una tienda de repuestos de autos o una distribuidora) o prestación de servicios (por ejemplo, un restaurante o un taller de mecánica), que beneficien a otras personas.

Negocio es una actividad comercial o social que se ha pensado y que se desea desarrollar. Es una herramienta que nos permite organizar y planificar las actividades que debemos realizar para lograr las metas de nuestra empresa cooperativa.⁵

Existen varias herramientas para desarrollar modelos de negocio, entendidos como la estrategia o plantación de los factores o elementos que compone el negocio.

Plan de Negocios.

“El plan de negocios es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener una respuesta positiva por parte de los inversores.

⁵ MOLINA, Sergio E. ; Turismo y Ecología; Cuarta Edición; Editorial Trillas; México; 1991; Pág.: 37-45 , 51-75

También se trata de una herramienta de uso interno para el empresario, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha; una plataforma de análisis y pruebas, en la que pueden quedar archivados muchos proyectos que no necesariamente sean pobres, sino que quizás necesiten más tiempo y dedicación para conseguir el éxito esperado.

El valor principal de un plan de negocios es la creación de un proyecto escrito que evalúa todos los aspectos de la factibilidad económica de la iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales.⁶

Utilidad de un plan de negocios

Su plan de negocios será útil en varios sentidos. Algunas de las razones por las cuales no debe pasar por alto esta valiosa herramienta.

- En primer lugar, definirá y enfocará su objetivo haciendo uso de información y análisis adecuados.
- Puede usarlo como una herramienta de venta para enfrentar importantes relaciones, incluidas aquellas con sus prestamistas, inversionistas y bancos.
- Puede utilizar el plan para solicitar opiniones y consejos a otras personas, incluidos aquellos que se desenvuelven en el campo comercial que le interesa, quienes le brindarán un consejo inestimable. Con demasiada frecuencia, los empresarios lo estructuran “¡A mi manera!” sin beneficiarse del aporte de expertos, lo que les podría ahorrar bastante desgaste.
- Un plan de negocios puede dejar al descubierto omisiones y/o debilidades de su proceso de planificación.

⁶ Gonzales Salazar Diana M. PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRENDEDORES DE ÉXITO. primera edición 1999, México. editorial mc Graw Hill

Lo que debe evitar en un plan de negocios.

Limitaciones de proyecciones futuras, a largo plazo. Es mejor establecer objetivos a corto plazo y modificar el plan a medida que avanza su negocio. A menudo la planificación a largo plazo se torna insignificante debido a la realidad de su negocio, que puede ser diferente a su concepto inicial.

Evite el optimismo. Pocos planes de negocios anticipan correctamente cuánto dinero y tiempo se requerirá.

No se olvide determinar cuáles serán sus estrategias en caso de adversidades comerciales. Utilice un lenguaje simple al explicar los problemas. Elabórelo de modo que sea fácil de leer y comprender.

No dependa completamente de la exclusividad de su negocio ni de un invento patentado. El éxito toca a quienes comienzan un negocio con una gran economía y no necesariamente con grandes inventos.

Éstos son algunos de los temas recomendados que se pueden adecuar a un plan:

- Declaración de la visión: es un bosquejo conciso de los fines y objetivos de su negocio.
- Las personas: Analice de qué forma se aplicarán sus experiencias previas a su nuevo negocio
- Su perfil del negocio: defina y describa el negocio que tiene en mente y cómo pretende realizarlo exactamente. Intente mantenerse concentrado en el mercado especializado al que desea servir.

- Test económico: proporcione una evaluación completa del entorno económico en el que participará su negocio. Explique de qué forma su negocio será apropiado para las agencias reguladoras y la población con la que tratará. Si corresponde, suministre estudios demográficos y datos del flujo de tráfico comercial que normalmente están disponibles en los departamentos de planificación locales.
- Test del flujo de caja: incluya un flujo de caja de un año que incorpore sus requisitos de capital. Incluya una evaluación de lo que podría salir mal y de qué manera manejaría los problemas.
- Incluya su plan de marketing y expansión.

Seis pasos para un excelente plan de negocios

1. Escriba su concepto básico del negocio.
2. Reúna todos los datos que pueda sobre la factibilidad y los puntos específicos de su concepto del negocio.
3. Focalice y afine su concepto en base a los datos que ha recopilado.
4. Destaque las materias específicas de su negocio. El uso de un enfoque “qué, dónde, por qué, cómo” puede ser de utilidad.
5. Dé a su plan una forma convincente para que no sólo le dé perspectivas y dirección, sino que al mismo tiempo se convierta en una valiosa herramienta para manejar las relaciones comerciales que serán muy importantes para usted.⁷

⁷ <http://www.monografias.com./trabajo 16/componentes – proyecto>

Factores que darán origen a un negocio exitoso

- Un concepto sólido del negocio
- Comprender su mercado
- Industria sólida, creciente y estable
- Administración capaz
- Control financiero adecuado
- Enfoque comercial consecuente

Listado de verificación de un buen plan de negocios:

- Describe una historia coherente, consecuente y cohesiva, centrada en el cliente.
- Define claramente el mercado, sus perspectivas, los clientes, los proveedores y los competidores.
- Contiene una planificación de negocios con estimaciones y pronósticos creíbles.
- Describe de qué manera el negocio logrará ventajas competitivas sostenibles.
- Identifica las estimaciones que más puedan afectar el éxito del negocio, los riesgos potenciales y acciones que puedan atenuarlos;
- cuenta con el apoyo de aquellos que deberán implementarlo; contiene una descripción de las personas involucradas en la administración del negocio.
- Identifica el financiamiento requerido para el negocio.⁸

⁸ Gonzales Salazar Diana M. PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRENDEDORES DE ÉXITO. primera edición 1999, México. editorial mc Graw Hill

Utilidad

Antes de comenzar la redacción del plan de negocios es importante entender las razones que nos llevan a prepararlo. El enfoque y el grado de detalle del plan de negocios dependerán de la decisión que busca sustentar.

Obtención de financiamiento

La mayoría de los planes de negocios se realizan con el fin de obtener algún tipo de financiamiento. En el caso de nuevas ideas de negocios, los bancos, los inversores de capital de riesgo y otros proveedores de capital ponen gran énfasis en el plan de negocios, debido a que esto es muchas veces lo único en lo que pueden basar sus decisiones. Generalmente, el plan de negocios se centrará en las perspectivas de crecimiento del mercado y en las fuentes de ventaja competitiva sostenible para el negocio. El énfasis estará más bien puesto en las consideraciones estratégicas y tácticas, como así también en las proyecciones financieras, más que en el detalle operativo.

Gestión operativa y presupuesto

El plan de negocios puede también aportar la base para la creación de procesos comerciales, descripción de puestos de trabajo, y presupuestos operativos. Puede ofrecer también la base para el análisis y monitoreo del rendimiento. En esta instancia, el plan de negocios dirá poco sobre las consideraciones estratégicas y tácticas. Más bien se centrará en los detalles técnicos, la descripción de los procesos y las especificaciones del producto.

Otros usos

Los motivos comunes por los que se produce un plan de negocios son los de obtener la aprobación o el financiamiento de un proyecto, y el de ayudar a gestionarlo. Sin embargo, el proceso de su preparación puede ser utilizado como un mecanismo mediante el cual se reconcilian visiones conflictivas y se construye el consenso, como así también un mecanismo para la comunicación de la visión, la misión y los objetivos de las grandes empresas. Pueden prepararse también planes de negocios como parte de un proceso licitatorio con el fin de ofrecer bienes o servicios a organismos estatales. El proceso licitatorio es a veces denominado “desfile de belleza” ya que las empresas deberán preparar un plan de negocios que exhiba sus capacidades técnicas, operativas y comerciales con las mejores luces. Podrá utilizarse un desfile de belleza para la distribución del espectro de radio, o el derecho a administrar la lotería nacional u operar los servicios ferroviarios.⁹

A quiénes están dirigidos

Así como no existen dos negocios idénticos, no hay tampoco dos lectores que estén buscando exactamente las mismas cuestiones o mensajes en un plan de negocios. Más aún, las distintas necesidades de los diversos públicos pueden requerir la creación de distintas versiones de un mismo plan de negocios.

Fuentes de financiamiento de capital

Existen organizaciones e individuos que podrán financiar el capital para llevar adelante el plan de negocios.

⁹ <http://www.yahoo.com> “ESTUDIO DE MERCADO”; © Agence Pour la Création d'Entreprises (APCE)

Los familiares y amigos son los primeros a quienes acudimos en busca de apoyo para nuestros pequeños proyectos empresariales.

Los proveedores de sumas mayores de capital o acciones para proyectos empresariales incluyen a inversores de capital de riesgo (venture capitalists), y fondos de private equity, quienes tienen un horizonte temporal de inversión más corto comparado con, por ejemplo, los inversores institucionales. Es posible que los fondos de pensión y otros inversores institucionales ya inviertan en un negocio determinado, y estarán entre los primeros en ser contactados en el momento de requerir capital adicional.

Otra fuente de financiamiento para un negocio que busque una fusión o asociación, se logrará mediante el aporte de nuevo capital a la empresa. Como los proveedores de capital propio o de capital accionario son los últimos en cobrar en caso de quiebra, sus preocupaciones son distintas a las de los banqueros:

- ¿Es realmente sólida la propuesta del negocio?, y ¿existe una fuente identificable de ventaja competitiva sostenible que le permita al negocio una rentabilidad superior al mercado en el largo plazo?
- ¿Cuál es la rentabilidad sobre el patrimonio neto? (ROE-Ver Capítulo 17)
- El equipo de gestión, ¿es lo suficientemente experimentado y capaz?
- ¿Cuenta el plan de negocios con un financiamiento suficiente?, y ¿Qué riesgos hay de que se necesite capital adicional, lo cual llevaría a que se diluya la participación en la sociedad para aquellos que invirtieron en primer término?

- ¿Cuáles son las perspectivas de crecimiento del negocio y el potencial de apreciación del capital y/o incrementos en el flujo de dividendos?
- ¿Qué rentabilidad se ha logrado en ocasión de inyecciones previas de capital al negocio?
- ¿Cómo podrán los proveedores de capital salir del negocio y conocer la ganancia obtenida?

Los proveedores de capital observarán detenidamente la credibilidad de los estados financieros y el nivel de apalancamiento (el ratio de endeudamiento sobre patrimonio neto dentro del balance general). Cuanto mayor el apalancamiento del negocio, mayor será el nivel de riesgo financiero que enfrentarán los proveedores de capital.¹⁰

Proyecto de Inversión.

El Proyecto de Inversión es un conjunto de actividades orientadas a la consecución de objetivos y propósitos generales, diseñando técnicas de definición, análisis de alternativas y decisión, así como también la evaluación de resultados, asignación de recursos y control del entorno de operación de la entidad para conseguir dichos objetivos. Un proyecto debe ser considerado como un factor fundamental para la adopción de las políticas de desarrollo ya que éste forma parte de programas y planes más amplios que contribuyen a un objetivo global de desarrollo.

¹⁰ <http://www.google.com> "DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS" Factores de Producción

Importancia del Proyecto de Inversión.

Tiene gran importancia dentro de los diversos mecanismos operacionales por los cuales un empresario decide invertir recursos económicos en un determinado proyecto, estableciendo mecanismos asociados que permitan desarrollar inteligentemente la aplicación de técnicas que dan origen a un proyecto, constituyendo operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación.

Estudios planteados.

Estudio de Mercado.

Estudio Técnico.

Estudio Administrativo.

Estudio económico financiero.

Evaluación del proyecto.

ESTUDIO DE MERCADO

Es aquel que nos permite conocer adecuadamente cual es la situación de Comportamiento de los aspectos de oferta y demanda del producto relacionado con el proyecto. En este estudio se da importancia a los aspectos como precio, comercialización y publicidad del producto a efectos de que la decisión de inversión sea la más adecuada para los intereses del inversionista.

Mercado

Eje alrededor del cual giran las fuerzas que conducen al cambio, o campo en el cual operan fuerzas para modificar el título de un artículo determinado desde y hacia el cual las mercancías tienden a moverse.

Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el o los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado a un precio determinado en un periodo de tiempo limitado. Por lo tanto la demanda depende de varios puntos como son:

- ✚ El precio del producto
- ✚ La calidad del servicio, la misma que está dada por la atención al cliente¹¹

Tipo de demandas.

Demanda Potencial.- El mercado potencial es el límite al que se aproxima la demanda de mercado a medida que los gastos de mercadotecnia en la industria se aproximan al infinito para un ambiente o ámbito en particular.

Demanda Real.- La demanda de mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia “definido”.

Demanda Efectiva.- Punto de la demanda en el que la oferta de los empresarios se corresponde con el nivel de empleo que maximiza sus expectativas de beneficio.

Oferta.- Son todos los bienes y servicios que el productor está en condiciones de poner en el mercado a un precio determinado en un tiempo limitado con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

¹¹ guias@economia.gob.mx, “PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS”; Secretaría de Economía, 22 de diciembre del 2008; México

Canales de Distribución

Es el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor". Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor.

Producto.

Es la transformación de la materia prima en la cual el consumidor lo identifica y acepta como algo que ayuda a satisfacer sus necesidades.

Precio

Es el valor mercantil que se le da un bien o servicio

Plaza

Es el lugar o espacio físico donde se reúnen tanto oferentes como demandantes con la finalidad de realizar actividades mercantiles.

Promoción

Conjunto de actividades que están encaminadas a colocar y dar a conocer las cualidades y bondades de un bien o servicio en el mercado.

ESTUDIO TÉCNICO

“Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos.¹²

¹² BACA, Urbina Gabriel, 2012. EVALUACION DE PROYECTOS. Mc Graw Hill. 4ta. Edición p. México. DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS

Tamaño y Localización

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra.

Capacidad Instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa; se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.¹³

Ingeniería del Proyecto

Su función es acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la

¹³ VASQUEZ R Víctor Hugo. Organización Aplicada.

empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.¹⁴

Proceso de Producción.

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

Flujograma de Proceso

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se representa gráficamente paso a paso cada una de las actividades y la secuencia lógica que consta en el proceso de producción, indicando los tiempos necesarios para cada fase.

Ingeniería de la Planta.

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo deben brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

¹⁴ MOLINA, Sergio E. ; Turismo y Ecología; Cuarta Edición; Editorial Trillas; México; 1991; Pág.: 37-45 , 51-75

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Misión

“Es la declaración formal de la alta gerencia de una organización donde se establece para qué existe la misma, cuál es su propósito fundamental, su razón de ser, indicando en detalle quiénes son sus clientes, productos, bienes y servicios ofrecidos.”¹⁵

Visión

Define claramente a donde se quiere llegar como organización, cual es el reto y los asuntos de interés estratégicos para orientar y fijar el alcance de la organización a largo plazo.

Políticas

Se entiende por políticas a la definición de normas, sistemas de valor o de decisión, que al definir y puntualizar los objetivos de la empresa, pueden guiar y regular los métodos para controlar y mejorar determinados aspectos de la economía de una empresa.

Organigramas

Existen tres clases de organigramas:

Organigrama Estructural.- Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.

¹⁵ VASQUEZ R Víctor Hugo. Organización Aplicada.

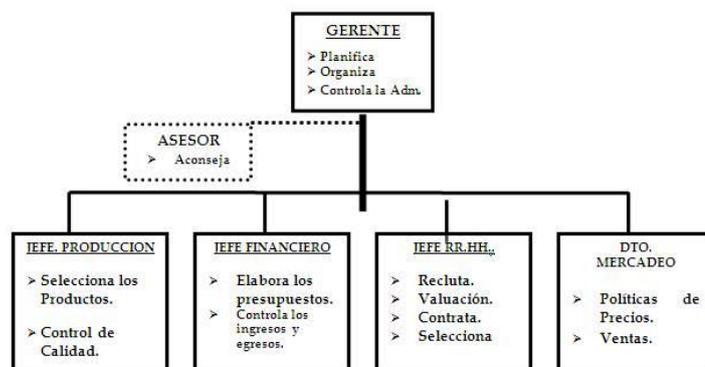
Fig. 1



Fuente: www.geopolis.com

Organigrama Funcional.- Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.

Fig.2



Fuente: www.geopolis.com

Organigrama Posicional.- Resaltan dentro de cada unidad, los puestos actuales y también el número de plazas existentes y requeridas.

Fig.3



Fuente: www.monografias.com

ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio trata sobre el análisis o determinación del capital necesario para la implementación de una nueva empresa, así como la fuente de financiamiento de la misma. También se encarga de realizar las proyecciones más adecuadas para lo que significan los ingresos y gastos en los que incurrirá la empresa durante el tiempo de vida del proyecto en su fase operativa.

Costos

Son valores monetarios en los que incurre la empresa para la producción de un bien o prestación de un servicio. Es decir es el desembolso en moneda o su equivalente necesarios para conseguir el volumen de producción deseado, la utilidad, las ventas y objetivos propuestos en el proyecto.¹⁶

¹⁶ VASQUEZ R Víctor Hugo. Organización Aplicada

Clasificación de Costos

En todo el proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción. Por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y costos variables.

Costos Fijos

Son aquellos valores monetarios en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de que exista o no producción, es decir, no varían con el cambio en el nivel de actividad.¹⁷

Costos Variables

Son aquellos valores que se dan en la empresa en función de su capacidad de producción. Por tanto están en relación directa con los niveles de producción de la misma.

Presupuesto

Es un instrumento contable esencial que nos permite estimar los ingresos y egresos a fin de tener cierta información básica que permita tomar las decisiones más adecuadas.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Flujo de Caja

Son las previsiones realizadas en torno al movimiento de ingresos y egresos que permite medir el verdadero potencial económico de la empresa, en otras palabras los flujos de caja influyen o inciden directamente en la capacidad de

¹⁷ ROSEMBERG, Jerry M. "DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS", Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2009

la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen las depreciaciones ni las amortizaciones.

Valor Actual Neto (V.A.N)

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor neto es positivo.

Fórmula.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Fuente: www.wikipedia.org

Tasa Interna de Retorno

Es un indicador que expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto de inversión.

Constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión.

Fórmula.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Fuente: www.cyta.com.ar

Periodo de Recuperación de Capital

Es un indicador económico en el cual nos permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial. Para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión.

Relación Beneficio / Costo.

Se lo conoce también como índice de rentabilidad, ya que permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida. Permite decidir si el proyecto se acepta o no de acuerdo al siguiente criterio:

- Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es > 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable.

Fórmula.

$$I B/C = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Costos actualizados}}$$

Fuente: blogs.gestion.pe

Análisis de Sensibilidad.

La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alteraciones en las tasas de interés obliga a los analistas a considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia, este análisis se lo considera a través de un incremento en los costos y un decremento en los ingresos.¹⁸

Fórmula.

$$Sensibilidad = \frac{VP}{VP + FN}$$

Fuente: www.wikipedia.com

¹⁸ ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN"; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2010 – 2011

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

MATERIALES UTILIZADOS.

1 Computador (con acceso a internet).

1 Impresora.

1 Resma de papel bond.

1 Libreta de apuntes.

5 Esferográficos.

5 Lápices.

1 Escritorio con sillas.

1 Teléfono.

1 Mochila.

1 Cámara fotográfica.

1 Grapadora

1 Caja de Grapas.

1 Perforadora.

1 Infocus.

1 Calculadora.

MÉTODOS.

El presente trabajo de investigación se encuentra inmerso dentro de las características del método científico, por tal razón se acudió al apoyo de lo siguiente:

MÉTODO INDUCTIVO.

El método inductivo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

Se utilizó este método para en base a las particularidades encontradas en el desarrollo de un “Plan de negocios para la apertura de una sucursal del asadero de pollos Riko Piko en el cantón la Joya de los Sachas, provincia de Orellana”, generalizar conclusiones y recomendaciones que pueden ser utilizadas en la implementación de otras empresas de producción.

MÉTODO DEDUCTIVO.

El método deductivo logra inferir algo observado a partir de una ley general. Esto lo diferencia del llamado método inductivo, que se basa en la formulación de leyes partiendo de los hechos que se observan.

La utilización de este método permitió en base a los conceptos teóricos relacionados con la realización de un plan de negocios aplicarlos en el desarrollo de los estudios de mercado, técnico, organizativo, económico y financiero que permitan determinar la inversión en crear un asadero de pollos Riko Piko en el cantón la joya de los sachas, provincia de Orellana”.

MÉTODO ESTADÍSTICO.-

El método estadístico es proceso sistemático de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un plan, proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

En la investigación planteada este método se utilizo poder comprender los resultados de las encuestas, así mismo se acudió al método inductivo-deductivo en el momento de establecer hacia quien va dirigido el cuestionario de la encuesta, y que queremos obtener de los encuestados.

METODO ANALITICO.-

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

MÉTODO EXPERIMENTAL.-

Este método de investigación es el que el investigador controla deliberadamente las variables para delimitar relaciones entre ellas, está basado en la metodología científica.

El presente método tuvo referente en el proceso de producción fue necesario poner en práctica las habilidades y destrezas obtenidas en la materia objeto de investigación,

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN.

La aplicación de esta técnica permitió conocer la conducta de la demanda de pollos asados en el cantón la joya de los sachas de provincia Orellana.

Esta técnica permitió conocer cómo se lleva a cabo en la actualidad el proceso productivo, pudiendo establecer aspectos positivos para mejorar y los negativos para disminuir con el desarrollo del proyecto de inversión.

ENTREVISTA

La entrevista es un diálogo formal orientado por un problema de investigación; en el presente estudio, la entrevista permitirá recabar información de los propietarios de asaderos en la Joya de los Sachas, con la finalidad de conocer la oferta existente en el área de influencia del Proyecto.

ENCUESTA

La encuesta se basa en declaraciones escritas de una muestra de la población con el objeto de recabar información; su aplicación permitirá conocer la demanda existente de pollo asado en la Joya de Los Sachas, para ello se determinó una muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

AÑOS	PORCENTAJE DE PROYECCIÓN %	POBLACIÓN
2010	3,94%	37591
2011	3,94%	39072
2012	3,94%	40612
2013	3,94%	42212
2014	3,94%	43875

Fuente: Censo de Población 2010 Inec

Elaboración: El Autor

FÓRMULA

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

Para aplicación la presente fórmula es necesario determinar la población existente en la Joya de los Sachas, cantón donde se va a apertura la sucursal del Asadero Riko Piko; por ello se ha recurrido a los datos proporcionados por el INEC, del último Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010; en cuyo boletín se presenta una población de 37.591; siendo necesario proyectar la población actual, considerando la tasa de crecimiento para la Joya de los Sachas de 3,94% anual.

$$Pa = P (1 + Tc)^n$$

$$Pa = 37.591(1 + 3,94\%)^2$$

$$Pa = 43875$$

Como el producto que se ofrecerá es de consumo familiar, la población en estudio se dividirá para 4 integrantes que según el INEC es el promedio de integrantes del núcleo familiar:

$$Pa = \frac{43875}{4}$$

$$Pa = 10.969$$

Una vez determinada la el número de familias del cantón Joya de los Sachas para el año 2014, se procede a la aplicación de la fórmula para determinar la muestra a la cual se aplicará las encuestas, para ello es necesario conocer el significado de cada uno de los símbolos que intervienen en la fórmula, se presentan a continuación:

n= ? Tamaño de la muestra

Z= 95% (1,96 tabla de distribución normal)

Nivel de Confianza

p= 0.50

Probabilidad de éxito

q= 0.50

Probabilidad de fracaso

N= 10.153 (#familias proyectada año 2012)

Población en Estudio

$\Sigma^2= 0, 05$

Margen de Error

SUSTITUYENDO

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50 * 0,50) 10.969}{(0,05)^2(10.969 - 1) + (0,50 * 0,50)(1,96)^2} n = 384$$

La muestra que se determinó es de 384 encuestas, distribuidas en las parroquias del Cantón Joya de los Sachas de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Parroquias	Nro Habitantes	Nro Encuestas	%
Enokanqui	2362	24	6
Joya de los Sachas	17934	183	48
Lago San Pedro	1861	19	5
Pompeya	1204	12	3
Rumipamba	1993	20	5
San Carlos	2846	29	8
San Sebastián del Coca	3353	34	9
3 de Noviembre	3138	32	8
Unión Milagreña	2900	30	8
Total	37591	384	100

CALCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA PARA LA OFERTA

Para calcular el tamaño de la muestra de la oferta se hizo necesario acudir a la Cámara de Comercio del cantón, la que proporcionó la información sobre los locales que venden pollos a la brasa dándonos un total de 6 Locales, por lo que se encuestara a todos los propietarios o administradores de estos locales comerciales cuya razón social es:

OFERENTES

Nº	NOMBRE DEL ASADERO	UBICACIÓN
1	ASADERO RIO COCA.	Av. Los Fundadores y Carchi
2	EL BRACERO DE HENRY.	Loja y Simón Bolívar
3	POLLOS LA JOYA DEL SACHA.	Av. Los Fundadores y Rosales
4	ASADERO MARCELO.	Av. Los Fundadores y 9 de Octubre
5	BRASA Y SABOR.	Nicolas Torres y Juan Leon Mera
6	POLLO RICO.	Guayaquil y Ambato

f. RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES

PREGUNTA # 1

¿INDIQUE EL NÚMERO DE MIEMBROS QUE INTEGRAN SU FAMILIA?

**CUADRO 1
NUMERO DE MIEMBROS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	70	18,23
3 a 4	183	47,66
4 a 5	90	23,44
5 a 6	26	6,77
6 a más	15	3,91
TOTAL	384	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DE JOYA DE LOS SACHAS
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La presente pregunta busca ubicar en el segmento de población a donde va dirigido nuestro producto, lo que nos indica que el mayor porcentaje de los miembros por familia es de 2 a 3, con el 47,66% de la población encuestada, el 23,43%, de 4 a 5 miembros por familia, de 0 a 1 con un 18,23 %, a si mismo con el 6, 77 % de 6 a 8 miembros, y finalmente el 3,91% con más de 9 miembros lo que demuestra en el sector que también existen familias numerosas, lo que puede resultar beneficioso para nuestro estudio ya que al ser un producto alimenticio puede ser adquirido en mayor cantidad.

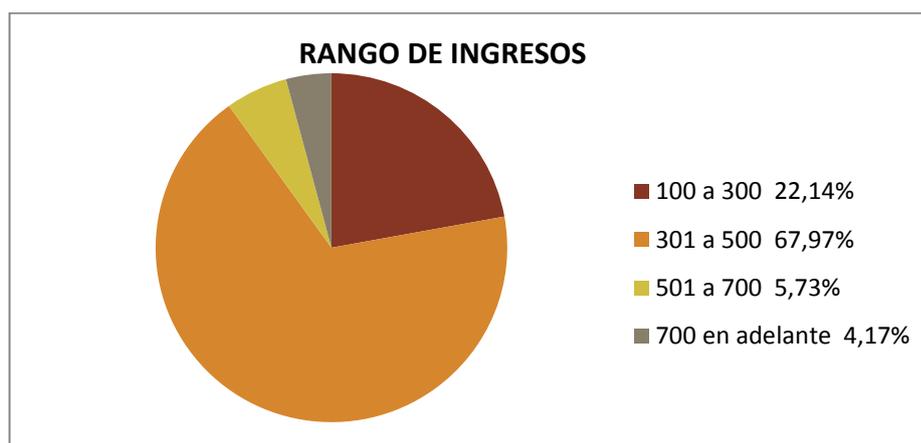
PREGUNTA 2

¿ENTRE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS, SEÑALE EL RANGO DE INGRESOS MENSUALES QUE TIENE SU FAMILIA?

CUADRO 2**RANGO DE INGRESOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100 a 300	85	22,14
301 a 500	261	67,97
501 a 700	22	5,73
700 a más	16	4,17
TOTAL	384	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 5

ELABORACIÓN: EL AUTOR

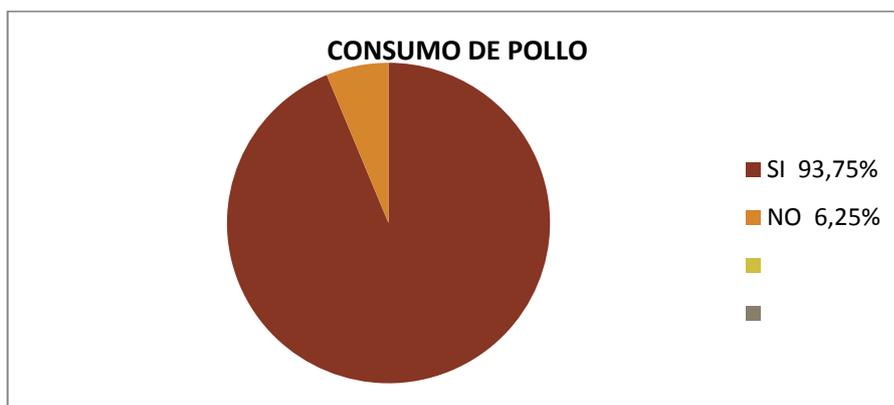
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la realidad investigada el mayor rango en cuanto al nivel de ingresos de las familias se ubican entre los 3001 y 500 dándonos el 60,97% de los encuestados, así mismo el 22,14% se encuentra entre los 100 y 300 dólares promedio, así mismo el 5,73% están entre los 5001 a 700 dólares mensuales y finalmente el 4,17%, está en los ingresos superiores a los 700 dólares mensuales.

PREGUNTA 3**¿CONSUME POLLO EN SU HOGAR?****CUADRO 3****CONSUMO DE POLLO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	360	93,75
NO	24	6,25
TOTAL	384	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 6**ANALISI E INTERPRETACIÓN:**

Con la finalidad de estudiar únicamente a los clientes que consumen el producto en sus hogares, se realizó la pregunta anterior, lo que indica que el 93,75% de los encuestados lo utilizan para su dieta alimenticia, lo que para el presente estudio representaría la demanda potencial y el 6,25% no lo hacen por diferentes razones entre las principales por salud.

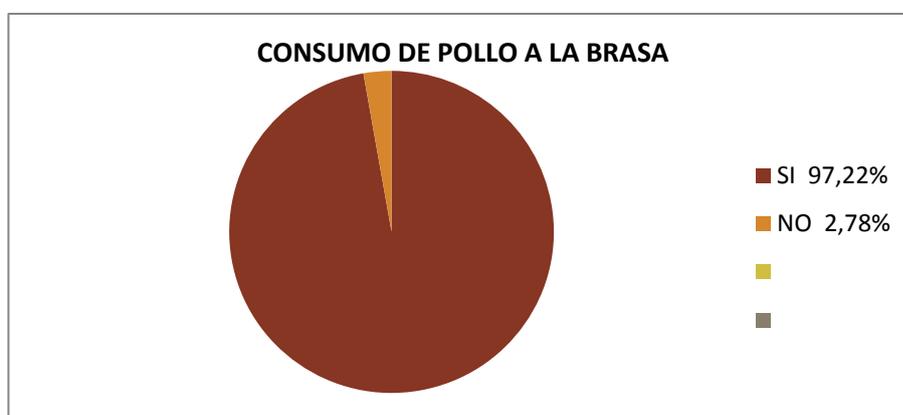
PREGUNTA 4**¿CONSUME POLLO A LA BRASA?**

**CUADRO 4
CONSUMO DE POLLO A LA BRASA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	97,22
NO	10	2,78
TOTAL	360	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 7**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De las encuestas aplicadas el 97,22% de los encuestados manifiestan consumir el pollo a la brasa por su facilidad en los momentos especialmente emergentes de la familia y también por su valor nutritivo y su gran cantidad de proteínas, y únicamente el 2,78% de las personas manifiestan no consumirlo, porque también por su alto contenido en grasas puede ser perjudicial para la salud.

PREGUNTA 5

¿DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS INDIQUE LA FRECUENCIA CON LA QUE CONSUME ÉSTE PRODUCTO?

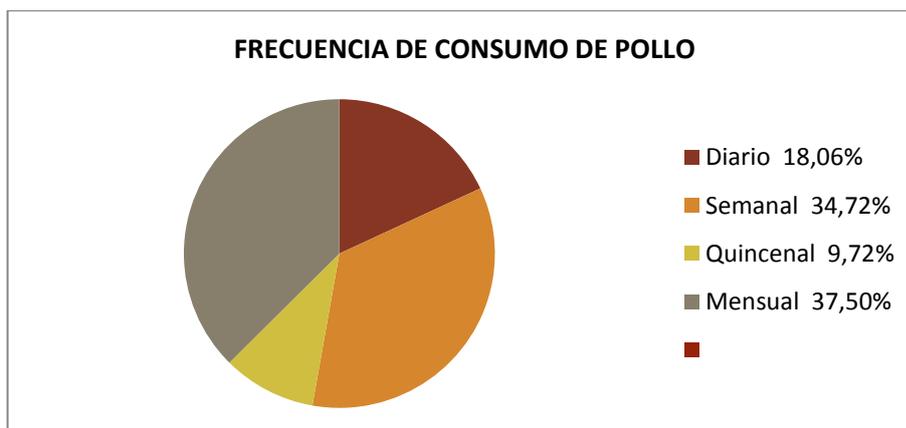
CUADRO 5

FRECUENCIA DE CONSUMO DE POLLO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	65	18,06
Semanal	125	34,72
Quincenal	35	9,72
Mensual	135	37,50
TOTAL	350	100,00

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 8



ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta se aplicó con la finalidad de saber la frecuencia de consumo de las familias en donde la mayor cantidad de pollo lo consumen de una forma mensual dando un total del 37,50%, a sí mismo semanalmente dicen consumir el 34,72%, el consumo diario con un 18,06%, el consumo quincenal con el 9,72%.

PREGUNTA 6

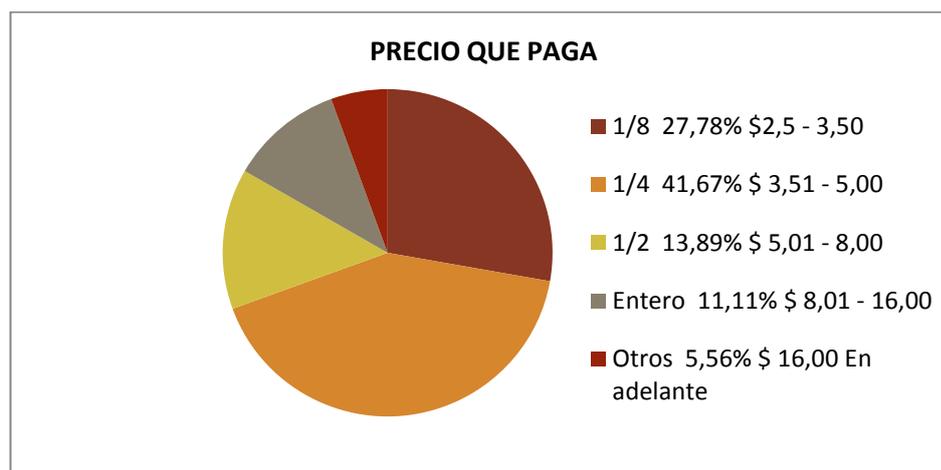
¿CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED PREFERE POR LA CANTIDAD DE POLLO QUE ADQUIERE?

**CUADRO 6
PRECIO QUE PAGA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	RANGO DE PRECIO
1/8	100	27,78	2,5 - 3,50
1/4	150	41,67	3,51 – 5,00
1/2	50	13,89	5,01 - 8,00
Pollo entero	40	11,11	8,01 - 16
Otros	20	5,56	16 En Adelante
TOTAL	350	100%	

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS
ELABORACIÓN: EL AUTOR.

GRAFICA 9



ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En ésta pregunta nos interesa saber el precio al que compran las diferentes cantidades de pollo a la brasa en donde el 41,67%, de las personas compran cuartos de pollo a \$3,5 a 4,00, como un precio máximo que pagan en ese mercado, a sí mismo el octavo de pollo a un precio de \$2,5 a 3,00 dólares, la mitad del pollo a un precio máximo de \$7.50 a 8,00, el pollo entero a \$15.00 a 16,00, y finalmente otros que consiste en presas de pollo adicionales o porciones adicionales, con un 5,56% de los encuestados.

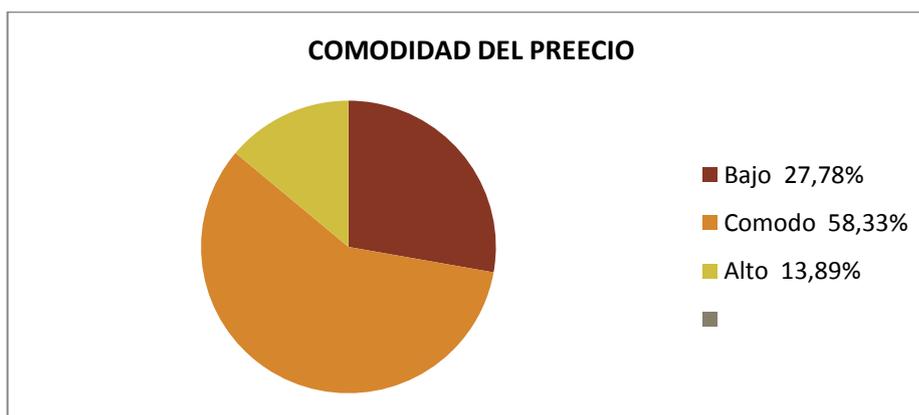
PREGUNTA 7

¿COMO CONSIDERA EL PRECIO QUE USTED PAGA POR EL PRODUCTO?

CUADRO 7**CODODIDAD DEL PRECIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	100	27,78
Cómodo	210	58,33
Alto	50	13,89
TOTAL	350	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS.
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICO Nº 10

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La finalidad de realizar ésta pregunta es para poder determinar el criterio que tienen los consumidores a cerca del precio del producto, en donde el 58,33% de la personas mencionan parecerles cómodo el precio al que se oferta el producto pollos a la brasa, el 27,78% consideran un precio bajo y el 14,89% restante manifiestan que el precio es alto.

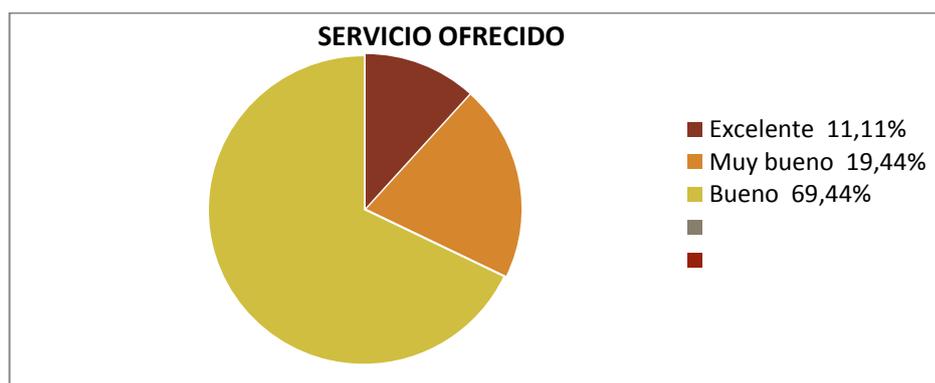
PREGUNTA 8

¿EN CUANTO AL SERVICIO QUE LE OFRECEN CÓMO LO CONSIDERA?

CUADRO 8**SERVICIO OFRECIDO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Excelente	40	11,11
Muy bueno	70	19,44
Bueno	250	69,44
TOTAL	350	100,00

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS.
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 11

ELABORACIÓN: EL AUTOR

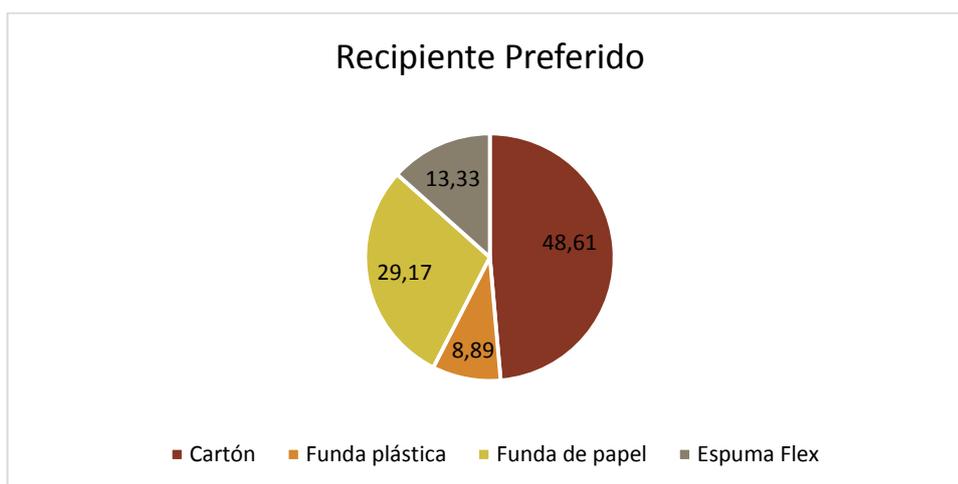
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En ésta pregunta se pretende saber la calidad del servicio que ofrecen los otros establecimientos, con el fin de reconocer sus debilidades para que se conviertan en fortalezas para la nueva unidad productiva, en donde únicamente el 11,11% de las personas manifiestan que éste es un servicio excelente, el 19,44% dicen ser muy bueno, mientras el 69,44% manifiestan que el servicio que reciben es bueno.

PREGUNTA 9**¿POR SU COMODIDAD QUE TIPO DE RECIPIENTE PREFERE?****CUADRO 9
RECIPIENTE PREFERIDO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cartón	175	48.61
Funda plástica	32	8.89
Funda de papel	105	29.17
Espuma Flex	48	13.33
TOTAL	350	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS.
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICO 12

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Es muy importante saber el tipo de recipiente que es de la preferencia de los clientes, ya que esto les permitirá una mayor comodidad al transportar el producto lo que ayuda también para que el cliente prefiera nuestro producto, en donde el envase de mayor preferencia es de cartón con un 48,61% de aceptación, así mismo la funda de papel con un 29.17%, la funda plástica con un 8,89% , la espuma Flex con un 13.13% .

PREGUNTA 10

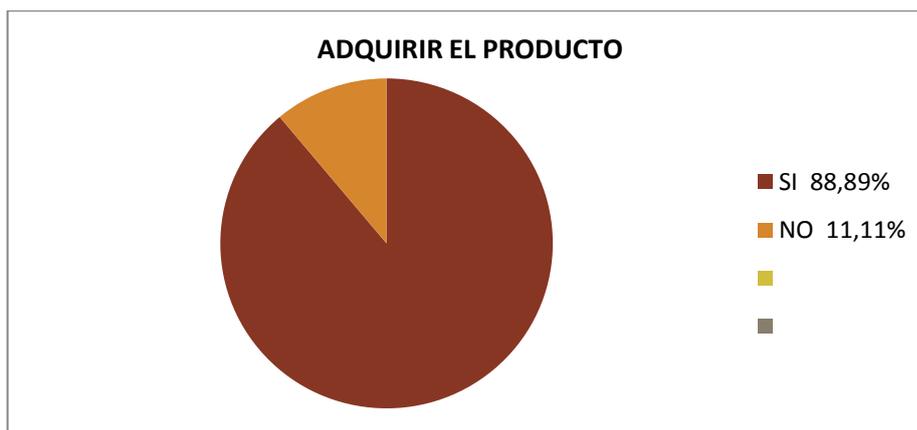
¿SI SE CREARA EN NUESTRO CANTON JOYA DE SACHAS, UNA SUCURSAL DEL ASADERO DE POLLOS RIKO RIKO DEL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS CON UN DELICIOSO SABOR, HIGIENE, PRECIO Y CALIDAD ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIR ÉSTE PRODUCTO?

**CUADRO 10
ADQUIRIR EL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	329	88,89
No	22	11,11
TOTAL	350	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS.
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 13



ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al aplicar esta pregunta se podrá determinar si es posible instalar una nueva unidad productiva que ofrezca en la localidad el producto pollos a la brasa que son efectivamente los que van a apoyar nuestro proyecto, se evidencia que el 88,89% de las personas estarían dispuestos a apoyar este nuevo proyecto, mientras que el 11,11% de las personas encuestadas no lo harían.

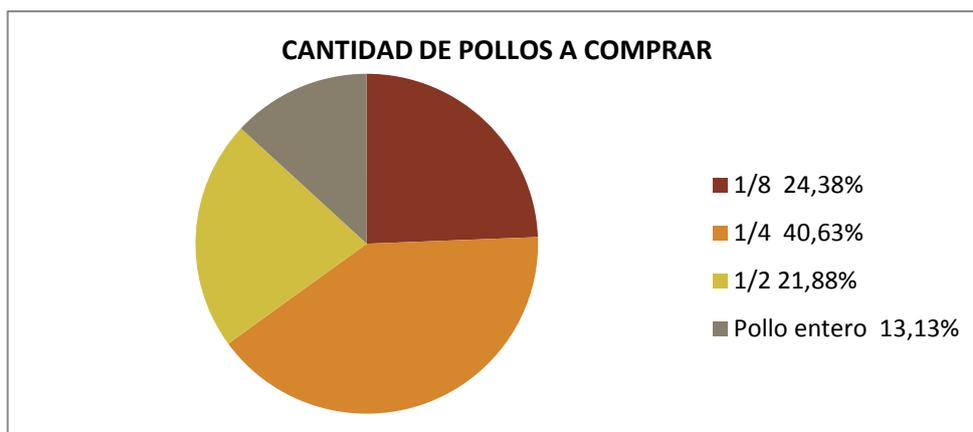
PREGUNTA 11

¿QUÉ CANTIDAD DE POLLO ESTARÍA DISPUESTA SU FAMILIA A ADQUIRIR SEMANALMENTE?

CUADRO 11**CONSUMO DE POLLO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1/8	78	24,38
1/4	130	40,63
1/2	70	21,88
Pollo entero	42	13,13
TOTAL	329	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS.
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 14

ELABORACIÓN: EL AUTOR

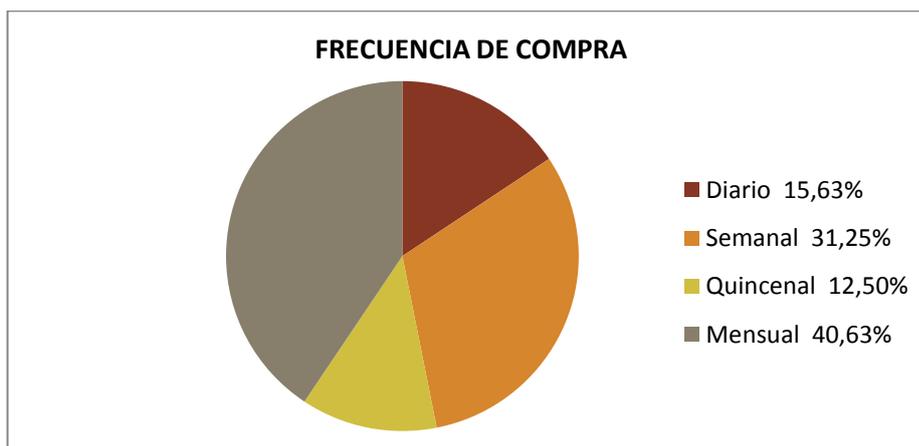
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al analizar los resultados se podrá determinar la cantidad productos que los consumidores estarían dispuestos a consumir de la nueva unidad productiva, es así que el 24,38%, comprarían en 1/8, el 40,63%, comprarían en 1/4 el 21,88%, comprarían 1/2 pollo, y el 13,13% comprara pollo entero.

PREGUNTA 12**¿CON QUE FRECUENCIA COMPRARA POLLO A LA BRASA?****CUADRO 12****FRECUENCIA DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	50	15,63
Semanal	100	31,25
Quincenal	40	12,50
Mensual	130	40,63
TOTAL	329	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS.
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 15

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta ayuda a determinar la frecuencia con la que comprarán los pollos a la brasa, en donde se determina que diariamente consumen 50 personas, con un 15,63%, semanalmente con un 31,25%, quincenalmente con un 12,50% y mensual el 40,63% de las personas encuestadas.

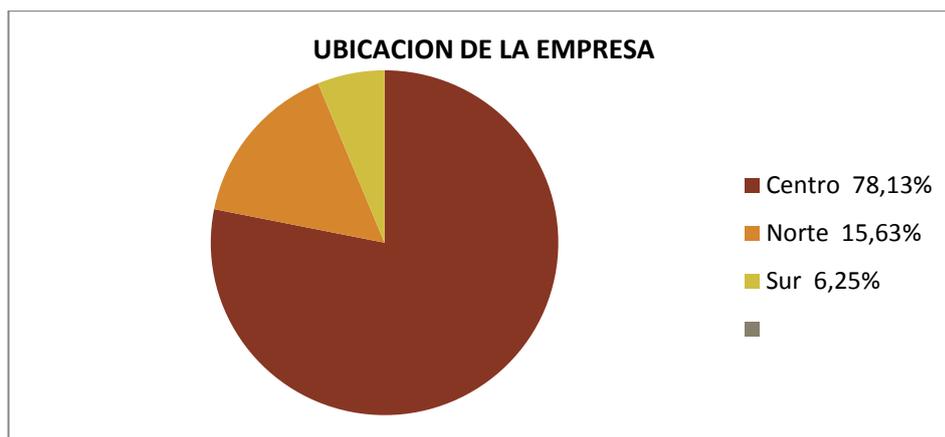
PREGUNTA 13

¿EN QUÉ LUGAR DE LA CIUDAD LE GUSTARÍA QUE SE INSTALARA ÉSTA EMPRESA?

CUADRO 13**UBICACIÓN DE LA EMPRESA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En el centro	250	78,13
Al norte	50	15,63
Al sur	20	6,25
TOTAL	329	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS.
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 16

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Para poder ofrecer un mejor servicio se hizo necesario realizar ésta preguntar la misma que nos ayudara a definir el lugar en donde se ubicará la sucursal de Riko Piko, siendo el centro de la ciudad el lugar de mayor preferencia puesto que tiene un 78,13% de aceptación, al norte de la ciudad con un 15,63% y al sur de la ciudad con un 6,25%, lo que para el proyecto no sería un lugar muy recomendable.

PREGUNTA 14

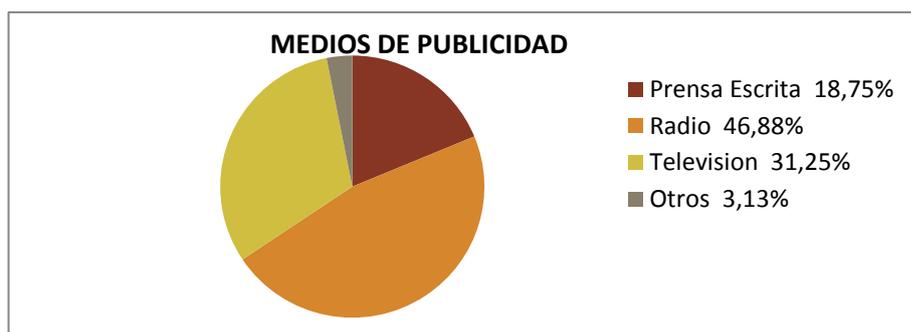
¿POR QUÉ MEDIOS DE PUBLICIDAD, LE GUSTARÍA QUE SE PROMOCIONE LA NUEVA SUCURSAL DE ASADERO DE POLLOS RIKO PIKO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS?

CUADRO 14**MEDIOS DE PUBLICIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa Escrita	60	18,75
Radio	150	46,88
Televisión	100	31,25
Otros	10	3,13
TOTAL	329	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTON JOYA DE LOS SACHAS.

ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 17

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Entre los medios publicitarios de mayor sintonía tenemos la televisión con un 31,25%, la radio con un 46,88%, seguido de la prensa local con un 18,75%, y otros medios como la hojas volantes con un 3,13%, es fundamental elegir adecuadamente los medios publicitarios ya que permitirá llegar a un mayor número de consumidores.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS OFERTANTES PREGUNTA 1

¿CUAL ES LA CANTIDAD DE POLLOS A LA BRASA VENDE EN SU LOCAL SEMANALMENTE?

CUADRO 15

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 a 40	1	16,67
41 a 60	1	16,67
61 a 80	1	16,67
81 a más	3	50,00
TOTAL	6	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS OFERENTES
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 17



ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

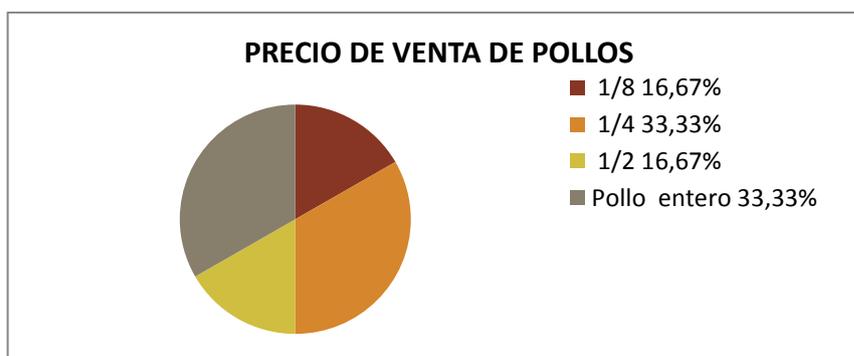
De acuerdo a la información esto nos sirve para poder saber la cantidad de pollo a la brasa que venden los locales comerciales en la localidad de los 6 locales comerciales entrevistados el 50,00% vende más de 81 pollos a la semana, lo que indica la gran demanda que tiene este producto, a sí mismo un local manifiesta vender entre 20 y 40 pollos, otro local entre 41 a 60 pollo a la semana y el otro local comercial manifestó vender entre 61 y 80 pollos a la semana.

PREGUNTA 2**¿CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED COBRA POR LA VENTA DE POLLO A LA BRASA?****CUADRO 16**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE	RANGO DE PRECIO
1/8	1	16,67	2,5 - 3,50
1/4	2	33,33	3,51 – 5,00
1/2	1	16,67	5,01 - 8,00
Pollo entero	2	33,33	8,01 - 16
TOTAL	6	100%	

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS OFERENTES

ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 18

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con esta pregunta se puede conocer con facilidad el precio al que venden los locales de pollo a la brasa según la cantidad de pollo que compran los consumidores, en lo que corresponde a los octavos de pollo a un precio de \$2,50, con un 16,67%, en lo que tiene que ver a los cuartos de pollo a un precio de \$ 4.00, equivalente a un 33.33%, los medios pollos a 7.5, a un 16,67 y los pollos enteros a quince dólares, correspondiente al 33.33% de los locales comerciales entrevistados, lo que se realizó de una manera indirecta la recolección de la información necesaria para nuestro estudio, para evitar alteraciones en la información requerida.

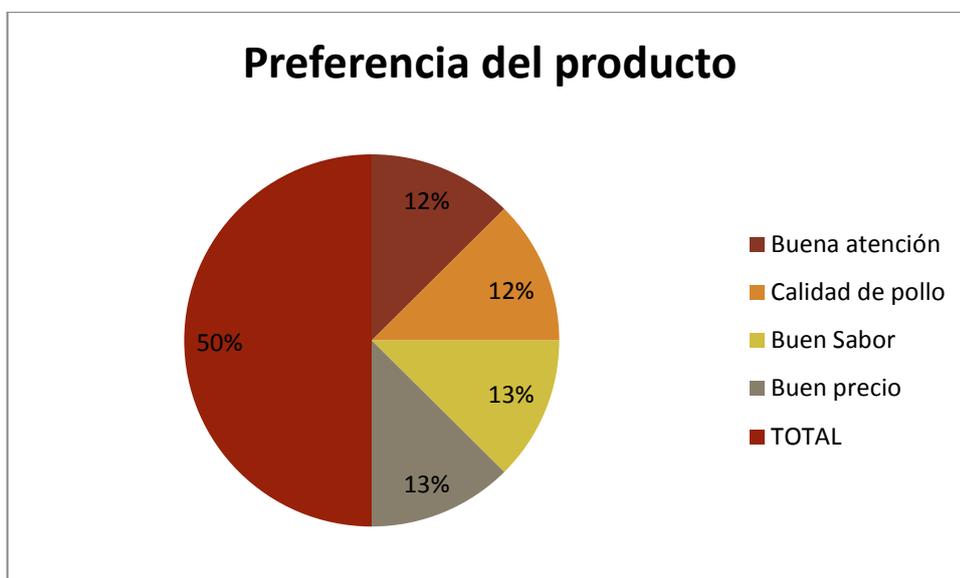
PREGUNTA 3

¿SEÑALE ALGUNAS DE LAS RAZONES POR LAS CUALES LOS CONSUMIDORES PREFIEREN SUS PRODUCTOS?

CUADRO 17

X	f	%
Buena atención	6	25
Calidad de pollo	6	25
Buen Sabor	6	25
Buen precio	6	25

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS OFERENTES
ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 19

ELABORACIÓN: EL AUTOR

INTERPRETACIÓN:

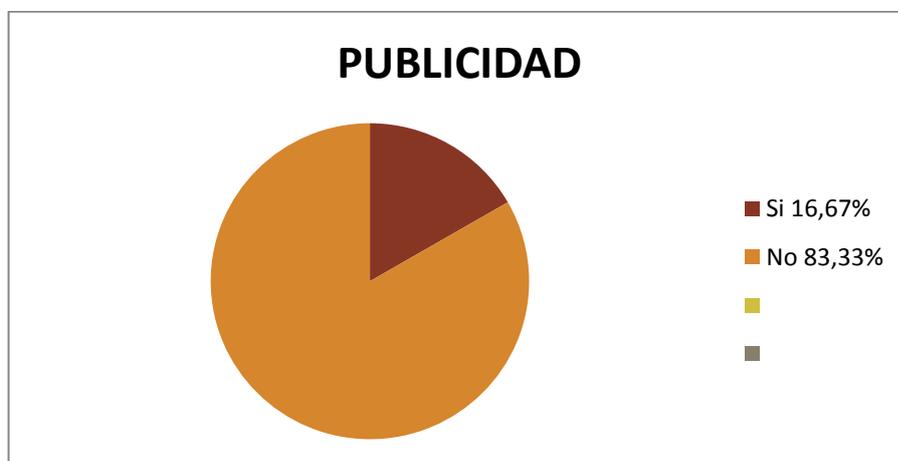
En ésta pregunta se ha procedido a analizar las razones por las cuales prefieren comprar en éstos locales comerciales en donde el mayor porcentaje de los locales comerciales interrogados supieron manifestar que la preferencia es por el buen sabor y por el buen precio del producto con un 66,66%, y el 33.34% lo hacen por la calidad del pollo y buena atención

PREGUNTA # 4**¿REALIZA PUBLICIDAD PARA DAR A CONOCER SUS PRODUCTOS?****CUADRO # 18
PUBLICIDAD**

x	f	%
Si	1	16,67
No	5	83,33
TOTAL	6	100%

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

GRAFICA 20

ELABORACIÓN: EL AUTOR

INTERPRETACIÓN:

En ésta pregunta se puede evidenciar con claridad que los locales comerciales en su gran mayoría no realizan publicidad, es decir el 83.33% y solamente el 16.67% si lo hace, lo que nos hace dar cuenta de la gran necesidad de utilizar éste medio para llegar a un mayor número de clientes.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se conoce como la demanda a todo aquello que recibimos como respuesta a la gran cantidad de productos y servicios que encontramos en un mercado a un determinado precio, es decir aquellos que están dispuestos a comprar en esas circunstancias son los demandantes; y precisamente éstas las razones por las cuales los consumidores satisfacen sus necesidades dando la mejor respuesta frente a lo que ofrecen los fabricantes.

DEMANDA POTENCIAL

Ésta demanda nos ayuda a determinar el número de personas que compran pollo y lo incluyen en su dieta alimenticia; para calcular la demanda del presente proyecto se hizo necesario aplicar un total de 384 encuestas, y por ser un producto alimenticio se estudió a las familias del cantón Joya de los Sachas, de las cuales 360 familias con el 93,75% compran pollo para su alimentación.

CUADRO 19
DETERMINACIÓN DE LOS DEMANDANTES POTENCIALES

AÑOS	POBLACION FAMILIAS	PORCENTAJE %	DEMANDA POTENCIALEN FAMILIAS
0	10969	93,75%	10283
1	11401	93,75%	10688
2	11850	93,75%	11109
3	12317	93,75%	11547
4	12802	93,75%	12002
5	13306	93,75%	12475
6	13831	93,75%	12966
7	14376	93,75%	13477
8	14942	93,75%	14008
9	15531	93,75%	14560
10	16143	93,75%	15134

FUENTE: PREGUNTA 3 CUADRO 3
ELABORACIÓN: EL AUTOR

De la población de las 11401 familias del año uno se procedió a multiplicar por el 93,75% de las familias que consumen pollo lo que nos da una demanda potencial de 10688 familias.

DEMANDA REAL

La demanda real se obtuvo de la segunda segmentación que son las familias que realmente consumen pollos a la brasa, que son 350 que representan el 97,22% de las personas encuestadas.

Para calcular la demanda real se toma la demanda potencial que es de 10688 familias año uno y se multiplica por el 97,22% que es el porcentaje de los que consumen realmente pollos a la brasa, dando una demanda real de 10391 familias.

CUADRO 20
DETERMINACIÓN DE LOS DEMANDANTES REALES

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL EN FAMILIAS	PORCENTAJE %	DEMANDA REAL EN FAMILIAS
0	10283	97,22%	9998
1	10688	97,22%	10391
2	11109	97,22%	10801
3	11547	97,22%	11226
4	12002	97,22%	11668
5	12475	97,22%	12128
6	12966	97,22%	12606
7	13477	97,22%	13102
8	14008	97,22%	13619
9	14560	97,22%	14155
10	15134	97,22%	14713

FUENTE: PREGUNTA 4 CUADRO 4
ELABORACIÓN: EL AUTOR

DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por las familias que en realidad apoyaran la creación de una nueva unidad productiva de pollos a la brasa, esto nos ayuda a determinar la cantidad de personas que estarán dispuestas a adquirir los pollos a la brasa. Con el fin de determinar los demandantes efectivos preguntamos a las familias. Si se creara en la localidad una sucursal del asadero de pollos RiKo Riko del cantón la Joya de los Sachas con un delicioso sabor, higiene, precio y calidad estaría dispuesto a adquirir éste producto, lo que dio la siguiente información, que 329 familias con el 88,89%, de las respuestas obtenidas están dispuestas a apoyar la creación de este proyecto.

**CUADRO 21
DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA**

AÑOS	DEMANDA REAL EN FAMILIAS	C.PERCAPITA	DEMANDA REAL EN ESTUDIO	%	DEMANDA EFECTIVA EN POLLOS
0	9998	19	189962	88,89%	168850
1	10391	19	197429	88,89%	175500
2	10801	19	205219	88,89%	182411
3	11226	19	213294	88,89%	189600
4	11668	19	221692	88,89%	197066
5	12128	19	230432	88,89%	204830
6	12606	19	239514	88,89%	212900
7	13102	19	248938	88,89%	221289
8	13619	19	258761	88,89%	230008
9	14155	19	268945	88,89%	239070
10	14713	19	279547	88,89%	248489

**FUENTE: CUADRO # 10 ENCUESTA CONSUMIDORES
ELABORACIÓN: EL AUTOR**

Para calcular la demanda efectiva se tomó la demanda real de familias y se sacó el 88,89%, que son las familias que están de acuerdo en consumir este producto obteniendo como resultado un total de 9237 familias en el año uno.

CONSUMO PROMEDIO O PERCA PITA DE POLLOS A LA BRASA

Para realizar la proyección de la demanda se hizo necesario calcular el consumo promedio o per cápita de pollos a la brasa, para lo que se realiza el siguiente procedimiento:

CUADRO 22

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	TIEMPO	X. F. T.
(X)	(f)	SEMANAS	
1/8	78	52	507
1/4	130	52	1690
1/2	70	52	1820
Pollo entero	42	52	2184
TOTAL	329		6201
			POLLOS

FUENTE: PREGUNTA 10 CUADRO 10
ELABORACIÓN: EL AUTOR

$$X = \frac{\sum X.F.T}{N} = \frac{6201}{320} = 19 \text{ POLLOS}$$

Lo que nos da a entender que existe un consumo promedio o per cápita de 19 pollos en el año por familia.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA TOTAL DE POLLOS ASADOS

Para la proyección de la demanda se hizo necesario el uso de la siguiente fórmula $P = (1 + Tc)^n$, con una tasa de crecimiento de 3,94%, tomada del INEC, año 2010.

CUADRO 23

		DEMANDA
Nº	AÑOS	EFFECTIVA FAMILIAS
0	2014	8887
1	2015	9237
2	2016	9601
3	2017	9979
4	2018	10372
5	2019	10781
6	2020	11205
7	2021	11647
8	2022	12106
9	2023	12583
10	2024	13078

FUENTE: CUADRO # 21 y 22
ELABORACIÓN: EL AUTOR

INTERPRETACIÓN:

Para determinar la demanda total de pollos se hizo necesario multiplicar la población efectiva por el promedio de consumo anual de pollo de las familias encuestadas, la misma que se obtuvo del cuadro 23, dando un total de 175500 pollos para el primer año.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se entiende como oferta a la cantidad de bienes o servicios que los fabricantes están dispuestos a poner a disposición de los consumidores, en un lugar, a un precio, en una cantidad y en un tiempo determinado.

Para estudiar la oferta se hizo necesario aplicar seis encuestas a los locales de pollos a la brasa existentes en el lugar, las cuales se aplicaron a los propietarios, con el fin de tener referencias de la cantidad aproximada que venden a la semana y, el precio que cobran por la cantidad que venden lo que servirá como un referente para poder establecer el precio del producto y a la vez para proponer las mejoras a nuestro producto con la finalidad de lograr una gran acogida.

OFERTANTES DEL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS

CUADRO 24

Nº	LOCALES	VENTAS	PORCENTAJE
1	Asadero rio Coca	20 a 40	16.67%
2	El bracero de Henry	41 a 60	16.67%
3	Pollos la joya del sacha	61 a 80	16.67%
4	Asadero Marcelo	81 a más	16.67%
5	Brasa y sabor	81 a más	16.67%
6	Pollo rico	81 a más	16.67%

FUENTE: CUADRO 15 DE OFERENTES
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Para poder determinar la cantidad de pollos vendidos durante la semana por parte de los ofertantes se hizo necesario multiplicar la cantidad promedio por el tiempo que en el año sería 52 semanas.

CUADRO 25

VENTAS OFERTANTES	CANTIDAD PROMEDIO EN VENTAS OFERTANTES	FRECUENCIA	CANTIDAD ANUAL
20 a 40	30	52	1560
41 a 60	50,5	52	2626
61 a 80	70,5	52	3666
81 a más	40,5	52	2106
81 a más	40,5	52	2106
81 a más	40,5	52	2106
TOTAL			14170

FUENTE: CUADRO 24
ELABORACIÓN: EL AUTOR

La cantidad de pollo ofertada en el año resultó de multiplicar la cantidad de pollo vendida durante la semana por las 52 semanas que tiene el año, dando un total de venta de pollos al año de 14170

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Al realizar un estudio de mercado es necesario determinar si en el lugar en donde se tiene previsto instalar una nueva unidad productiva existe demanda insatisfecha, o si hay clientes que se sienten insatisfechos con el producto que actualmente se ofrece en el mercado, a sabiendas de que siempre hay cambios en los gustos y preferencias de los consumidores.

La finalidad de ofrecer bajos precios y buena calidad permitirá a los clientes actuales de los otros negocios convertirse en potenciales clientes de la nueva propuesta.

Para la proyección tanto de la oferta como de la demanda insatisfecha también se hizo necesario el uso de la siguiente fórmula $P = (1 + Tc)^n$, y de igual manera la tasa de crecimiento poblacional del 2,91% que es el porcentaje de creación de lugares alimenticios en el que contempla pollos asados.

En el siguiente cuadro se propone establecer el balance entre oferta y demanda con el fin de saber si habrá demanda insatisfecha.

**CUADRO 26
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA DE POLLOS ANUAL	DEMANDA
	DE POLLOS AL AÑO		INSATISFECHA DE POLLOS AL AÑO
2014	168850	14170	154680
2015	175500	14582	160918
2016	182411	15006	167405
2017	189600	15443	174157
2018	197066	15892	181174
2019	204830	16354	188476
2020	212900	16830	196071
2021	221289	17320	203969
2022	230008	17824	212184
2023	239070	18342	220727
2024	248489	18876	229613

FUENTE: CUADRO 23 Y 25
ELABORACIÓN: EL AUTOR

D. INSATISFECHA = DEMANDA EFECTIVA - OFERTA

La demanda insatisfecha para el primer año es 160918 pollos, lo que seguidamente se procedió a proyectar para la vida útil del proyecto que es a cinco años.

Esta información permite confianza ala ejecutar el proyecto a sabiendas que en el cantón existe demanda insatisfecha.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

Este importante medio permite analizar los gustos de los consumidores, con el fin de detectar sus necesidades y deseos e influir sobre el poder de compra para que prefieran nuestro producto a los alternativos.

El plan va encaminado a la planeación ejecución y control del producto, sus características, el precio y los medios de promoción y publicidad necesarios para llegar a un mayor número de consumidores, por tal motivo ayudará en la toma de decisiones empresariales sobre lo que se debe hacer en un corto plazo. También permite elegir los canales de comercialización más adecuados.

PRODUCTO

Se considera producto todo aquello que está orientado a satisfacer una necesidad, es algo más que un objeto es un completo conjunto de beneficios y satisfacciones para los consumidores, entonces el producto es una suma de atributos físicos, sicológicos, y simbólicos.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Para definir la presentación del producto se tomara en cuenta las sugerencias y preferencias de los consumidores lo que les de mayor comodidad para servirse o trasladar el producto a sus domicilios, es así que recomiendan un envase de cartón y funda de papel en donde pueda trasportarse el producto, el mismo contendrá el nombre de la empresa, su slogan, su logotipo dirección y teléfono, además será en un color muy atractivo que sea elegante y cómodo al transportar

GRAFICA 21

LOGOTIPO *“Mejor Sabor Imposible”*



EL AUTOR

ASADITOS PIKO RIKO CIA. LTDA

NOMBRE DE LA EMPRESA

GRAFICA 22



PRECIO

Es el valor monetario que se da a cambio de un producto o de un servicio, por tal motivo su análisis es muy importante ya que nos permite medir la posible rentabilidad que tendrá el proyecto definiendo al mismo tiempo el nivel de ingresos con el que contará la empresa. A sí mismo los dos determinantes del precio son los costos de producción y la competencia, debiendo tomar en cuenta que un precio jamás debe estar por debajo de los costos de producción. A si mismo será un referente sobre las decisiones del precio la opinión de los actuales consumidores del producto.

PLAZA

Será el lugar en donde se comercializará el producto a ofrecer, consumen éste caso se utilizará el canal directo productor consumidor final, tomando en cuenta que el producto debe llegar en las mejores condiciones y en el momento exacto.



Además el restaurante se ubicará en un lugar de fácil acceso para el cliente ofreciendo un ambiente armónico, con horarios acorde a las necesidades del cliente, el cual estará prestando sus servicios de 9 am a 10 pm. De lunes a domingo

PUBLICIDAD

Se conoce como publicidad a la comunicación masiva e impersonal que permite en el menor tiempo posible llegar a un mayor número de consumidores.

Se utilizará algunos medios de comunicación que mayor acogida presentan según los resultados de las encuestas aplicadas, la radio es la que mayor sintonía presenta y por medio de ella se hará conocer el servicio y sus beneficios que ofrece.

PROMOCIÓN

Por situaciones de inicio del negocio y por estabilidad los accionistas hemos creído conveniente por el momento no brindar ningún tipo de promoción la clientela se la ganara en función del sabor y calidad de productos que vamos a ofertar.

ESTUDIO TÉCNICO

Consideramos que el estudio técnico es de gran importancia porque permite establecer la capacidad máxima de producción dependiendo de las necesidades de mercado y de igual manera nos permite presentar las características del servicio determinando la unidad productiva, el tamaño tratando de que todos estos recursos sean utilizados de la manera más óptima. La unidad básica de producción que es la empresa, allí los productores transforman los insumos y los factores productivos en bienes terminados, los cuales serán acompañados de servicios que van a satisfacer la demanda de una alimentación saludable.

La finalidad de este Estudio Técnico de ingeniería tiene como principal propósito cuantificar el monto de las inversiones, costos de producción y operación en la elaboración de menús para personas diabéticas.

De igual forma permite considerar el tamaño y dimensiones mínimos de la infraestructura para el desenvolvimiento de los recursos humanos, tanto en el aspecto administrativo como en el operativo

TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño de la planta está íntimamente relacionado con la determinación de la capacidad productiva y está en función de la demanda del mercado, la tecnología utilizada para lograr la productividad; también incluye determinar la capacidad instalada, la cual se mide en unidades producidas por año.

En el estudio de mercado se determinó que la demanda de consumo de pollos asados, es muy aceptable, sin embargo, es necesario ser prudente al precisar el tamaño de la planta, consecuentemente, no se puede, ni debe decidir intuitivamente, ni al azar; ya que corre peligro el éxito que puede tener la empresa. En el proceso de producción, los materiales predominantes serán los materiales directos e indirectos y la mano de obra que juegan un papel primordial para la elaboración del producto.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad instalada está determinada por el volumen máximo de producción que puede alcanzar el componente tecnológico sometándolo a su pleno uso en un periodo de tiempo determinado, independientemente de los costos de producción que genere. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa, la disponibilidad de materias primas y la tecnología que se va a utilizar.

La capacidad instalada del asadero de pollos se calculó en base a la distribución del servicio, contará con 1 Horno, 11 mesas y 8 sillas por cada mesa, obteniendo así un total de 88 personas, considerando que el ingreso hacer uso del asadero sea de 88 personas horas meridiana y 88 personas en horas de la tarde y noche, estableciendo un total de ingresos de personas al asadero de 176 personas diarias, y que este valor multiplicado por 6 días completos de lunes a sábado y jornada única el día domingo (88 personas) nos da un total de 1144 personas semanales, este valor multiplicado por 52 semanas que tiene el año tenemos un total de 59488 personas al año

El asadero trabajara 14 horas establecidas en jornadas laborales de 2 turnos ya que el asadero consta de 2 Auxiliares de Cocina, 2 meseros y 2 cocineros los mismos que laboraran jornadas de 7 horas diarias rotativas, esto es de 9 de la mañana a 10 de la noche.

CUADRO 27

DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO MEDIANTE MESAS Y SILLAS

Nº SILLAS	Nº DE MESAS	Nº DE INGRESOS PERSONA	TOTAL PERSONAS
8	11	2	176
8	11	2	176

EL AUTOR

CUADRO 28

DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO DE PERSONAS

INGRESO DIARIO	INGRESO SEMANAL X 7 DÍAS	INGRESO ANUAL X 52 SEMANAS
176	1144	59488

EL AUTOR

CUADRO 28.1
PORCENTAJE A CUBRIR DEMANDA INSATISFECHA

DEMANDA INSATISFECHA	INGRESOS ANUAL PERSONAS	PORCENTAJE A CUBRIR
160918	59488	36,97%

EL AUTOR

El asadero de pollos podrá cubrir el 36,97 % del segmento de mercado, ante una demanda insatisfecha de 160918

CAPACIDAD UTILIZADA

La planificación del servicio de pollos asados se realiza en función de la capacidad instalada y en relación a los años de vida útil que en el presente proyecto es de 10 años.

Como todo proceso productivo o de servicio no puede empezar a trabajar con toda su capacidad debido a varios factores como son: la apertura de mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso de servicio, capacitación del personal, etc.

Por todo ello se planifica comenzar con el 50% de la capacidad instalada de la planta, esto es, que en el primer año de funcionamiento se prestará servicios de asados de pollos a 29744 personas.

A partir del segundo año se incrementara un 5% esto quiere decir que para el segundo año se utilizara el 55% que es equivalente a 32718, personas en el segundo año, y así con un incremento del 5% se proyectará los siguientes años hasta el décimo año llegando a utilizar el 95%, y dejando el 5% para el mantenimiento del sistema tecnológico como del local .

**CAPACIDAD UTILIZADA
CUADRO 29**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
1	160918	59488	50%	29744
2	167405	59488	55%	32718
3	174157	59488	60%	35693
4	181174	59488	65%	38667
5	188476	59488	70%	41642
6	196071	59488	75%	44616
7	203969	59488	80%	47590
8	212184	59488	85%	50565
9	220727	59488	90%	53539
10	229613	59488	95%	56514

FUENTE: CUADRO 27 – 28 - 29
ELABORACIÓN: EL AUTOR

LOCALIZACIÓN

Basados en los estudios de mercado se ha llegado a identificar la necesidad de un restaurante asadero de pollos debido a ello se pretende implementar la empresa; que estará constituida por la capacidad máxima de producción en base a los procesos productivos y tecnológicos que exige el tiempo actual y así tenemos que el tamaño de la empresa se constituye por la capacidad instalada y utilizada de la maquinaria con respecto a la producción de bienes y servicios de calidad.

FACTORES DE LOCALIZACIÓN

MERCADO.-

La demanda es uno de los factores más importantes para determinar el tamaño del proyecto. Para aceptar un tamaño la demanda debe ser notablemente superior al tamaño propuesto.

Como pudimos determinar anteriormente en nuestro estudio de mercado, existe una gran demanda creciente para este tipo de servicio lo que nos indica que el proyecto es viable ya que existe un mercado amplio en la Ciudad de Loja que requiere de este tipo de servicio (Restaurante) Asadero de pollos.

MATERIAS PRIMAS.

La materia prima será adquirida en los mercados locales de la ciudad y en algunas granjas avícolas existentes en la localidad, por lo que podemos manifestar que esto no representará un problema para la elaboración de los pollos asados

TECNOLOGÍA.

La maquinaria será apropiada para el tipo de producción la misma que será adquirida en la ciudad de Quito y será diseñada por la misma casa comercial, **hornos Pichincha** y de buena tecnología que por ende facilitará el trabajo y hará que el proyecto sea más rentable.

RECURSO HUMANO.

Después de que el proyecto haya determinado el tamaño más apropiado para el proyecto, se debe asegurar además de tener el suficiente personal capacitado o apropiado para desempeñar las distintas funciones en el restaurante, que sepa del arte culinario en lo referente al asado del pollo como también optimizar su trabajo y sepan salir adelante por el bien individual y corporativo.

FINANCIAMIENTO.

El tamaño de las instalaciones es el adecuado y nos permite una óptima utilización tanto para la elaboración y comercialización de nuestro servicio. Puede financiarse cómodamente ya que ofrece los menores costos y las mayores ventajas.

MACROLOCALIZACIÓN.

El lugar donde se realizará el proyecto es en el cantón Joya de los Sachas Provincia de Francisco de Orellana, Región Oriente del Ecuador. Hemos escogido en el cantón en el centro de la del mismo, debido a que tiene un amplio segmento de mercado, tiene grandes medios de acceso y los costos de funcionamiento son manejables y cuenta con todos los servicios básicos.

GRAFICA 23



FUENTE: GAM DEL SACHA

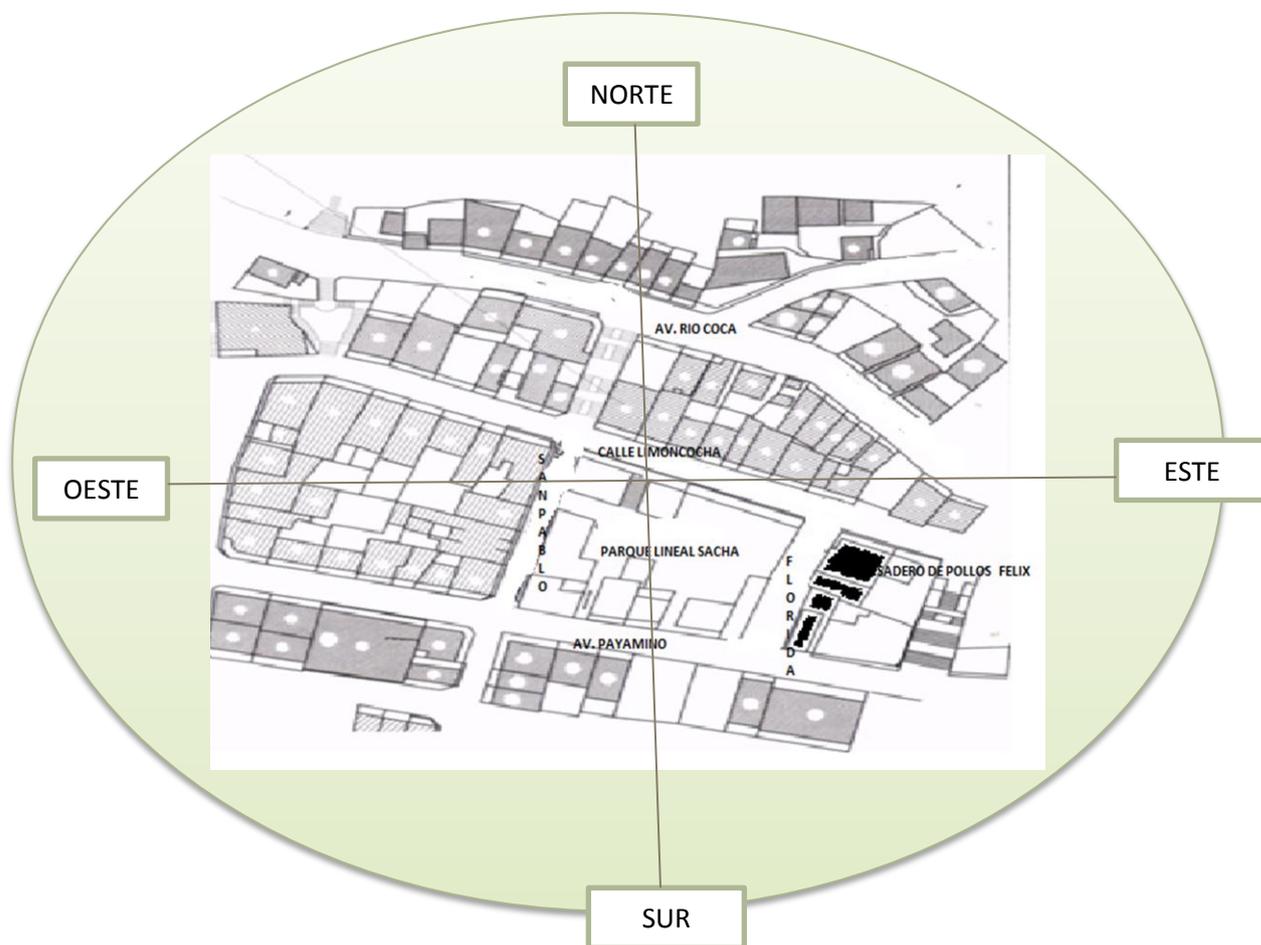
MICROLOCALIZACIÓN

La micro localización indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro del mercado local. Para realizar la micro localización se partió del análisis de los factores que influyen y actúan como parámetros determinantes en la toma de decisiones sobre la localización.

Por tratarse de un asadero de pollos, el presente plan de negocios se ubicara en el Sur - Este del perímetro urbano del cantón Joya de Sachas, exactamente frente al parque lineal Sacha en la calle Florida entre San Pablo, Limoncocha la Av. Panamiño, lugar estratégico para la ubicación del asadero

Las características del sitio seleccionado presta las condiciones más favorables para el desarrollo de la actividad, cuenta con vías de acceso de primer orden, energía eléctrica, Agua Potable y un panorama turístico por su parque.

GRAFICA 24



Factores de Localización

Los factores que determinan la localización, constituyen todos los aspectos que permitirán que el proyecto de implementación de la nueva empresa, funcione con total normalidad, siendo los más preponderantes los siguientes:

Disponibilidad de materia prima.

La materia prima para el presente proyecto se adquirirá en la ciudad del Coca, donde se encuentran grandes distribuidores de pollos y granjas avícolas que producen pollos, originando un abastecimiento oportuno y suficiente, garantizando de esta manera una producción permanente de pollos asados de acuerdo a la capacidad de producción y a las necesidades de la planta para cumplir con sus objetivos.

Disponibilidad de mano de obra.

Con la instalación de esta nueva unidad productiva se genera trabajo; de mano de obra calificada y no calificada, que existe en esta ciudad al igual que en el resto del país donde existe exceso de mano de obra desocupada, disponible para atender los requerimientos de las dos opciones de estas fuerzas laborales.

Cercanía al mercado.

Se relaciona con las distancias de la planta desde y hacia el mercado objetivo, a los lugares de adquisición de materia prima, considerando que entre menor distancia, mayor ahorro de tiempo y dinero, como el presente proyecto está destinado fundamentalmente al servicio de pollos asados en el cantón, tiene las condiciones necesarias para cubrir con las mejores ventajas de todo el mercado propuesto, en razón de que cuenta con medios de transporte para solventar el servicio directo al hogar.

Disponibilidad agua.

Se debe tomar muy en cuenta este factor que permite efectuar eficientemente el trabajo del restaurante asadero de pollos. En referencia al lugar escogido, cuenta con afluyente de agua potable suficientes para el desarrollo normal de la producción de pollos asados.

Energía Eléctrica.

Por el lugar céntrico el restaurant no sufrida de falta de energía eléctrica garantizando a la clientela un servicio y producto de calidad.

Transporte y Vías de Comunicación,

Es uno más de los factores que influyen en la decisión de ubicación de la empresa, la misma que estará ubicada en el sector céntrico del cantón y cuenta con una vía de primer orden y de bastante circulación vehicular, facilitando de esta manera el transporte materia prima y de personas que deseen utilizar el servicio.

El Medio Ambiente

Como consecuencia de tener la empresa la característica, en donde se requiere una protección ambiental a fin de lograr las mejores condiciones para producir y prestar el servicio se ha previsto utilizar técnicamente un plan de manejo ambiental tratando de evitar la contaminación.

Frente a los impactos que alteran la calidad en el aire, y evitar la contaminación ambiental.

Para la recuperación de las condiciones relacionadas con el proceso de producción, será necesario implementar las siguientes medidas:

Se procurará la oxigenación del aire mediante la implementación de una ventilación adecuada y la utilización de extractores aire.

Ingeniería del Proyecto

En el estudio de la ingeniería seleccionamos la alternativa tecnológica más adecuada para el proyecto mediante un estudio técnico de los procesos que son necesarios para producir pollos asados. De este proceso de producción, se derivan las necesidades de dimensionar a ciencia cierta que materias primas intervienen en el proceso productivo, mano de obra necesaria, los insumos adicionales o indirectos y principalmente la definición de la maquinaria, sus características, tamaño, precios, distribución de los equipos en el área de la planta y finalmente la incidencia que el producto va a tener en el proceso de administración y ventas, las mismas que serán en base a las políticas diseñadas en la parte del estudio de mercado que corresponde a la comercialización.

Diseño del Producto

El producto a obtenerse en el proceso productivo es pollos asados producto de alta calidad, buen manejo, adecuadas instalaciones, y estricto control de sanidad; pilares sobre los cuales descansa la calidad y el éxito del producto

obtenido. La clave del buen manejo es una constante observación de la materia prima obtenida pollos faenados y el deseo de mantenerlos con el máximo bienestar con el objetivo de producir pollos asados de una manera eficiente y rentable, satisfaciendo las necesidades humanas de una alimentación de alta calidad.

GRAFICA 25 DISEÑO DEL PRODUCTO



FUENTE: PUBLICIDA DE MIGUEL VEGA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Proceso Productivo

Objetivo.-

Asegurar un punto el buen asado del pollo utilizando tiempos especificados para el asado del pollo evitando alteración en el sabor y sazón del mismo, así de esta forma verificar de los procedimientos operativos.

CRITERIOS DEL PROCESO PRODUCTIVO

Las actividades de manejo operativo a realizarse en el restaurante de pollos asados son las siguientes:

1. Adquisición de los pollos faenados de acuerdo al peso
2. Recepción en el restaurante de los pollos
3. Separación de la menudencia del pollo para uso en el consomé
4. Preparación de aliños y condimentos
5. Empapado con los aliños y condimentos a los pollos por un tiempo determinado
6. Acople y amarrado de los pollos en los pinchos del horno.
7. Ubicación de los pinchos con pollos en horno.
8. Proceso de asado en el horno.
9. Preparación de patatas y en saladas.
10. Preparación de mayonesas y salsas
11. Mantenimiento y limpieza de las instalaciones.

GRAFICA 26
ADQUISICIÓN DE LOS POLLOS FAENADOS DE ACUERDO AL PESO.



Para la adquisición de los pollos se ubica en el mercado o avícolas pollos primeramente de excelente calidad y luego con un peso exacto que garantice los estándares para producir.

GRAFICA 27

RECEPCIÓN EN EL RESTAURANTE DE LOS POLLOS



La recepción de los pollos la realizara el personal operativo del restaurante unos pasaran directamente para la preparación y otros serán puesto en stop en congeladores del restaurante preservando así de esta forma los pollos.

GRAFICA 28
SEPARACIÓN DE LA MENUDENCIA DEL POLLO PARA USO EN EL
CONSOMÉ



En la recepción los pollos se someten a la separación de menudencia la misma que servirá para la elaboración del caldo de pollo o consomé, que es necesario para acompañar al, pollo asado.

GRAFICA 29
PREPARACIÓN DE ALIÑOS Y CONDIMENTOS.



Antes de preparar los pollos para su asado es necesario elaborar los diferentes condimentos o aliños que servirán para dar un mejor sabor al pollo, estos condimentos están compuestos por: cebolla, ajo, comino, sal, pimienta, cebolla en hoja, aliño etc.

GRAFICA 30
EMPAPADO CON LOS ALIÑOS Y CONDIMENTOS A LOS POLLOS POR
UN TIEMPO DETERMINADO



Luego de obtener el condimento o aliño se procede al empapado de cada uno de los pollos y luego de ser empapados es importante dejarlos reposar por alrededor de unas dos de hora mismo que servirá para que el condimento se concentre en la carne de pollo.

GRAFICA 31
ACOPLE Y AMARRADO DE LOS POLLOS EN LOS PINCHOS DEL
HORNO.



Luego de que el pollo se encuentre condimentado se procede al ajuste o amarado en los pinchos que contiene los hornos a brasa, es importante sujetarlos bien para obtener un mejor asado.

GRAFICA 32
UBICACIÓN DE LOS PINCHOS CON POLLOS EN HORNO.



Luego del acople en los pollos en los pinchos del horno se ubican desacuerdo a la secuencia que traen los hornos de fábrica.

GRAFICA 33
PROCESO DE ASADO EN EL HORNO.



El tiempo estipulado para el asado de una tanda de pollos es de 60 a 70 minutos de cosido con un calor de 350 grados centígrados tiempo necesario para obtener un asado óptimo.

Preparación de patatas y en saladas.

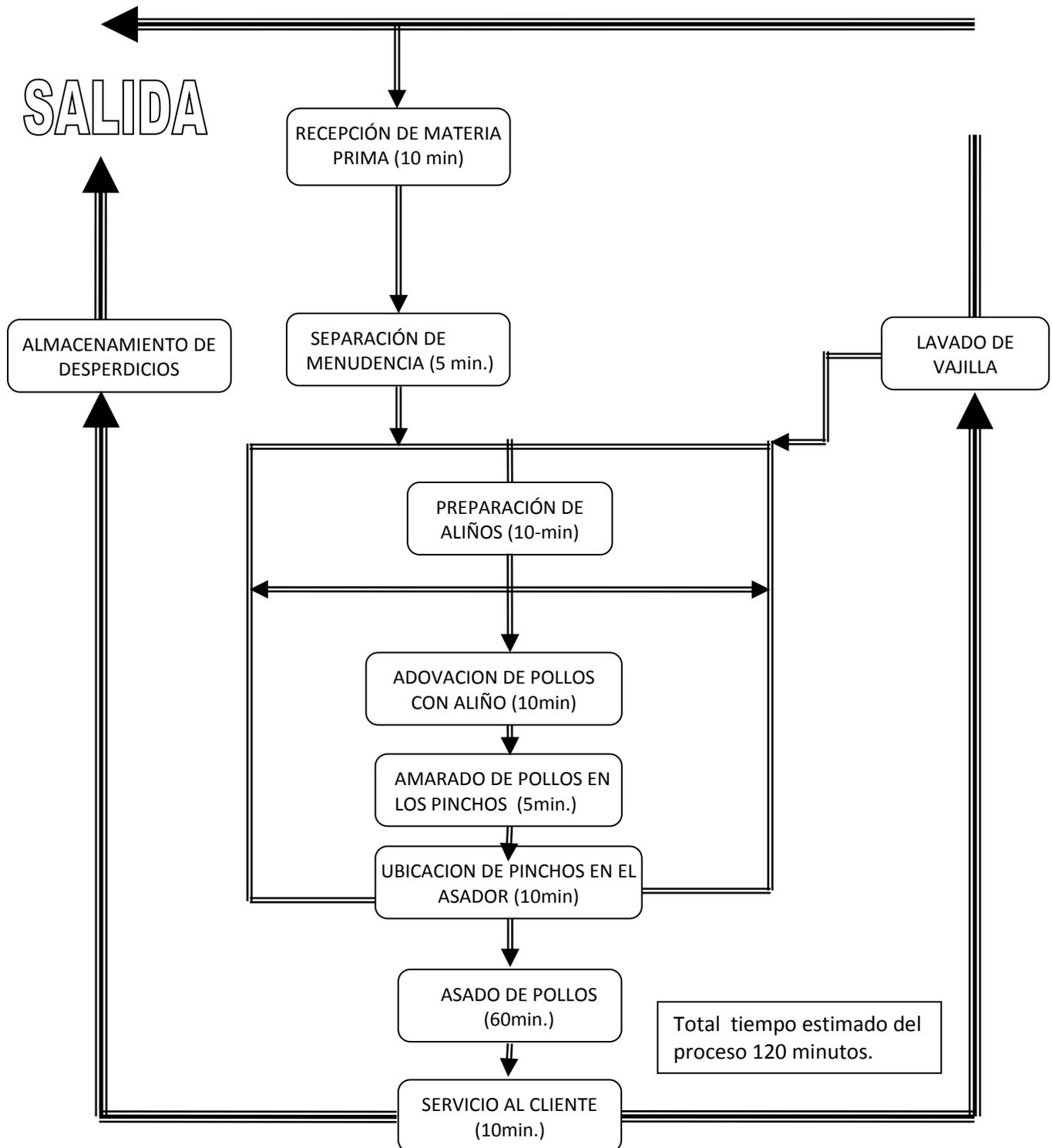
En el tiempo que utiliza el pollo para su asado es, se procede a la preparación de Arroz , patatas , ensaladas salsas y mayonesas los mismos que para acompañar al producto terminado.

Mantenimiento y limpieza de las instalaciones.

Terminado el proceso de producción diario son importantes los mantenimientos de equipos tecnológicos como lo es horno, freidoras de patata, licuadoras etc. mediante el aseo de los mismos. Así también se realiza la limpieza de local a nivel interno y externo.

GRAFICO N° 33

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE POLLOS ASADOS.



FUENTE: DISEÑO PROPIO
ELABORADO: EL AUTOR

Para procesar el pollo asado se utilizará como materia prima, pollos faenados, condimentos o aliños, carbón. El proceso de producción inicia con la recepción de los pollos en el restaurante, luego el empapado de aliños o condimentos, luego se ubica los pollos en los pinchos para posteriormente empezar con el asado del pollo. Es necesario para acompañar el pollo preparar arroz, patatas, patacones etc. y el consomé todo este proceso tiene una duración de dos horas.

COMPONENTE TECNOLÓGICO

Se ubicará la maquinaria y el equipo conveniente a los requerimientos del proceso productivo de asado de pollos que serán hornos adecuados como también el espacio físico necesario para la producción.

La tecnología a instalar, responde a ciertas condiciones propias de mercado local, entre las cuales anotamos la siguiente:

- Se prevé un sistema de ventilación automático.
- Tablero de control para el sistema de asado.

Toda esta tecnología se incluye en la construcción del restaurante y en la capacidad que tiene el horno para producir diariamente y durante todo el año.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La repartición física de la construcción del proyecto es una de las estrategias que promueve la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución de instalaciones físicas tiene como propósito satisfacer a menor costo los requisitos de:

- Calidad del medio ambiente laboral
- Diseño del producto
- Capacidad de cada sección de la planta,
- Características de la maquinaria y equipo que se va a instalar

ÁREA PRODUCTIVA.-

Es el espacio físico en donde se realizarán las actividades de producción de pollos asados, la construcción será un espacio adecuado con un área de construcción de 25 metros cuadrados, adaptado a las condiciones que se requiere para el asado de los pollos, como también cocina.

ÁREA ADMINISTRATIVA.-

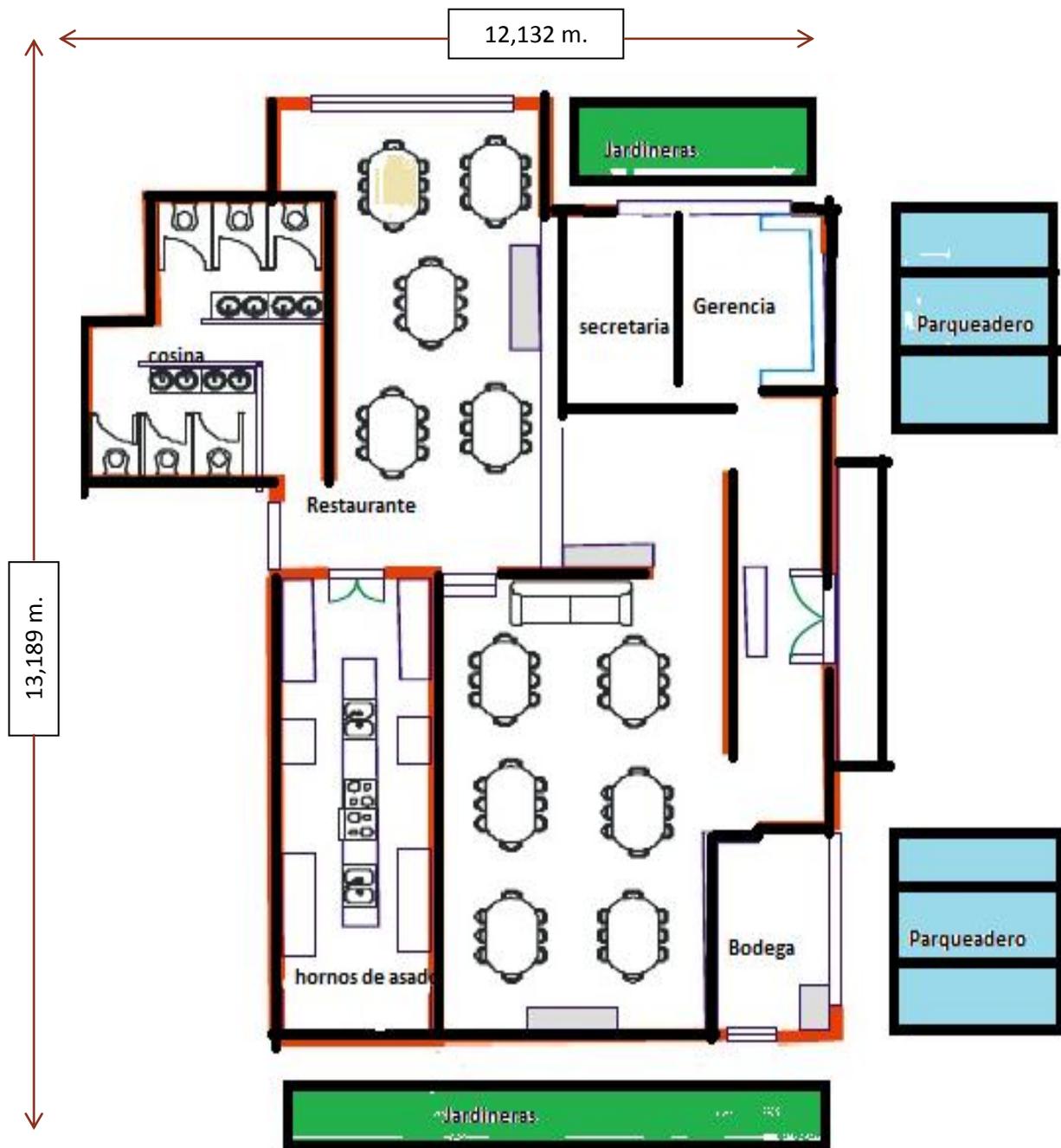
El área administrativa cuenta con 80 metros cuadrados de construcción en hormigón armado y el espacio se distribuirá de la siguiente manera: Oficina, Bodega, y restaurante.

PARQUEADERO DE VEHÍCULOS.-

Consta de 55 metros cuadrados, pavimentados, con las comodidades requeridas para este efecto así también se ubicara una área verde considera como jardines que brinde el embellecimiento del local.

Cabe recalcar que el área total para el funcionamiento del restaurante de asadero de pollos será de 160 metros cuadrados.

GRAFICO Nº 34
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



REQUERIMIENTO DE MATERIALES PARA EL EQUIPAMIENTO DEL RESTAURANT DE POLLOS ASADOS

Para el equipamiento del restaurante necesitamos los siguientes equipos:

- Cocina industrial 4 quemadores
- Freidoras de Papas
- Licuadoras
- Congelador
- Frigoríficos
- Picadoras de papas
- Horno para pollos de 5 pinchos
- Cuchillos (1 juego)
- Cubiertos
- Cucharas
- Tijeras para cortar pollo
- Vajilla
- Ollas industriales
- Ollas arroceras
- Juegos de vasos
- Utensilios de cocina
- Muebles y enseres
- Computadora
- Escritorio
- Sillones

- Mostradores

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA.

Para poder desempeñar con eficiencia eficacia y efectividad las actividades cotidianas, es necesario tener personas que sean capacitadas y conozcan del arte para el desempeño óptimo de sus aptitudes, y mediante esta capacitación, adiestramiento permita al individuo crear mayor habilidad y destreza en el desempeño de las funciones para las que fue contratado.

Para los mejores resultados, en lo que respecta a obtener el punto ideal de cocción de los pollos asados y la forma de presentación del producto final que impacte en el mercado objetivo. Se necesita de un jefe de producción o persona que sepa sobre el preparado de pollos asados que orienten al resto de personal operativo en la cocina y demás áreas de servicio que estará compuesto el restaurante, el mismo que estará dirigido a todo tipo de personas que deseen saborear un pollo asado.

El restaurante tendrá en la sección de cocina una persona que dirija la producción o jefe de producción, un cocinero y un auxiliar de la misma; también tendremos en el servicio al cliente un mesero para la atención permanente de los mismos.

En lo que respecta a la administración tendremos un gerente cajero, una secretaria-contadora y un bodeguero.

MANO DE OBRA DIRECTA

- 1 Cocinero
- 1 Auxiliar de cocina
- 1 Mesero

MANO DE OBRA INDIRECTA

- Obrero de producción

PERSONAL ADMINISTRATIVO

- Gerente cajero
- Secretaria Contador
- Bodeguero

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

ORGANIZACIÓN JURÍDICA

Para la organización jurídica y motivados por la idea de incentivar la inversión en nuestra provincia, se ha previsto la implementación de una compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente textualmente dice: **Art. 93.-** “La compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura..”¹⁹

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de conseguir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.

Para constituirse esta clase de compañías y para que subsista se requerirá de un mínimo de 3 socios y no podrá funcionar como tal sino con un

¹⁹ CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, Ley de Compañías, actualizada, pág. 26

máximo de 15 socios los cuales responden solamente por las obligaciones sociales hasta el monto de las aportaciones individuales y tienen el derecho de administrarla.

El Capital de la Compañía estará formado por las aportaciones de los socios. Las aportaciones estarán íntegramente suscritas y pagadas por lo menos en un 50% y dicho capital será del 100% nacional.

Según la Ley de Compañías, la empresa formará un fondo de reservas hasta que alcance por lo menos el 20% del Capital Social. En cada año, la Compañía segregará de las utilidades líquidas y realizadas, el 5 % para este objeto.

En cuanto a la administración de la compañía, ésta estará ligada a los socios, entre los cuales se designará un Gerente.

NIVELES ADMINISTRATIVOS

Lo conforman el conjunto de organismo agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

NIVEL LEGISLATIVO.-

En nuestra empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamento, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir aspectos de mayor importancia.

NIVEL EJECUTIVO.-

Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

NIVEL ASESOR.-

Lo conforma el asesor jurídico cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica.

NIVEL AUXILIAR.-

Lo integra la Secretaria-Contadora, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios oportunos y con eficiencia.

Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales.

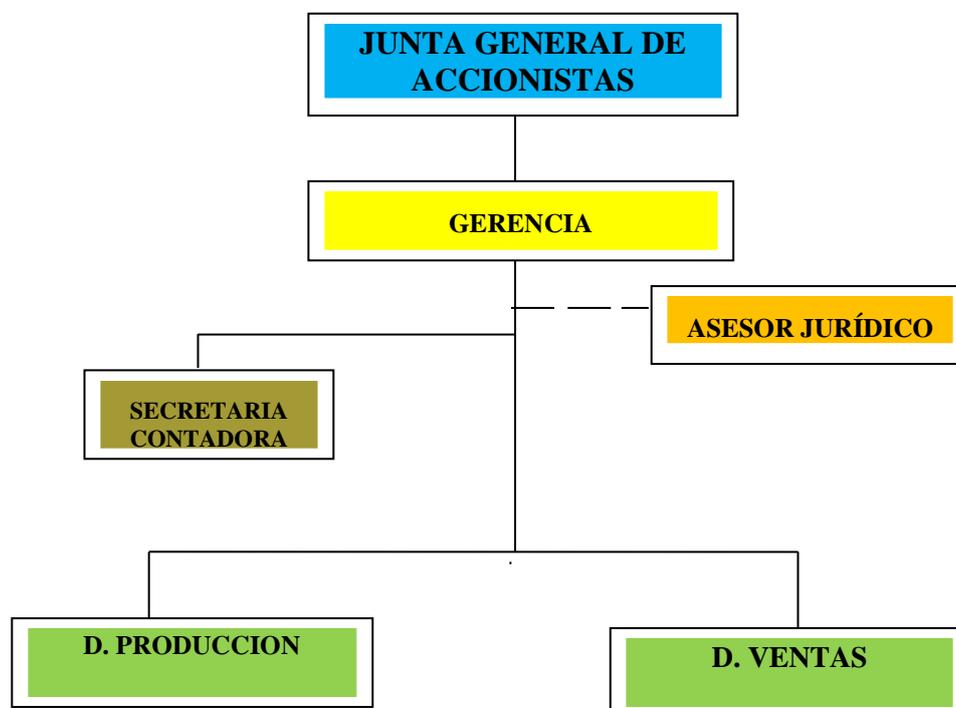
Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional, y ejecutar actividades administrativas de rutina.

NIVEL OPERATIVO.-

Está conformado por, los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas del órgano directivo.

**GRAFICO Nº 35
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



EJECUTIVO

LEJISLATIVO

ASESOR

APOYO

OPERATIVO

GRAFICO Nº 36

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

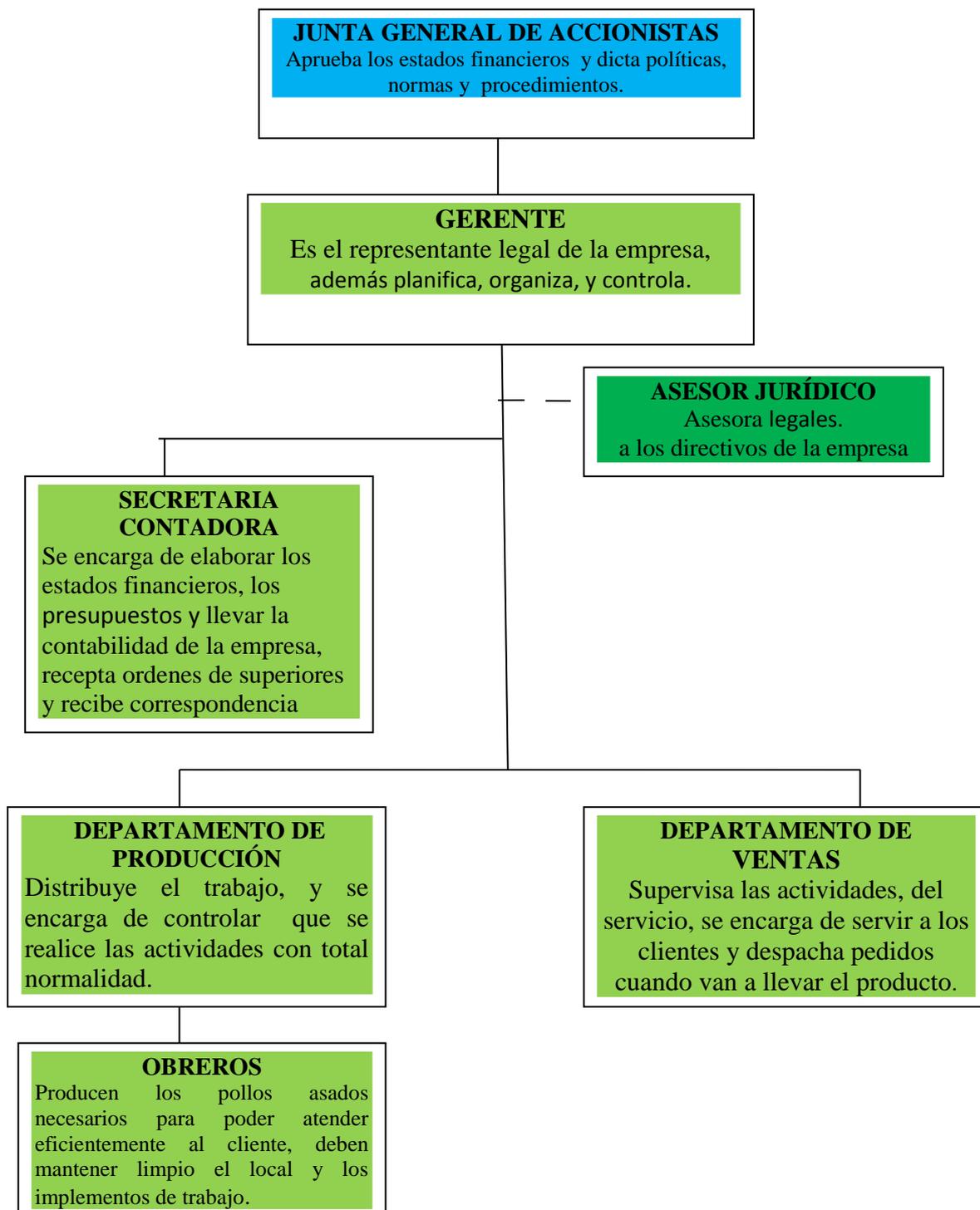
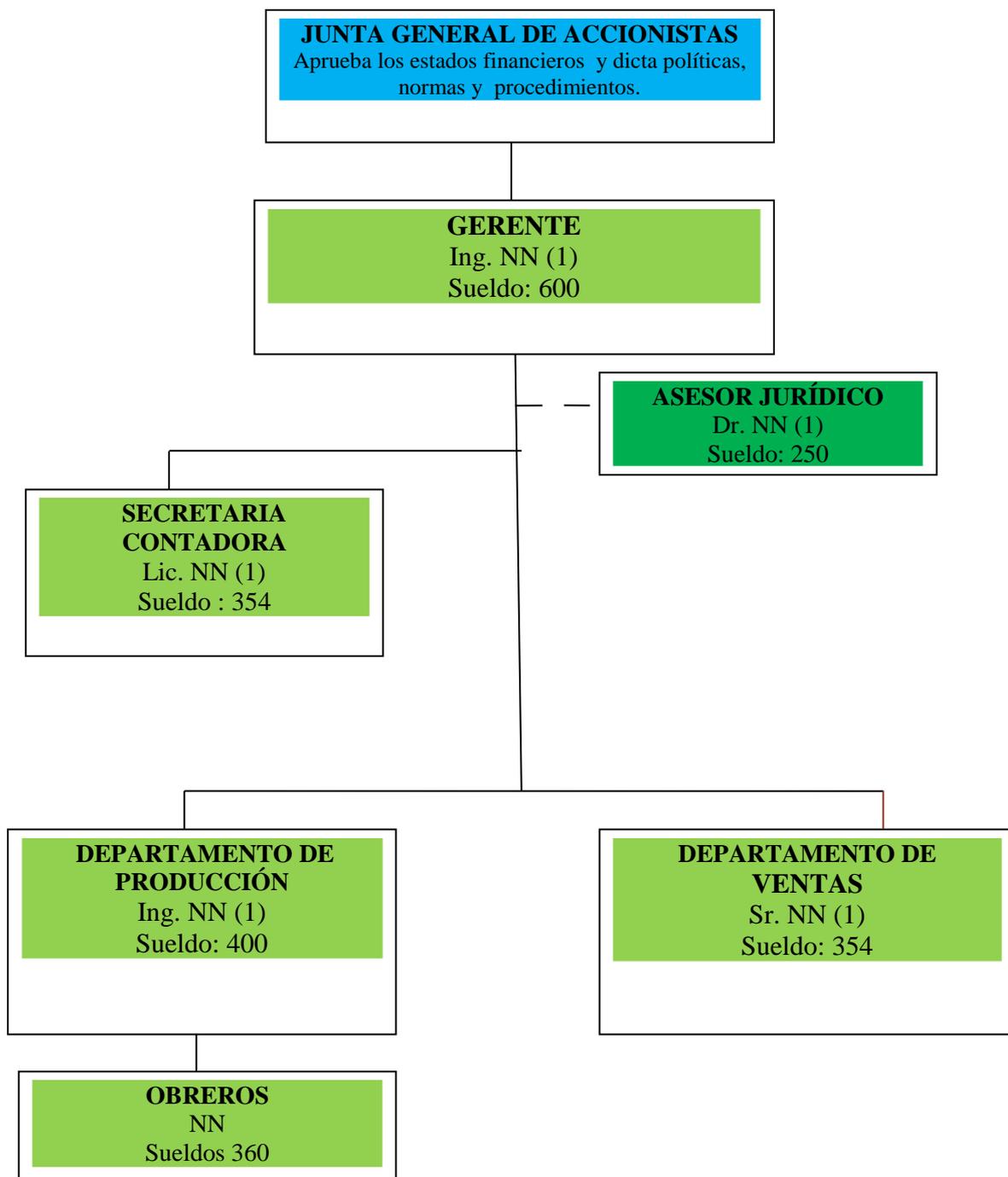


GRAFICO Nº 37

ORGANIGRAMA DE POSICIONAL



MANUALES

MANUALES DE FUNCIONES

En este manual se puede encontrar toda la información sobre las diferentes actividades que deben ejecutarse, y las demás obligaciones y deberes que se deben cumplir.

De la dirección y manejo de la empresa, se encargará el Sr. Félix Pinza.

CÓDIGO: 01**DEPARTAMENTO:** Gerencia.**TITULO DEL PUESTO:** Gerente.**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Planifica, organiza, dirige y controla todas y cada una de las actividades que se realizan en las instalaciones de la empresa.**FUNCIONES BÁSICAS.**

- ❖ Representar legal, judicial y extrajudicial-mente a la empresa.
- ❖ Cumplir con las instrucciones encomendadas por la Junta de accionistas.
- ❖ Dirigir, planificar y controlar las actividades administrativas.
- ❖ Asegurar la productividad de la empresas.
- ❖ Elaborar programas de trabajo y controla que estos se cumplan.
- ❖ Planificar que se capacite permanentemente al personal de la empresa.
- ❖ Definir políticas generales para la empresa.
- ❖ Desarrollar y mantener relaciones político-diplomáticas con autoridades reguladoras y ministerios.

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO

- ❖ Es el Responsable directo de la realización de las actividades y decisiones que se tomen en la empresa.
- ❖ Debe hacer Cumplir los Estatutos y Reglamentos de la Empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS.**EDUCACIÓN:**

- ❖ Título profesional en Administración de Empresas o Ingeniera Comercial.

EXPERIENCIA:

- ❖ Como mínimo dos en funciones afines

CÓDIGO: 02**DEPARTAMENTO DE:** Contabilidad.**PUESTO: SECRETARIA CONTADORA****NATURALEZA DE TRABAJO**

- ❖ Llevar y responder por los registros contables de la empresa.
- ❖ Registrar detalladamente los ingresos y egresos.
- ❖ Realizar arreglos con las partes interesadas cuando haya alguna desavenencia.
- ❖ Recibir órdenes estrictas del nivel jerárquico superior de la empresa
- ❖ Recibir la correspondencia que ingresa a la empresa

TAREAS TÍPICAS

- ❖ Procesar los estados financieros y presupuestos de la empresa.
- ❖ Presentar puntualmente los informes contables.
- ❖ Elaborar los roles de pago, y libros contables.
- ❖ Exteriorizar periodo a periodo las declaraciones al SRI.
- ❖ Recibir las llamadas receptor y redactar las sesiones de trabajo.
- ❖ Elaborar informes

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ❖ Es la responsable directa de cuidar la información financiera, y bienes económicas de la empresa

REQUISITOS MÍNIMOS

- ❖ Contadora profesional - Secretaria

EXPERIENCIA

- ❖ Dos años de funciones afines.

CAPACITACIÓN

- ❖ Relaciones en relaciones humanas y públicas
- ❖ Cursos y demás seminarios sobre los programas contables actualizados.

CODIGO: 03

DEPARTAMENTO DE: Producción.

TITULO DEL PUESTO: OBRERO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ❖ Encargado de direccionar correctamente el proceso productivo de acuerdo a sus conocimientos.

FUNCIONES BÁSICAS

- ❖ Diseñar los tiempos exactos para el asado de los pollos, y evitar alteraciones. **CARACTERÍSTICAS**

- ❖ Es el responsable de las diferentes indicaciones para los empleados encargados de la producción.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN

- ❖ Conocimientos en Gastronomía

EXPERIENCIA

- ❖ Dos años de funciones afines.

CODIGO: 04

TITULO DEL PUESTO: OBRERO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ❖ Trabajar conjuntamente con el personal de producción.

FUNCIONES BÁSICAS

- ❖ Enseñar al cliente la carta de menú diaria
- ❖ Receptar los pedidos que le hagan los clientes

❖ **CARACTERÍSTICAS**

- ❖ Debe servir dentro de un tiempo prudente los pedidos.
- ❖ Debe ser amable y cortés con los clientes

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN

- ❖ Secundaria.

EXPERIENCIA

- ❖ Mínimo un año en labores afines.

CÓDIGO: 05

DEPARTAMENTO DE: Ventas

TITULO DEL PUESTO: EMPLEADO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ❖ Debe recibir adecuadamente al cliente e informarlo.

FUNCIONES BÁSICAS

- ❖ Debe receptar las llamadas y pedidos
- ❖ Encargado de cobrar por el servicio

CARACTERÍSTICAS

- ❖ Buenas relaciones humanas.
- ❖ Amable y eficiente.
- ❖ Responsable del dinero de caja chica, en función de su puesto de trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN

- ❖ Bachiller

EXPERIENCIA

- ❖ Mínimo dos años en funciones afines.

CÓDIGO: 06

Título del Puesto: ASESOR JURÍDICO

Nivel Jerárquico: ASESOR

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- ❖ Comunicar, aconsejar y asesorar sobre asuntos legales de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- ❖ El puesto requiere de conocimientos sólidos en el área legal, su labor está encaminada a la solución y asesoramiento.

FUNCIONES:

- ❖ Asesorar e informar sobre proyectos en materia jurídica.
- ❖ Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- ❖ Ejercer la defensa judicial en todo proceso que requiera la empresa.
- ❖ Sugerir al Gerente sobre cualquier asunto de forma legal.
- ❖ Participar en procesos contractuales.
- ❖ Participar en reuniones de Junta de Socios.
- ❖ Mantener una autoridad funcional y tener una participación eventual en la empresa.
- ❖ Cuidar que la ejecución de las tareas se desarrolle en un marco disciplinario, garantizando que se ajuste a las normas legales vigentes.
- ❖ Facilitar adecuadamente toda la información que sustente cada uno de los conflictos judiciales a su cargo, para que estos puedan ser archivados y custodiados.
- ❖ Todos los demás que asignaren los inmediatos superiores.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ❖ **Educación:** Doctor en Jurisprudencia.
- ❖ **Experiencia:** Un año de ejercer esta práctica profesional.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto de recursos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de las operaciones que realizará la nueva unidad de producción, así mismo en la evaluación económica la que permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

INVERSIONES

Es la cantidad de dinero que se lo pone a trabajar para en un tiempo determinado obtener una utilidad o una ganancia. Se trabajará con tres clases de activos que es en donde están la inversión del proyecto. Activos fijos, diferidos y capital de trabajo, los gastos son otra clase de inversión que serán necesarios para poder poner en funcionamiento la empresa de pollos a la Brasa RIKO PIKO.

Activos Fijos

Activos Diferidos.

Capital de Trabajo

ACTIVOS FIJOS

Son todas las inversiones en activos tangibles y que se constituyen en propiedad de la empresa, los mismos que son necesarios en el área administrativa, en producción y ventas.

Los activos fijos están sujetos a depreciaciones, y para el presente proyecto los activos necesarios se detallan en el siguiente cuadro.

TERRENO

Para determinar el costo del terreno fue necesario consultar el precio en el Municipio del cantón en el departamento de avalúos y catastros, el mismo que se detalla a continuación

**CUADRO 30
TERRENO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Terreno	160m2	\$ 40,00	\$ 6.400,00
TOTAL			\$ 6.400,00

FUENTE: GAD DEL SACHA

ELABORACIÓN: El autor

CONSTRUCCIÓN DEL EDIFICIO

Detalla en el siguiente cuadro

La empresa contará con un moderno y amplio local de su propiedad, cuyos valores de construcción se detallan a continuación.

**CUADRO 31
INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Construcción Total	160m2	\$ 50	\$ 8.000,00
TOTAL			\$ 8.000,00

FUENTE: CAMARA DE LA COSTRUCCIO ORELLANA

ELABORACIÓN: El autor

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

El equipo de computación, constará de scanner, impresora y más implementos necesarios para la correcta puesta en marcha de la empresa

**CUADRO 32
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Computadoras	1	\$ 560,00	\$ 560,00
Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL			\$ 660,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El autor

EQUIPOS DE OFICINA

Son los implementos necesarios para la ejecución de las actividades administrativas.

**CUADRO 33
EQUIPO DE OFICINA**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
SUMADORA	1	\$ 10,00	\$ 10,00
CALCULADORA	1	\$ 14,00	\$ 14,00
TELÉFONO	1	\$ 70,00	\$ 70,00
GRAPADORA	1	\$ 2,00	\$ 2,00
PERFORADORA	1	\$ 2,50	\$ 2,50
TOTAL			\$ 98,50

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El autor

MUEBLES Y ENSERES

Son necesarios para que los empleados de la empresa puedan cumplir eficazmente con las actividades a ellos encomendadas

**CUADRO 34
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
ESCRITORIO	2	\$ 150,00	\$ 300,00
SILLAS GIRATORIAS	1	\$ 80,00	\$ 80,00
ARCHIVADOR	2	\$ 100,00	\$ 200,00
SILLONES GERENCIAL	1	\$ 120,00	\$ 120,00
MOSTRADORES	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL			\$ 850,00

FUENTE: ALMACEN EL METAL DE ORELLANA

ELABORACIÓN: El autor

INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

Para el proyecto será necesario el uso de la siguiente maquinaria y equipo

**CUADRO 35
MAQUINARIA Y EQUIPO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
COCINA INDUSTRIAL	1	\$ 150,00	\$ 150,00
FREIDORA DE PAPAS	1	\$ 250,00	\$ 250,00
LICUADORA INDUSTRIAL	1	\$ 560,00	\$ 560,00
CONGELADOR	1	\$ 250,00	\$ 250,00
VITRINA FRIGORÍFICA	1	\$ 350,00	\$ 350,00
PICADORA DE PAPAS	1	\$ 50,00	\$ 50,00
HORNO PARA POLLOS	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
TOTAL			\$ 2.910,00

FUENTE: ALMACENES DE ORELLANA

ELABORACIÓN: El autor

UTENSILIOS

Es todo lo complementario a la tecnología necesaria, con el fin de realizar adecuadamente el proceso productivo.

**CUADRO 36
UTENSILIOS**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
JUEGO DE CUCHILLOS	1	\$ 20,00	\$ 20,00
JUEGO DE CUBIERTOS	6	\$ 14,00	\$ 84,00
CUCHARAS	48	\$ 0,35	\$ 16,80
TIJERA CORTA POLLO	1	\$ 10,00	\$ 10,00
JUEGO DE VAJILLA	4	\$ 20,00	\$ 80,00
OLLAS INDUSTRIALES	6	\$ 40,00	\$ 240,00
OLLAS ARROCERAS	1	\$ 60,00	\$ 60,00
JUEGO DE VASOS	6	\$ 10,00	\$ 60,00
UTENSILIOS DE COCINA (Cucharas grandes y cucharones)	6	\$ 5,00	\$ 30,00
TOTAL			\$ 600,80

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El autor

RESUMEN DE LA INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

**CUADRO 37
RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

ARTÍCULO	V/T
TERRENO	\$ 6.400,00
CONSTRUCCIÓN	\$ 8.000,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 660,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 98,50
MUEBLES Y ENSERES	\$ 850,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.910,00
HERRAMIENTAS	\$ 600,80
IMPREVISTOS 5%	\$ 966,47
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 20.485,77

FUENTE: cuadro 30 al 36

ELABORACIÓN: El autor

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos, son todos los derechos adquiridos para el desarrollo del proyecto.

CUADRO 38
RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO

DETALLE	V/TOTAL
Estudios del plan de negocios	\$ 300,00
Estudios de ingeniería	\$ 500,00
Gastos de constitución	\$ 600,00
Permisos de funcionamiento y operación	\$ 100,00
Imprevistos 5%	\$ 75,00
TOTAL	\$ 1.575,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El autor

INVERSIONES EN ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Consiste en la financiación de las actividades cotidianas que la empresa tiene que realizar para poder ofrecer el producto pollos asados, desde el inicio en sus operaciones o puesta en marcha, hasta que empiece a generar sus propios ingresos.

PRESUPUESTO PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima directa está considerada en las siguientes cantidades, es decir considerando que por cada pollo es necesario una libra de arroz y una libra de papa respectivamente, información que fue tomada de investigación directa, en donde así mismo se calculó el precio por libra de arroz de 0,47 centavos y por libra de papa 0,25 centavos, información que se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO 39
MATERIA PRIMA DIRECTA

ARTÍCULO	CANTIDAD ANUAL	V/U	V/ ANUAL
POLLOS	20384	5	101920
ARROZ	20384	0,47	9580,48
PAPAS	20384	0,25	14.332,50
TOTAL			125832,98

FUENTE: Cuadro 32

ELABORACIÓN: El autor

MANO DE OBRA DIRECTA

Es todo el personal que interviene directamente en el proceso productivo, es decir son los encargados de transformar las materias primas en productos elaborados. Aptos para el consumo humano en éste caso los pollos a la brasa.

CUADRO 40
MANO DE OBRA DIRECTA

RUBROS/ PRESUPUESTO	AUXILIAR DE COCINA	AUXILIAR DE COCINA	MESERO 1	MESERO 2	COCINERO 1	COCINERO 2
Salario mensual	360	360	360	360	360	360
Décimo Tercero 1/12	30,00	30,00	30	30	30	30
Décimo Cuarto SBU. 1/12	30,00	30,00	30	30	30	30
Vacaciones 1/24	15,00	15,00	15	15	15	15
Aporte Patronal 11.15%	40,14	40,14	40,14	40,14	40,14	40,14
Aporte IECE 0,5%	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Aporte CECAP 0,5%	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
Fondos de Reserva 1/12	30,00	30,00	30	30	30	30
Total Mensual	508,74	508,74	508,74	508,74	508,74	508,74
Total Anual	6104,88	6104,88	6104,88	6104,88	6104,88	6104,88
Total Costo Mano de Obra Directa						36629,28

FUENTE: Cuadro 29

ELABORACIÓN: El autor

MANO DE OBRA INDIRECTA

Constituye todo el personal administrativo, necesario, a sí mismo para el segundo año de operaciones se ha considerado el pago de los fondos de reserva.

CUADRO 41
MANO DE OBRA INDIRECTA

RUBROS/ PRESUPUESTO	OBRERO PRODUCCION
Salario Mensual	400
Décimo Tercero 1/12	33,33
Décimo Cuarto SBU. 1/12	33,33
Vacaciones 1/24	16,67
Aporte Patronal 11.15%	44,60
Aporte IECE 0,5%	2
Aporte CECAP 0,5%	2
Fondos de Reserva 1/12	33,33
Total Mensual	565,27
Total Anual	6783,2
Total Mano de Obra Indirecta	

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El autor

INVERSIÓN EN MATERIA PRIMA INDIRECTA

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Es todo el material necesario y que forma parte del producto pero que no interviene directamente en el proceso productivo

CUADRO 42
MATERIA PRIMA INDIRECTA

ARTÍCULO	CANTIDAD ANUAL	V/U	V/ ANUAL
ADOBO	57330	\$ 0,50	\$ 28.665,00
GUARNICIÓN	57330	\$ 0,40	\$ 22.932,00
TARRINAS TÉRMICAS	57330	\$ 0,05	\$ 2.866,50
FUNDAS PLÁSTICAS	57330	\$ 0,01	\$ 573,30
CAJA DE CARTÓN	57330	\$ 0,05	\$ 2.866,50
TOTAL			\$ 57.903,30

FUENTE: Cuadro 32

ELABORACIÓN: El autor

COMBUSTIBLE

CUADRO 43
COMBUSTIBLE

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	VALOR ANUAL
CARBÓN	SACO	728	\$ 10,00	\$ 7.280,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El autor

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Comprende el sueldo del personal administrativo, se determina de acuerdo a lo que establece la ley, a continuación el detalle.

**CUADRO 44
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

RUBROS/ PRESUPUESTOS	GERENTE CAJERO	SECRETARIA - CONTADORA	BODEGUERO
Salario Básico Unificado	600	354	354
Décimo Tercero 1/12	50,00	29,17	29,17
Décimo Cuarto SBU. 1/12	50,00	29,17	29,17
Vacaciones 1/24	25,00	14,58	14,58
Aporte Patronal 11.15%	66,90	39,03	39,03
Aporte IECE 0,5%	3	1,75	1,75
Aporte CECAP 0,5%	3	1,75	1,75
Fondos de Reserva 1/12	50,00	29,17	29,17
Total Mensual	847,90	494,61	494,61
Total Anual	10174,8	5935,3	5935,3
Total Costo Sueldos Administrativos			22045,40

INVERSIÓN EN SERVICIOS BÁSICOS

Constituye todos los pagos de agua, luz y teléfono necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa

**CUADRO 45
SERVICIOS BÁSICOS**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	250,00	\$ 0,15	\$ 37,50	\$ 450,00
Agua	M3	40,00	\$ 0,20	\$ 8,00	\$ 96,00
Teléfono	MINUTOS	200,00	\$ 0,08	\$ 16,00	\$ 192,00
TOTAL				\$ 68,00	\$ 816,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El autor

INVERSIÓN EN MATERIALES DE OFICINA

Constituye el material de escritorio que se necesita para el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa.

CUADRO 46
MATERIALES DE OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/MENSUAL	V/ANUAL
FACTURAS	LIBRETIN	1,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 144,00
ESFEROS	UNIDAD	2,00	\$ 0,30	\$ 0,60	\$ 7,20
CLIPS	CAJA	1,00	\$ 0,70	\$ 0,70	\$ 8,40
GRAPAS	CAJA	1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
TOTAL				\$ 14,30	\$ 171,60

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El autor

INVERSIÓN EN ÚTILES DE ASEO

Cualquiera sea la naturaleza de una empresa siempre resultará indispensable la compra de materiales de aseo y limpieza, que ayuden a mantener las instalaciones de la empresa en condiciones que resulte acogedor, con el fin de brindarle una mejor atención a los clientes, los mismos que se detallan en el siguiente cuadro.

**CUADRO 47
UTILES DE ASEO**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/SEMESTRAL	V/ANUAL
ESCOBA	UNIDAD	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 8,00
TRAPEADOR	UNIDAD	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 12,00
BASURERO	UNIDAD	3	\$ 6,00	\$ 18,00	\$ 36,00
RECOGEDOR	UNIDAD	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 8,00
TOALLAS DESECHABLES	ROLLO	3	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 60,00
PINOKLIN	UNIDAD	3	\$ 3,50	\$ 10,50	\$ 21,00
PAPEL HIGIENICO	DOCENA	12	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 120,00
JABON LÍQUIDO	UNIDAD	6	\$ 2,50	\$ 15,00	\$ 30,00
TOTAL				\$ 147,50	\$ 295,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El autor

INVERSIÓN EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Aquí se considera la inversión en cuñas radiales para dar a conocer el producto a los consumidores.

**CUADRO 48
PUBLICIDAD**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/MES	VALOR ANUAL
CUÑAS RADIALES	UNIDAD	30,00	\$ 3,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
TOTAL				\$ 90,00	\$ 1.080,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: El autor

CUADRO RESUMEN DE INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

**CUADRO 49
RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL 1ER MES**

ARTÍCULO	PARCIAL	TOTAL
COSTO PRIMO		\$ 14.103.79
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 10486,08	
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 3052,44	
MANO DE OBRA INDIRECTA	565,27	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		\$ 5.431,94
MATERIA PRIMA INDIRECTA	\$ 4.825,28	
COMBUSTIBLE	\$ 606,67	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 1.944
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.837,12	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 68,00	
MATERIALES DE OFICINA	\$ 14,30	
UTILES DE ASEO	\$ 24,58	
GASTOS DE VENTAS		\$ 90,00
PÚBLICIDAD	\$ 90,00	
IMPREVISTOS 5%		\$ 1.911
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 21569.73

FUENTE: Cuadro 42 al 48

ELABORACIÓN: El autor

RESUMEN DE INVERSIONES

CUADRO 50
INVERSIONES TOTALES

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		\$ 20485,77
TERRENO	\$ 6.400,00	
CONSTRUCCIÓN	\$ 8.000,00	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 660,00	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 98,50	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 850,00	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.910,00	
HERRAMIENTAS	\$ 600,80	
IMPREVISTOS 5%	\$ 966,46	
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 1.575,00
ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN	\$ 300,00	
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	\$ 500,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 600,00	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN	\$ 100,00	
IMPREVISTOS 5%	\$ 75,00	
ACTIVO CIRCULANTE		\$ 22.648,22
COSTO PRIMO	\$ 14.103,79	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 5.431,94	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.944	
GASTOS DE VENTAS	\$ 90,00	
IMPREVISTOS 5%	\$ 1.078,49	
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 44.708,99

FUENTE: Cuadro 40,41 y 52

ELABORACIÓN: El autor

FINANCIAMIENTO

Para financiar el proyecto fue necesario el uso de fuentes internas y externas cuyos valores se detallan a continuación.

CUADRO 51

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	10,57	\$ 4.708,99
Crédito	89,46	\$ 40.000,00
TOTAL	100	\$ 44.708,99

FUENTE: Cuadro 50

ELABORACIÓN: El autor

CAPITAL PROPIO

Significa que el 10,57% del total de la inversión será cubierto por el aporte de los socios que formen parte de la empresa

CRÉDITO BANCARIO

El crédito necesario para la financiación del proyecto que corresponde al 89,46% se lo solicitara en el banco de fomento.



CUADRO 52
TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	CAPITAL	INTERÉS 15% ANUAL	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				\$ 40.000,00
1	\$ 1.666,67	\$ 500,00	\$ 2.166,67	\$ 38.333,33
2	\$ 1.666,67	\$ 479,17	\$ 2.145,83	\$ 36.666,67
3	\$ 1.666,67	\$ 458,33	\$ 2.125,00	\$ 35.000,00
4	\$ 1.666,67	\$ 437,50	\$ 2.104,17	\$ 33.333,33
5	\$ 1.666,67	\$ 416,67	\$ 2.083,33	\$ 31.666,67
6	\$ 1.666,67	\$ 395,83	\$ 2.062,50	\$ 30.000,00
7	\$ 1.666,67	\$ 375,00	\$ 2.041,67	\$ 28.333,33
8	\$ 1.666,67	\$ 354,17	\$ 2.020,83	\$ 26.666,67
9	\$ 1.666,67	\$ 333,33	\$ 2.000,00	\$ 25.000,00
10	\$ 1.666,67	\$ 312,50	\$ 1.979,17	\$ 23.333,33
11	\$ 1.666,67	\$ 291,67	\$ 1.958,33	\$ 21.666,67
12	\$ 1.666,67	\$ 270,83	\$ 1.937,50	\$ 20.000,00
13	\$ 1.666,67	\$ 250,00	\$ 1.916,67	\$ 18.333,33
14	\$ 1.666,67	\$ 229,17	\$ 1.895,83	\$ 16.666,67
15	\$ 1.666,67	\$ 208,33	\$ 1.875,00	\$ 15.000,00
16	\$ 1.666,67	\$ 187,50	\$ 1.854,17	\$ 13.333,33
17	\$ 1.666,67	\$ 166,67	\$ 1.833,33	\$ 11.666,67
18	\$ 1.666,67	\$ 145,83	\$ 1.812,50	\$ 10.000,00
19	\$ 1.666,67	\$ 125,00	\$ 1.791,67	\$ 8.333,33
20	\$ 1.666,67	\$ 104,17	\$ 1.770,83	\$ 6.666,67
21	\$ 1.666,67	\$ 83,33	\$ 1.750,00	\$ 5.000,00
22	\$ 1.666,67	\$ 62,50	\$ 1.729,17	\$ 3.333,33
23	\$ 1.666,67	\$ 41,67	\$ 1.708,33	\$ 1.666,67
24	\$ 1.666,67	\$ 20,83	\$ 1.687,50	\$ 0,00
TOTAL	\$ 40.000,00		\$ 46.250,00	

Fuente: Cuadro 51 y BNF

Elaboración: El autor

DEPRECIACIONES

Constan las depreciaciones que sufren los activos diferidos

**CUADRO NRO. 53
DEPRECIACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	Reinversión
CONSTRUCCIÓN	\$ 8000	\$ 800,00	\$ 7.200,00	20	\$ 360,00	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 660,00	\$ 66,00	\$ 594,00	3	\$ 196,02	\$ 792
EQUIPO DE OFICINA	\$ 98,50	\$ 9,85	\$ 88,65	10	\$ 8,87	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 850,00	\$ 85,00	\$ 765,00	10	\$ 76,5	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.910,00	\$ 291,00	\$ 2.619,00	10	\$ 261,90	
HERRAMIENTAS	\$ 600,80	\$ 60,08	\$ 540,72	10	\$ 54,07	

Fuente: Cuadro 50

Elaboración: El autor

**CUADRO 54
DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES EQUIPO DE COMPUTO**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	REINVERSIÓN
EQUIPO DE COMPUTO AÑO 3	\$ 660,00	\$ 66,00	\$ 594,00	3	\$ 196,02	\$ 792
EQUIPO DE COMPUTO AÑO 6	\$ 792	\$ 79,20	\$ 712,8	3	\$ 237,6	950,4
EQUIPO DE COMPUTO AÑO 9	\$ 950,4	\$ 95,04	855,36	3	285,12	1140,48

Fuente: Cuadro 53 y BNF

Elaboración: El autor

AMORTIZACIÓN

Es un procedimiento utilizado para distribuir los costos de los activos fijos e intangibles al tiempo en el que van a devengarse los beneficios.

**CUADRO 55
AMORTIZACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.575,00	5	\$ 315,00

Fuente: Cuadro 50

Elaboración: El autor

CUADRO 56
PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS PARA 10 AÑOS

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO	234428,76	244172	254329,54	264909,65	275929,91	287346,09	299299,67	311750,53	324719,35	338227,68
Materia Prima Directa	125832,98	131067,63	136520,04	142199,27	148114,76	154276,33	160694,22	167379,1	174342,07	181594,7
Materia Prima Indirecta	57903,3	60312,08	62821,06	65434,42	68156,49	70991,8	73945,06	77021,17	80225,25	83562,62
Mano de Obra Directa	36629,28	38153,06	39740,23	41393,42	43115,39	44908,99	46777,20	48723,13	50750,01	52861,21
Mano de Obra Indirecta	6783,2	7056,38	7349,92	7655,68	7974,17	8243,4	8586,32	8943,51	9315,56	9703,09
Combustible	7280	7582,85	7898,29	8226,86	8569,1	8925,57	9296,87	9683,62	10086,46	10506,06
GASTOS ADMINISTRATIVOS	23328	24298,45	25309,25	26362,13	27458,8	28601,08	29790,97	31030,27	32321,12	33665,67
Sueldos Administrativos	22045,4	22962,49	23917,73	24912,71	25949,08	27028,56	28152,95	29324,11	30543,99	31814,62
Servicios Básicos	816	849,95	885,3	922,13	960,49	1000,45	1042,16	1085,51	1130,67	1177,7
Materiales de Oficina	171,6	178,74	186,17	193,92	201,99	210,39	219,14	228,26	237,75	247,64
Útiles de Aseo	295	307,27	320,05	333,37	347,24	361,68	376,72	392,39	408,71	425,71
GASTOS DE VENTAS	1080	1124,93	1171,73	1220,47	1271,24	1324,12	1379,20	1436,57	1496,33	1558,58
Publicidad	1080	1124,93	1171,73	1220,47	1271,24	1324,12	1379,20	1436,57	1496,33	1558,58
DEPRECIACIONES	959,34	959,34	959,34	998,34	998,34	998,34	998,34	1046,34	1046,34	1046,34
Construcción	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
Equipo de Computo	198	198	198	237	237	237	237	285	285	285
Equipo de Oficina	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87	8,87
Muebles y Enseres	76,5	76,5	76,5	76,5	76,5	76,5	76,5	76,5	76,5	76,5
Maquinaria y Equipo	261,9	261,9	261,9	261,9	261,9	261,9	261,9	261,9	261,9	261,9
Herramientas	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07	54,07
GASTOS FINANCIEROS	4940	1940	315							
Amortización de Activo Diferido	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
Interese de Préstamo	4625	1625	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	264736,1	272494,72	282084,86	293805,59	305973,29	318584,63	331783,18	345578,71	359898,14	374813,27

FUENTE: Cuadros 42 al 51
Tasa de Inflación año 2014, 4,16%
ELABORACION: El Autor

DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Los ingresos se determinaron en función de los costos totales de producción y la capacidad instalada, los mismos que se detallan a continuación.

**CUADRO 57
INGRESOS TOTALES**

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE POLLO	INGRESOS TOTALES
				75%		
1	264736,10	29744	8,90	6,68	15,58	463288,18
2	272494,72	32718	8,33	6,25	14,57	476865,76
3	282084,86	35693	7,90	5,93	13,83	493648,51
4	293805,59	38667	7,60	5,70	13,30	514159,78
5	305973,29	41642	7,35	5,51	12,86	535453,26
6	318584,63	44616	7,14	5,36	12,50	557523,10
7	331783,18	47590	6,97	5,23	12,20	580620,57
8	345578,71	50565	6,83	5,13	11,96	604762,74
9	359898,14	53539	6,72	5,04	11,76	629821,75
10	374813,27	56514	6,63	4,97	11,61	655923,22

FUENTE: Cuadros 32-51
ELABORACIÓN: El Autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Refleja los ingresos y costos que genera el proyecto anualmente

CUADRO 58
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingreso por ventas	463.288,18	476.865,76	493.648,51	514.159,78	535.453,26	557.523,10	580.620,57	604.762,74	629.821,75	655.923,22
- Costos de Producción	264.736,10	272.494,72	282.084,86	293.805,59	305.973,29	318.584,63	331.783,18	345.578,71	359.898,14	374.813,27
Utilidad Bruta	198.552,08	204.371,04	211.563,65	220.354,19	229.479,97	238.938,47	248.837,39	259.184,03	269.923,61	281.109,95
- Costos de Operación	959,34	959,34	959,34	998,34	998,34	998,34	998,34	1.046,34	1.046,34	1.046,34
= Utilidad Neta	197.592,74	203.411,70	210.604,31	219.355,85	228.481,63	237.940,13	247.839,05	258.137,69	268.877,27	280.063,61
- 15% utilidad a trabajadores	29.638,91	30.511,76	31.590,65	32.903,38	34.272,24	35.691,02	37.175,86	38.720,65	40.331,59	42.009,54
= Utilidad antes de Imp. a la renta	167.953,83	172.899,95	179.013,66	186.452,47	194.209,39	202.249,11	210.663,19	219.417,04	228.545,68	238.054,07
- 22% Impuesto a la renta	36.949,84	38.037,99	39.383,01	41.019,54	42.726,06	44.494,80	46.345,90	48.271,75	50.280,05	52.371,90
= Utilidad antes de Reserva Legal	131.003,99	134.861,96	139.630,66	145.432,93	151.483,32	157.754,31	164.317,29	171.145,29	178.265,63	185.682,17
- 10% de Reserva Legal	13.100,40	13.486,20	13.963,07	14.543,29	15.148,33	15.775,43	16.431,73	17.114,53	17.826,56	18.568,22
= Utilidad líquida del ejercicio	117.903,59	121.375,76	125.667,59	130.889,64	136.334,99	141.978,88	147.885,56	154.030,76	160.439,07	167.113,96

FUENTE: Cuadros 32-51
ELABORACION: El Autor

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Constan los costos de producción o variables y los costos que no dependen de la producción o costos fijos.

CUADRO 59
CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

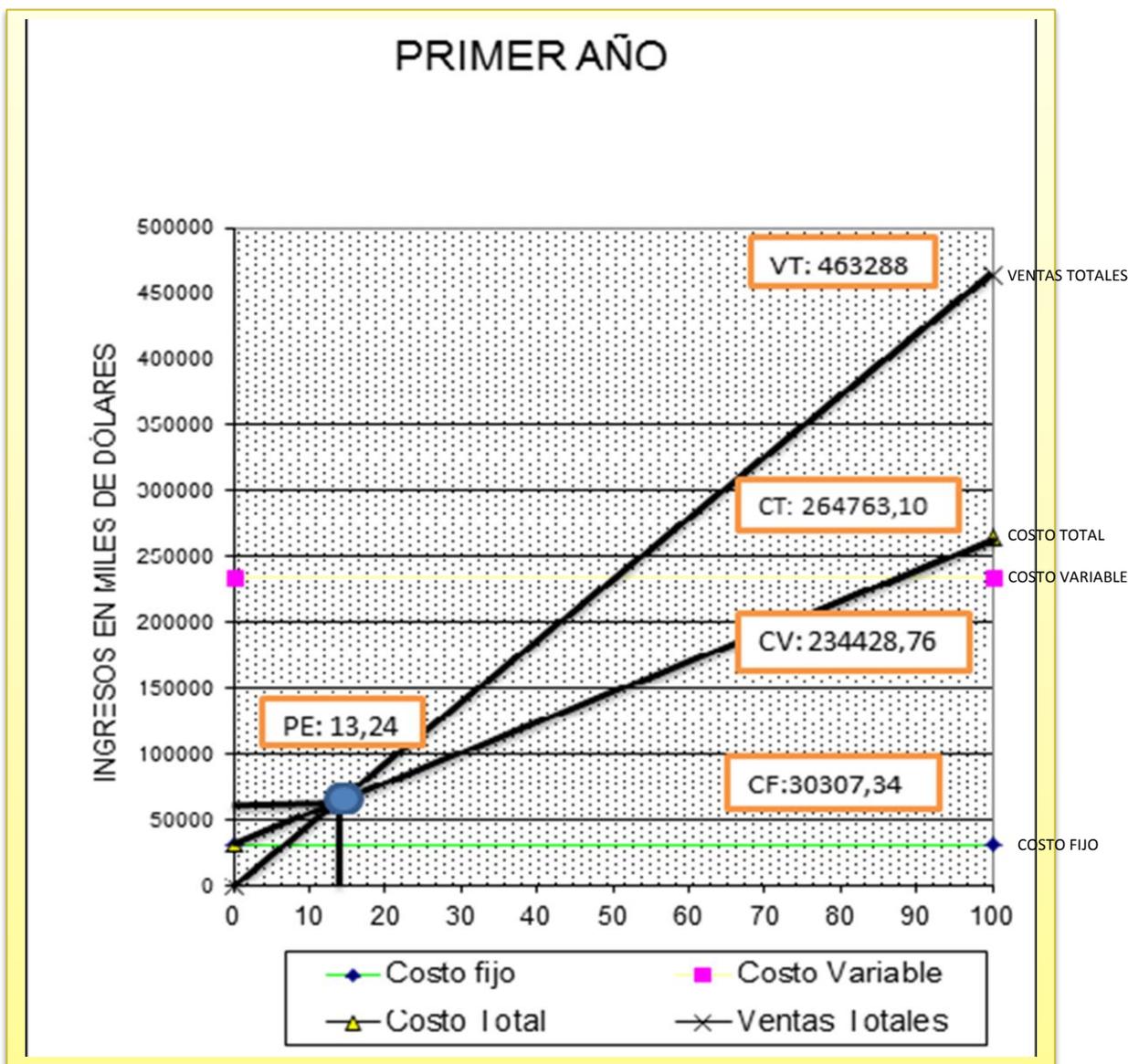
COSTOS	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5		AÑO 10	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	\$ 0,00	234428,76	\$ 0,00	254329,54	\$ 0,00	275929,91	\$ 0,00	338227,68
Materia Prima Directa		125832,98		136520,04		148114,76		181594,7
Materia Prima Indirecta		57903,3		62821,06		68156,49		83562,62
Mano de Obra Directa		36629,28		39740,23		43115,39		52861,21
Mano de Obra Indirecta	6783,2			7349,92		7974,17		9703,09
Combustible		7280		7898,29		8569,1		10506,06
GASTOS ADMINISTRATIVOS	23328	\$ 0,00	25309,25	\$ 0,00	27458,8	\$ 0,00	33665,67	\$ 0,00
Sueldos Administrativos	22045,4		23917,73		25949,08		31814,62	
Servicios Básicos	816		885,3		960,49		1177,7	
Materiales de Oficina	171,6		186,17		201,99		247,64	
Útiles de Aseo	295		320,05		347,24		425,71	
GASTOS DE VENTAS	1080	\$ 0,00	1171,73	\$ 0,00	1271,24	\$ 0,00	1558,58	\$ 0,00
Publicidad	1080		1171,73		1271,24		1558,58	
DEPRECIACIONES	959,34	\$ 0,00	959,34	\$ 0,00	998,34	\$ 0,00	1046,34	\$ 0,00
Construcción	360		360		360		360	
Equipo de Computo	198		198		237		285	
Equipo de Oficina	8,87		8,87		8,87		8,87	
Muebles y Enseres	76,5		76,5		76,5		76,5	
Maquinaria y Equipo	261,9		261,9		261,9		261,9	
Herramientas	54,07		54,07		54,07		54,07	
GASTOS FINANCIEROS	4940	\$ 0,00	315	\$ 0,00	315	\$ 0,00	315	\$ 0,00
Amortización de Activo Diferido	315		315		315		315	
Interese de Préstamo	4625		0		0		0	
TOTAL DE COSTO	30307,34	234428,76	27755,32	254329,54	30043,38	275929,91	36585,59	338227,68

FUENTE: Cuadro 56

ELABORACIÓN: El Autor

AÑO 1	
MATEMATICAMENTE	
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA	
PE=	$\frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$
PE=	$\frac{30307,34}{463288,18 - 234428,76} \times 100$
PE=	$\frac{30,307,34}{228859,42} \times 100$
PE=	13,24 %
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS	
PE=	$\frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$
PE=	$\frac{30,307,34}{1 - \frac{234428,76}{463288,18}}$
PE=	$\frac{30307,34}{0,493989}$
PE=	61352,51

**GRAFICA 38
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1**

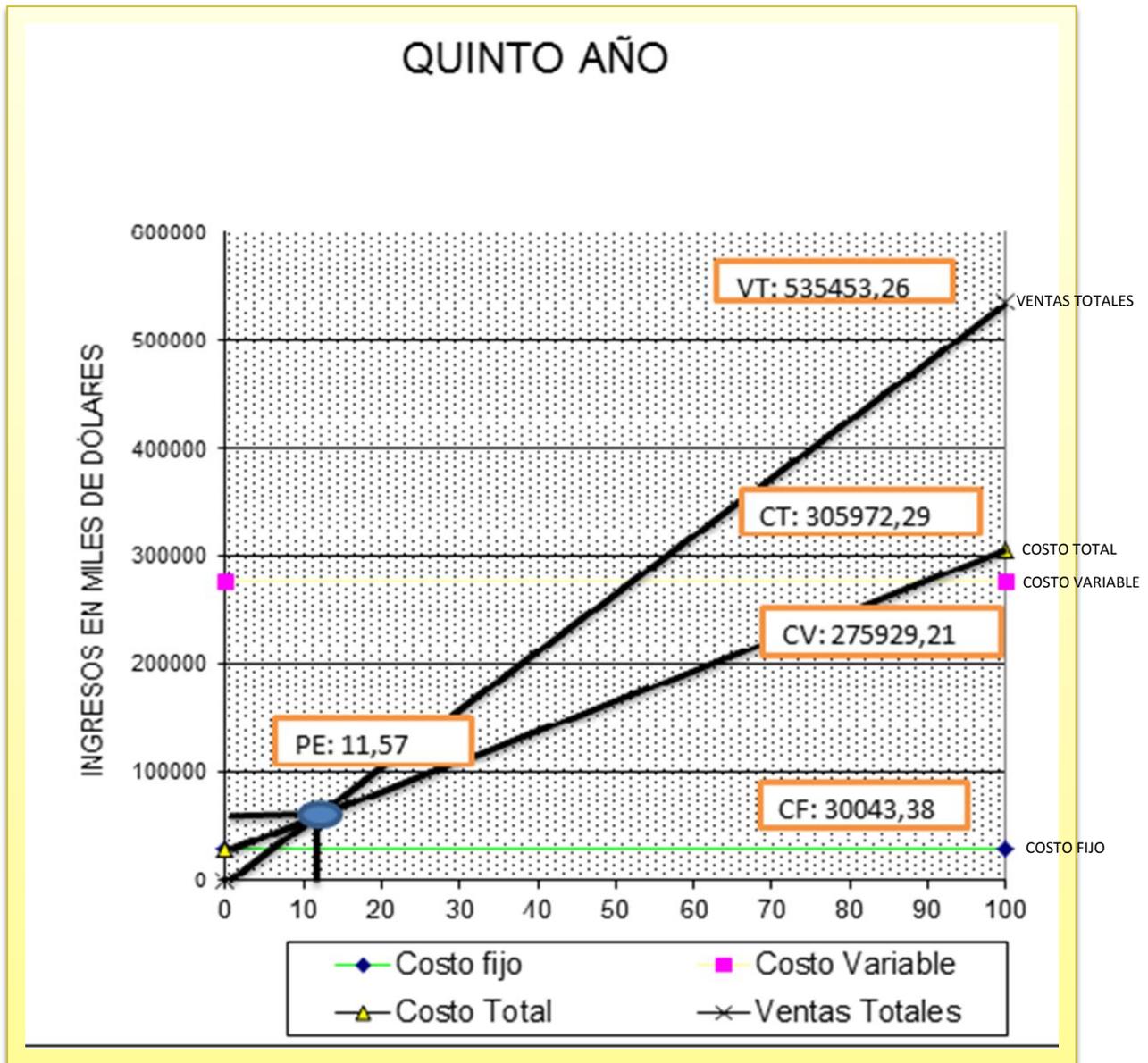


ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO 1.

- ✚ El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 13,24%, y tiene unas ventas de 61352,51 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- ✚ Cuando la empresa trabaja con menos del 13,24% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a 61352,51 dólares, la empresa comienza a perder.
- ✚ Cuando la empresa trabaja más del 13,24% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a 61352,51 dólares, la empresa comenzará a ganar.

AÑO 5	
MATEMATICAMENTE	
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA	
PE=	$\frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE}} \times 100$
PE=	$\frac{30043,38}{535453,26 - 275929,21} \times 100$
PE=	$\frac{30043,38}{259524,05} \times 100$
PE=	11,57 %
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS	
PE=	$\frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$
PE=	$\frac{30043,38}{1 - \frac{275929,21}{535453,26}}$
PE=	$\frac{30043,38}{0,484681}$
PE=	61985,88

**GRAFICA 39
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5**

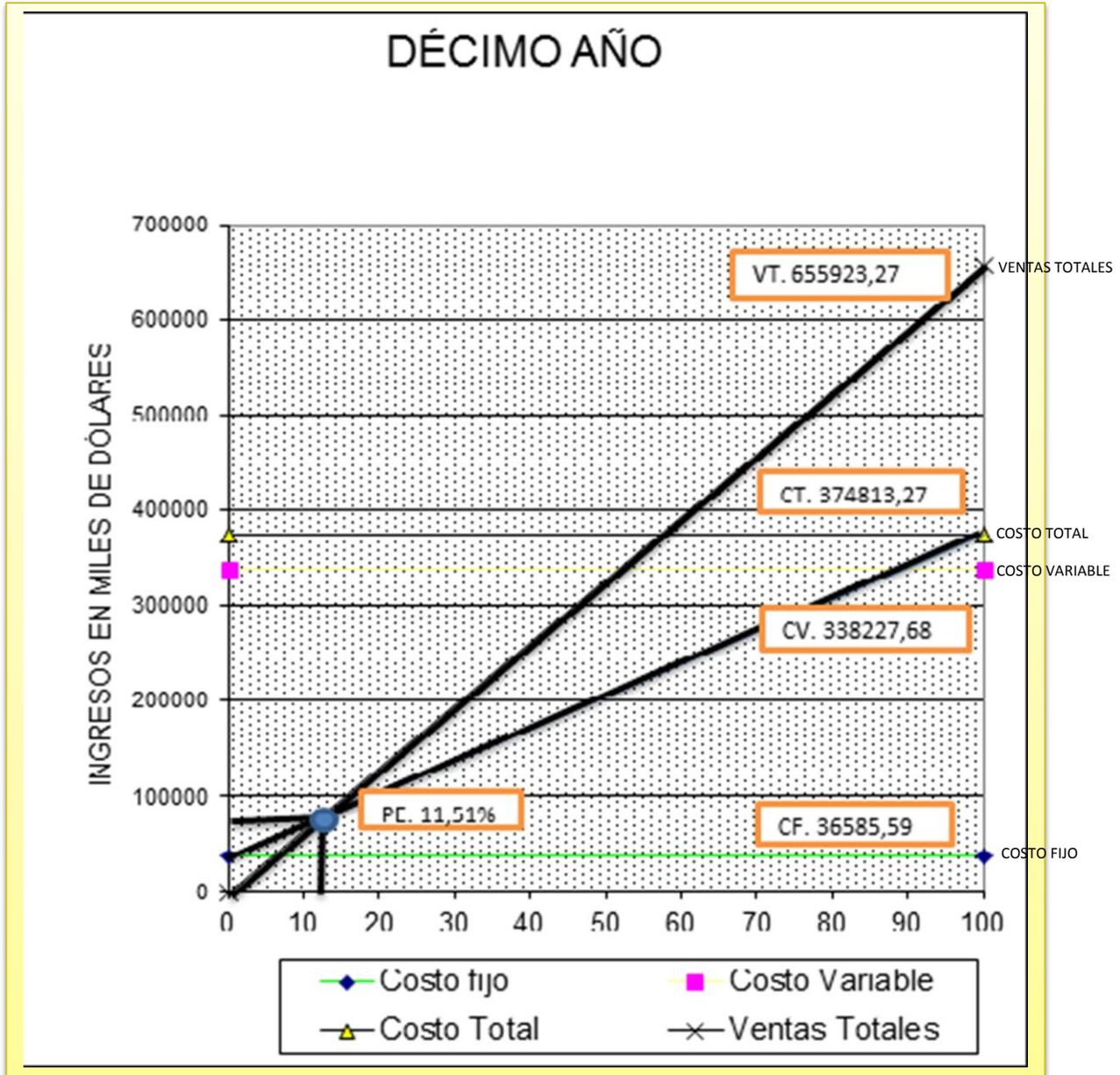


ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

- ✚ El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 11,57%, y tiene unas ventas de 61985,88 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- ✚ Cuando la empresa trabaja con menos del 11,57% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a 61985,88 dólares, la empresa comienza a perder.
- ✚ Cuando la empresa trabaja más del 11,57% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a 61985,88 dólares, la empresa comenzará a ganar.

AÑO 10	
MATEMATICAMENTE	
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA	
PE=	$\frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE}} \times 100$
PE=	$\frac{36585,59}{655923,22 - 338227,68} \times 100$
PE=	$\frac{36585,59}{317695,54} \times 100$
PE=	11,51 %
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS	
PE=	$\frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$
PE=	$\frac{36585,59}{1 - \frac{338227,68}{655923,22}}$
PE=	$\frac{36585,59}{0,484348}$
PE=	75535,75

**GRAFICA 40
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10**



ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

- ✚ El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 11,51%, y tiene unas ventas de 75535,75 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- ✚ Cuando la empresa trabaja con menos del 11,51% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a 75535,75 dólares, la empresa comienza a perder.
- ✚ Cuando la empresa trabaja más del 11,51% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a 75535,75 dólares, la empresa comenzará a ganar.

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja muestra los flujos de ingresos y egresos en efectivo que ha tenido la empresa en un periodo de tiempo determinado, como se muestra en el cuadro siguiente

**CUADRO 60
FLUJO DE CAJA**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		463.288,18	476.865,76	493.648,51	514.159,78	535.453,26	557.523,10	580.620,57	604.762,74	629.821,75	655.923,22
Crédito Banco de Fomento	40.000,00										
Capital propio	4.708,99										
Valor de rescate											1311,85
Total de ingresos	44.708,99	463.288,18	476.865,76	493.648,51	514.159,78	535.519,26	557.523,10	580.620,57	604.762,74	629.821,75	656.018,26
EGRESOS											
Activo Fijo	20.485,77										
Activo Diferido	1.575,00										
Activo Circulante	22.648,22										
Reinversiones					792			950,40			1146,48
Presupuesto de operación		264.736,10	272.494,72	282.084,86	293.805,59	305.973,29	318.584,63	331.783,18	345.578,71	359.898,14	374.813,27
Depreciación y Amort. A.D.		1.274,34	1.274,34	1.274,34	1.274,34	1.274,34	1.274,34	1.274,34	1.274,34	1.274,34	1.274,34
15% Utilidad a los trab		39.901,57	41.065,36	42.503,88	44.261,99	46.087,14	47.978,84	49.958,63	52.027,96	54.175,87	56.413,14
22% Impuesto a la Renta		49.743,95	51.194,81	52.988,17	55.179,95	57.455,31	59.813,63	62.281,76	64.861,52	67.539,25	70.328,38
Amortización de Capital		4.625,00	1.625,00								
Total de egresos	44.708,99	357.732,28	365.105,55	376.302,57	391.973,19	408.241,40	425.102,76	442.749,23	461.193,85	480.338,92	500.280,45
FLUJO DE CAJA	0,00	105.555,90	111.760,21	117.345,94	122.186,59	127.277,86	132.420,34	137.871,34	143.568,89	149.482,83	155.737,81

FUENTE: Cuadro 58
ELABORACION: El Autor

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto positivo significa que el proyecto es positivo y significa que el proyecto es aceptado y que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación.

**CUADRO 61
VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		15%	
0	44.708,99		
1	105.555,90	0,869565	91.787,74
2	111.760,21	0,756144	84.506,78
3	117.345,94	0,657516	77.156,86
4	122.186,59	0,571753	69.860,58
5	127.277,86	0,497177	63.279,59
6	132.420,34	0,432328	57.248,97
7	137.871,34	0,375937	51.830,94
8	143.568,89	0,326902	46.932,92
9	149.482,83	0,284262	42.492,35
10	155.737,81	0,247185	38.496,00
		SUMA	623.592,73
			44.708,99
			578.883,74

Elaboración: El autor

VAN = Sumatoria Flujos Netos Actualizados - Inversión

VAN = 623592,73 – 44708,99

VAN = 578883,74

De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es positivo, por lo tanto se realiza la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

Es el indicador financiero que muestra la rentabilidad del proyecto en un periodo de tiempo determinado. A mayor TIR mayor será la rentabilidad del mismo.

CUADRO N° 62
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		241,00%		242,00%	
0	-44.708,99		-44.708,99		-44.708,99
1	105.555,90	0,293255	30.954,81	0,292398	30.864,30
2	111.760,21	0,085999	9.611,22	0,085496	9.555,09
3	117.345,94	0,025220	2.959,41	0,024999	2.933,52
4	122.186,59	0,007396	903,66	0,007310	893,14
5	127.277,86	0,002169	276,05	0,002137	272,03
6	132.420,34	0,000636	84,22	0,000625	82,76
7	137.871,34	0,000187	25,72	0,000183	25,19
8	143.568,89	0,000055	7,85	0,000053	7,67
9	149.482,83	0,000016	2,40	0,000016	2,34
10	155.737,81	0,000005	0,73	0,000005	0,71
			117,08		-72,23

Elaboración: El autor

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

$$TIR = Tm + Dt \frac{(VAN \text{ menor})}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

$$TIR = 241 + 1 \frac{117,08}{189,31}$$

$$TIR = 241,61$$

Análisis:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 15%.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, y es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso de capital.

CUADRO 63
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO
0	44.708,99	
1		105.555,90
2		111.760,21
3		117.345,94
4		122.186,59
5		127.277,86
6		132.420,34
7		137.871,34
8		143.568,89
9		149.482,83
10		155.737,81
		TOTAL: 1.303.207,71

ELABORACIÓN: El Autor

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO
---------	-----------	------------------------------

0		
1		105555.90
2		111760.21
3		117345.94
4		122186.59
5	44708.99	127277.86
6		132420.34
7		137871.34
8		143568.89
9		149482.83
10		155737.81

$$\text{PRC} = \frac{\text{FLUJO NETO ACUMULADO - INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO ÚLTIMO PERIODO}}$$

$$\text{PRC} = \frac{155737.81 - 44708.99}{105555.90}$$

$$\text{PRC} = 1.05$$

$$0.05 * 12 =$$

$$0.62$$

1 Años

$$-5.38 * 30 =$$

$$-161.33$$

6 Meses

22 Días

ANALISIS: El capital se recuperara en 1 año, 6 meses y 22 días.

BENEFICIO COSTO

Este indicador financiero se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, si el indicador es mayor que 1 se acepta el proyecto

**CUADRO Nº 64
RELACION BENEFICIO COSTO**

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		15%			15%	
1	264.736,10	0,869565	230.205,30	463.288,18	0,869565	402.859,29
2	272.494,72	0,756144	206.045,16	476.865,76	0,756144	360.579,02
3	282.084,36	0,657516	185.475,05	493.648,51	0,657516	324.581,91
4	293.805,59	0,571753	167.984,30	514.159,78	0,571753	293.972,52
5	305.973,29	0,497177	152.122,80	535.453,26	0,497177	266.214,90
6	318.584,63	0,432328	137.732,93	557.523,10	0,432328	241.032,62
7	331.783,18	0,375937	124.729,59	580.620,57	0,375937	218.276,78
8	345.578,71	0,326902	112.970,29	604.726,74	0,326902	197.686,24
9	359.898,14	0,284262	102.305,51	629.821,75	0,284262	179.034,65
10	374.813,27	0,247185	92.648,11	665.923,22	0,247185	164.606,04
			1.512.219,04			2.648.843,98

ELABORACIÓN: El Autor

$$\frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO } 2.648.843,98}{\text{COSTO ACTUALIZADO } 1.512.219,04} = 1,75$$

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su RBC es mayor a uno. También es importante decir que, por cada dólar invertido se recibirá 0,75 centavos de dólar de utilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En el proyecto será conveniente efectuar un análisis de sensibilidad, porque con él se medirá si el mismo será afectado o no por situaciones que se dan en la economía, esto es el aumento de los costos o la disminución de los ingresos.

El análisis de sensibilidad se lo implementará dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de ejecutar el proyecto, debido a que no se conoce las condiciones que se espera en el futuro

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello este análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento de 11% de los costos y una disminución de los ingresos de 12%.

Para tomar la decisión se toma en cuenta que:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1 el proyecto es sensible
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible

CUADRO 64
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DE DEL 63% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		63,00%			83,60%		84,00%	
						-44708,99		-44708,99
1	264.736,10	431.519,84	463.288,18	31.768,34	0,54466	17.303,02	0,54348	17.265,40
2	272.494,72	444.166,39	476.865,76	32.699,37	0,29666	9.700,50	0,29537	9.658,37
3	282.084,36	459.797,51	493.648,51	33.851,00	0,16158	5.469,57	0,16053	5.433,98
4	293.805,59	478.903,11	514.159,78	35.256,67	0,08801	3.102,78	0,08724	3.075,88
5	305.973,29	498.736,46	535.453,26	36.716,80	0,04793	1.759,95	0,04741	1.740,91
6	318.584,63	519.292,95	557.523,10	38.230,15	0,02611	998,09	0,02577	985,14
7	331.783,18	540.806,58	580.620,57	39.813,99	0,01422	566,14	0,01400	557,58
8	345.578,71	563.293,30	604.726,74	41.433,44	0,00774	320,90	0,00761	315,36
9	359.898,14	586.633,97	629.821,75	43.187,78	0,00422	182,18	0,00414	178,65
10	374.813,27	610.945,63	665.923,22	54.977,59	0,00230	126,32	0,00225	123,60
						151,98		-42,60

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

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

$$NTIR = 23 + 0,5 \left(\frac{226,23}{226,23 + 431,47} \right)$$

$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 83,6 + 0,4 \left(\frac{151,98}{194,58} \right) = \mathbf{83,91 \%}$					
Diferencias	TIR	=	<i>Tir Proyecto - Nueva Tir</i>	241,61	- 83,91 = 157,7 %
Porcentaje de variación	=		<i>Diferencia. Tir / Tir del proyecto X100</i>	157,7 / 241,61	= 65,27%
Sensibilidad	=		<i>Porcentaje de variación / Nueva Tir</i>	65,27 / 88,91	= 0,987857

Esto nos indica que el proyecto puede soportar un incremento de los costos hasta de un 63%%

CUADRO 64
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCION DEL 37% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			37,00%		71,30%		72,20%	
						-44708,99		-44708,99
1	264.736,10	463.288,18	291.871,55	27.135,45	0,5838	15.840,90	0,5807	15.758,10
2	272.494,72	476.865,76	300.425,43	27.930,71	0,3408	9.518,47	0,3372	9.419,24
3	282.084,36	493.648,51	310.998,56	28.914,20	0,1989	5.752,27	0,1958	5.662,55
4	293.805,59	514.159,78	323.920,66	30.115,07	0,1161	3.497,47	0,1137	3.424,93
5	305.973,29	535.453,26	337.335,55	31.362,26	0,0678	2.126,28	0,0660	2.071,29
6	318.584,63	557.523,10	351.239,55	32.654,92	0,0396	1.292,42	0,0384	1.252,42
7	331.783,18	580.620,57	365.790,96	34.007,78	0,0231	785,74	0,0223	757,44
8	345.578,71	604.726,74	380.977,85	35.399,14	0,0135	477,46	0,0129	457,85
9	359.898,14	629.821,75	396.787,70	36.889,56	0,0079	290,46	0,0075	277,08
10	374.813,27	665.923,22	419.531,63	44.718,36	0,0046	205,55	0,0044	195,05
						409,54		-101,52

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

$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 71,3 + 0,9 \left(\frac{409,59}{511,11} \right) = \mathbf{72,02 \%}$					
Diferencias	TIR	=	<i>Tir Proyecto - Nueva Tir</i>	241,61	- 72,02 = 169,59 %
Porcentaje de variación		=	<i>Diferencia. Tir / Tir del proyecto x 100</i>	169,58 / 241,61	= 70,19%
Sensibilidad		=	<i>Porcentaje de variación / Nueva Tir</i>	70,19 / 72,02	= 0,994590

Esto nos indica que el proyecto puede soportar una disminución de los ingresos hasta de un 37%

h. CONCLUSIONES

Una vez realizada la exposición de los resultados, se establecen las siguientes conclusiones:

En lo correspondiente al estudio de mercado se concluye lo siguiente:

- De la investigación de mercado aplicada a una muestra de 384 familias, integrantes del mercado objetivo, se obtiene los siguientes resultados. La demanda potencial es 10283 un incremento de la población del 3,94% anual.
- La oferta actual del producto es 14170 pollos anuales.
- De la relación entre la oferta indirecta y demanda se deduce que la demanda insatisfecha en el año uno sería de 154680 pollos.
- Dadas las condiciones actuales del mercado y a determinados factores de bioseguridad para este tipo de producto, la futura empresa utilizará un solo canal de distribución.

PRODUCTOR - CONSUMIDOR FINAL

- Que la promoción y propaganda se realice a través de los medios de comunicación preferidos por los encuestados como la televisión local, la radio y prensa.

SOBRE EL ESTUDIO TÉCNICO SE PRESENTA LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:

- Que se utilizará el 50 % de la capacidad instalada
- Por tratarse de producción de alimentación, la micro localización del proyecto se ubicará en el centro del perímetro urbano del cantón Joya de los Sacha, exactamente frente al parque lineal sachá, calles Florida entre San Pablo y Limoncocha y Av. Panamiño.

DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL SE EXTRAE LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:

- La empresa se constituirá como “Sociedad Anónima” y la razón social elegida es la denominación “ASADERO RIKO PIKO S.A.”

EL CUANTO AL ESTUDIO FINANCIERO SE CONCLUYE QUE:

- El monto total al que ascienden las inversiones es de \$ 44708,99.
- El financiamiento del proyecto se estructura con los aportes de los socios de 4708,99 y de un crédito en el Banco Nacional de Fomento por la cantidad de \$40,000.
- La utilidad líquida en el primer año alcanzaría un valor de \$ 117903.50.
- El punto de equilibrio para el primer año en función de las ventas, capacidad instalada y unidades de producción, se lo establece cuando se obtenga un ingreso de \$ 61352.51 y un nivel de producción del 13.24%.

DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO, LAS CONCLUSIONES A LAS QUE SE HA LLEGADO SON LAS SIGUIENTES:

- El flujo neto de caja en el primer año sería de \$ 105.555,90.
- El Valor Actual Neto del proyecto sería de \$ 578883.74 De esta manera se demuestra que el VAN es positivo y por lo tanto significa que el proyecto es factible.
- La relación costo beneficio da un valor de \$ 1,75; esto significa que por cada dólar de inversión se obtendrá una utilidad de 0.75 centavos de dólar. Este resultado es mayor que la unidad y en consecuencia se demuestra que el proyecto es ejecutable.
- Tomando en consideración los flujos netos descontados, el periodo de recuperación del capital sería de 0 años, 1 meses y 13 día.
- La Tasa Interna de Retorno sería de 241.61%. Por consiguiente, debido a que su valor es mayor que la tasa del costo de oportunidad, contribuye a demostrar la factibilidad de implementar y ejecutar el proyecto.
- La sensibilidad soporta una disminución del 37% en los ingresos y la sensibilidad con incremento del 63% en los costos. Esto nos indica que el proyecto no sufre ninguna sensibilidad ante los cambios en las variables analizadas.

i. RECOMENDACIONES

Para mejor aprovechamiento de los recursos que conlleven a implementar la empresa de producción y comercialización de pollos asados, se plantea las siguientes recomendaciones:

- Considerar por parte de los inversionistas privados el presente estudio, puesto que garantiza una rentabilidad y un posicionamiento dentro de la industria culinaria.
- En vista de que el VAN, la Tasa Interna de Retorno, la Relación Costo Beneficio y la sensibilidad del proyecto son favorables, se recomienda a las personas con deseo de invertir acoger esta propuesta de negocio, y a las entidades de crédito, tanto públicas como privadas, la financiación del proyecto sin poner demasiados obstáculos a quienes deseen invertir. Pues de esta manera se estará contribuyendo a crear nuevas fuentes de trabajo, aplacando en algo la carencia del mismo en nuestra población.
- Apoyar en la elaboración de este tipo de investigaciones por parte de las autoridades competentes, instituciones públicas y privadas, y ciudadanía en general, en razón que de ponerse en marcha se beneficiará al inversionista así como también a la generación de empleo.
- A la Superintendencia de Compañías se recomienda poner mayor interés y eficiencia al momento de cumplir con su gestión, permitiendo de esta manera obtener de manera rápida y oportuna los permisos necesarios para la operación de la empresa.

- Se aspira que la presente investigación se constituya adicionalmente como fuente de consulta o instrumento de medida que permita comparar los hechos reales con los parámetros establecidos en el documento y en futuros estudios se actualicen y amplíen datos e información relacionada con este tema.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, Miguel Ángel; Promoción Turística; Primera Edición; Editorial Trillas; México; 1986; Pág. 49-67.
- “ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2010 – 2011.
- ROSEMBERG, Jerry M. “DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS”, Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2009.
- MOLINA, Sergio E. ; Turismo y Ecología; Cuarta Edición; Editorial Trillas; México; 1991; Pág.: 37-45 , 51-75
- <http://www.monografias.com./trabajo 16/componentes – proyecto>.
- <http://www.yahoo.com> “ESTUDIO DE MERCADO”; © Agence Pour la Création d'Entreprises (APCE).
- <http://www.google.com> “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de Producción.
- guias@economia.gob.mx, “PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS”; Secretaría de Economía, 22 de diciembre del 2008; México.

k. ANEXOS**ANEXO N° 1****FICHA DE RESUMEN****TEMA**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DEL ASADERO DE POLLOS RIKO PIKO EN EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA”

PROBLEMÁTICA

El emprendimiento en nuevos negocios requiere de una especialización más profunda y actualización constante para mantenerse a la vanguardia y en la capacidad de competir y adaptarse a las tendencias del nuevo milenio.

Esto conlleva a que los inversionistas, emprendedores y empresarios busquen obtener información confiable al momento de decidir el uso y aplicación de su capital. Por ello, es indispensable la investigación técnica con parámetros que permitan diagnosticar la situación actual para la cristalización de sus objetivos.

Durante años, el crecimiento económico ha permitido que aumente la tendencia a crear empresa y los empresarios ven a la gastronomía como una gran oportunidad, puesto que es un negocio que genera empleo y a la vez utilidades, brindando atractivas condiciones, puesto que la necesidad de alimentarse y disfrutar de un momento agradable es indispensable para todo ser humano.

La sociedad, cada día, tiende a ser más afanada por el tiempo, todo pasa más rápido y ya el tiempo no alcanza, puesto que se ha convertido en un factor limitante. Las familias, los trabajadores y hasta los mismos niños, comen cada vez menos en sus casas.

La tendencia está en alimentarse fuera del hogar, así que recurren a restaurantes, algo que les haga más fácil la vida, donde puedan socializar a la vez y donde se les ahorre tiempo. Las personas cada día buscan en estos sitios un factor que los diferencie de los demás, que les brinde un mejor servicio, mejor calidad e innovación en la preparación de los alimentos.

En esta línea el Cantón Puerto Francisco de Orellana, cuenta con un Asadero de Pollos denominado “Riko Piko”; el cual ha prestado un servicio de calidad por varios años a los habitantes de este sector, brindando un alimento digno de servirse en una mesa familiar sin químicos, ni preservantes, buscando ser la solución para todas aquellas familias con poca disponibilidad de tiempo para cocinar alimentos nutritivos.

Servicio que ha tenido gran acogida, por ello se ha pensado en la creación de una sucursal en el Cantón Joya de los Sachas de la Provincia de Orellana, ciudad que ha experimentado en los últimos años un crecimiento sostenido, incrementándose la población y con ella una demanda insatisfecha; hecho que daría la pauta para que se siga impulsando un prolongado y sostenido crecimiento basado en la inversión económica.

En esta región del país, el crecimiento económico ha provocado un ritmo de vida acelerado, ello hace que se requiera de alternativas de consumo para las que se necesite poco tiempo.

En atención a este requerimiento de la ciudadanía, se analiza la posibilidad de brindar un servicio de comidas al momento, en forma eficaz y a la temperatura adecuada, considerando que los asaderos de pollo, adquieren cada vez más importancia en el mercado, por su aporte nutricional, ya que el pollo asado ofrece una carne con excelentes cualidades nutricionales, fácilmente digerible, pues la mayor cantidad de su grasa es eliminada en el proceso de asado.

El pollo asado es una de las formas más habituales y deliciosas de comer esta carne debido a su fácil preparación y que admite muchas variaciones, sobre todo si lo rellenamos con uvas, ciruelas, frutos secos, limón, manzana, especias, entre otros.

El negocio de los alimentos es importante ya que además de brindar alimentos nutritivos para la población, genera empleo permitiendo el desarrollo de una región, por tal motivo se considera relevante el estudio del siguiente problema:

¿Es factible la apertura de una sucursal del asadero de pollos Riko Piko en el Cantón la Joya de los Sachas, Provincia de Orellana?

JUSTIFICACIÓN

ACADÉMICA

El desarrollo del presente trabajo investigativo permitirá la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en la formación universitaria impartida por la Universidad Nacional de Loja, cuyo resultado estará reflejado en un documento que contribuirá con información importante referente al Plan de Negocios, documento que pretende ser un referente de consulta para trabajos similares, siendo una guía para futuras generaciones de estudiantes.

ECONÓMICA

Los negocios de servicios al consumidor constituyen una unidad económica imprescindible en el desarrollo y avance del proceso económico de nuestro país y del mundo, en este sentido la importancia económica del presente proyecto radica en la generación de empleo y mejorar la economía familiar, para satisfacer la creciente demanda de pollo asado en el Cantón Joya de los Sachas.

SOCIAL

La importancia social del presente proyecto está dada por el aporte que brinda la creación de una nueva empresa orientada a satisfacer las necesidades colectivas de la comunidad, brindando alternativas de un consumo sano de productos avícolas.

OBJETIVOS

GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la apertura de una sucursal del asadero de pollos Riko Piko en el Cantón la Joya de los Sachas, Provincia de Orellana

ESPECÍFICOS

1. Efectuar la descripción general de la sucursal a crearse.
2. Identificar a través de una investigación de mercados la oportunidad de la creación de la sucursal del Asadero de Pollos Riko Piko, en el cantón la Joya de los Sachas.
3. Elaborar el plan del producto, con la finalidad de detallar sus características.
4. Construir el Plan de Mercadotecnia, con la finalidad de establecer las estrategias para dar a conocer el producto y garantizar las Ventas
5. Definir el Plan Administrativo del restaurante en base a sus necesidades jerárquicas
6. Realizar el plan económico para determinar los gastos y costos necesarios para para poner en marcha el negocio.
7. Elaborar proyecciones financieras para evidenciar la viabilidad del negocio por medio del cálculo de índices financieros, flujo de caja, VAN, TIR.

METODOLOGÍA

La metodología consiste en explicar los mecanismos o procedimientos a seguirán la investigación, estos dependerán de la características y circunstancias que se presenten, teniendo a lo mejor que recurrir a más de un método o técnica para lograr los objetivos determinados.

MÉTODOS.-

El presente trabajo de investigación se encuentra inmerso dentro de las características del método científico, por tal razón se acudió al apoyo de lo siguiente:

MÉTODO ESTADÍSTICO.-

Para poder comprender los resultados de las encuestas, así mismo se acudió al método inductivo-deductivo en el momento de establecer hacia quien va dirigido el cuestionario de la encuesta, y que queremos obtener de los encuestados,

MÉTODO EXPERIMENTAL.-

Sobre todo en el proceso de producción fue necesario poner en práctica las habilidades y destrezas obtenidas en la materia objeto de investigación,

ENTREVISTA

La entrevista es un diálogo formal orientado por un problema de investigación; en el presente estudio, la entrevista permitirá recabar información de los propietarios de asaderos en la Joya de los Sachas, con la finalidad de conocer la oferta existente en el área de influencia del Proyecto.

ENCUESTA

La encuesta se basa en declaraciones escritas de una muestra de la población con el objeto de recabar información; su aplicación permitirá conocer la demanda existente de pollo asado en la Joya de Los Sachas, para ello se determinó una muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

PROYECCIÓN DE LA POBLACION

AÑOS	PORCENTAJE DE PROYECCION %	POBLACION
2010	3,94%	37591
2011	3,94%	39072
2012	3,94%	40612
2013	3,94%	42212
2014	3,94%	43875

FÓRMULA

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

Para aplicación la presente fórmula es necesario determinar la población existente en la Joya de los Sachas, cantón donde se va a apertura la sucursal del Asadero Riko Piko; por ello se ha recurrido a los datos proporcionados por el INEC, del último Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010; en cuyo boletín se presenta una población de 37.591; siendo necesario proyectar la población actual, considerando la tasa de crecimiento para la Joya de los Sachas de 3,94% anual.

Fórmula

$$Pa = P (1 + Tc)^n$$

$$Pa = 37.591(1 + 3,94\%)^2$$

$$Pa = 43875$$

Como el producto que se ofrecerá es de consumo familiar, la población en estudio se dividirá para 4 integrantes que según el INEC es el promedio de integrantes del núcleo familiar:

$$Pa = \frac{43875}{4}$$

- $Pa = 10.969$

Una vez determinada la el número de familias del cantón Joya de los Sachas para el año 2014, se procede a la aplicación de la fórmula para determinar la muestra a la cual se aplicará las encuestas, para ello es necesario conocer el significado de cada uno de los símbolos que intervienen en la fórmula, se presentan a continuación:

n= ? Tamaño de la muestra

Z= 95% (1,96 tabla de distribución normal)

Nivel de Confianza

p= 0.50

Probabilidad de éxito

q= 0.50

Probabilidad de fracaso

N= 10.153 (#familias proyectada año 2012)

Población en Estudio

$\Sigma^2= 0, 05$

Margen de Error

SUSTITUYENDO

$$n = \frac{Z^2(p * q) * N}{(E)^2(N - 1) + (p * q)Z^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,50 * 0,50) 10.969}{(0,05)^2(10.969 - 1) + (0,50 * 0,50)(1,96)^2} n = \mathbf{384}$$

La muestra que se determinó es de 384 encuestas.

ANEXO Nº 2
FORMATO DE ENCUESTAS A DEMANDANTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES

Estimado usuario el afán de la presente encuesta es para recibir criterios reales que servirán de mucho para tomar la decisión de elaborar un “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DEL ASADERO DE POLLOS RIKO PIKO EN EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA” para lo cual le rogamos muy respetuosamente se digne contestar con la verdad y así poder realizar el presente proyecto y a su vez lograr obtener mi título de Ingeniero comercial

1.- ¿INDIQUE EL NÚMERO DE MIEMBROS QUE INTEGRAN SU FAMILIA?

x	f	%
0 a 2		
2 a 4		
4 a 6		
6 a 8		
8 a más		
TOTAL		

2.- ¿ENTRE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS, SEÑALE EL RANGO DE INGRESOS MENSUALES QUE TIENE SU FAMILIA?

x	f	%
100 a 300		
301 a 500		
501 a 700		
700 a más		
TOTAL		

3.- ¿CONSUME POLLO EN SU HOGAR?

x	f	%
SI		
NO		
TOTAL		

4.- ¿CONSUME POLLO A LA BRASA?

x	f	%
SI		
NO		
TOTAL		

5.- ¿DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS INDIQUE LA FRECUENCIA CON LA QUE CONSUME ÉSTE PRODUCTO?

x	f	%
Darío		
Semanal		
Quincenal		
Mensual		
Otros		
TOTAL		

6.- ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED PAGA POR LA CANTIDAD QUE COMPRA?

x	f	%	PRECIO
1/8			
1/4			
1/2			
Pollo entero			
Otros			
TOTAL			

7.- ¿QUÉ LE PARECE EL PRECIO QUE USTED PAGA POR EL PRODUCTO?

x	f	%
Bajo		
Cómodo		
Alto		
TOTAL		

8.- ¿EN CUANTO AL SERVICIO QUE LE OFRECEN CÓMO LO CONSIDERA?

x	f	%
Excelente		
Muy bueno		
Bueno		
Regular		
Malo		
TOTAL		100%

9.- ¿SI SE CREARA EN LA LOCALIDAD UNA SUCURSAL DEL ASADERO DE POLLOS RIKO RIKO DEL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS CON UN DELICIOSO SABOR, HIGIENE, PRECIO Y CALIDAD ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIR ÉSTE PRODUCTO?

x	f	%
Si		
No		
TOTAL		

10.- ¿QUÉ CANTIDAD DE POLLO ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR SEMANALMENTE?

x	f	%
1/8		
1/4		
1/2		
Pollo entero		
TOTAL		

11.- ¿CON QUE FRECUENCIA COMPRARÍA POLLO A LA BRASA?

x	f	%
Diario		
Semanal		
Quincenal		
Mensual		
TOTAL		

12.- ¿POR SU COMODIDAD QUE TIPO DE RECIPIENTE PREFERE?

x	f	%
Cartón		
Funda plástica		
Funda de papel		
Espuma Flex		
TOTAL		

13.- ¿EN QUÉ LUGAR DE LA CIUDAD LE GUSTARÍA QUE SE INSTALARA ÉSTA EMPRESA?

x	f	%
En el centro		
Al norte		
Al sur		
TOTAL		

14.- ¿POR QUÉ MEDIOS DE PUBLICIDAD, EN QUE PROGRAMAS Y EN QUÉ HORAS PREFERE INFORMARSE DE LA EXISTENCIA DE LA SUCURSAL DE ASADERO DE POLLOS RIKO PIKO.?

x	f	%
Prensa		
Radio		
Televisión		
Otros		
TOTAL		

ANEXO Nº 3 FORMATO DE ENCUESTAS OFERENTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES

Estimado propietario del restaurant, el afán de la presente encuesta es para recibir criterios reales que servirán de mucho para conocer criterios sobre la venta y servicio que presta su local que servirán como datos referenciales para conocer la venta y atención brindada por su local en la expedición de pollos asados, para lo cual le rogamos muy respetuosamente se digne contestar con la verdad.

1.- ¿QUÉ CANTIDAD DE POLLO A LA BRASA VENDE SEMANALMENTE?

x	f	%
20 a 40		
41 a 60		
61 a 80		
81 a más		
TOTAL		

2.- ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED COBRA POR LA VENTA DE POLLO A LA BRASA?

x	f	%	PRECIO
1/8			2.5
1/4			4
1/2			7.5
Pollo entero			15
TOTAL			

3.- ¿SEÑALE ALGUNAS DE LAS RAZONES POR LAS CUALES LOS CONSUMIDORES PREFEREN SUS PRODUCTOS?

x	f	%
Buena atención		
Calidad de pollo		
Buen sabor		
Buen precio		
TOTAL		

4.- ¿REALIZA PUBLICIDAD PARA DAR A CONOCER SUS PRODUCTOS?

x	f	%
Si		
No		
TOTAL		

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	35
f. RESULTADOS	42
g. DISCUSIÓN	60
h. CONCLUSIONES	153
i. RECOMENDACIONES	156
j. BIBLIOGRAFÍA	158
k. ANEXOS	159
ÍNDICE	172