ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PREVIO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA "*FAST CHICKEN*" EN LA PARROQUIA SAN BARTOLOMÉ DE PINLLO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

Línea de Investigación:

Emprendedorismo y/o Responsabilidad Social

Autor:

DANIEL GUILLERMO SÁNCHEZ SANTANA

Director:

TELMO DIEGO PROAÑO CORDOVA, ECON.

Ambato - Ecuador

Junio 2019

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PREVIO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA "*FAST CHICKEN*" EN LA PARROQUÍA SAN BARTOLOMÉ DE PINLLO

Línea de Investigación:

Emprendedorismo y/o Responsabilidad Social

Autor:

Daniel Guillermo Sánchez Santana

Andrea del Carmen González Bucheli, Ing. Mg f.:

CALIFICADOR

Hernán Paul Ortiz Coloma, Dr. Mg f.:

CALIFICADOR

Telmo Diego Proaño Córdova, Ec. Mg. f.:

CALIFICADOR

Fredy Leonardo Ibarra Sandoval, Ing. Mg. f.:

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr. Mg. f.:

SECRETARIO GENERAL PUCESA

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
SECRETARÍA GENERAL
PROCURADURÍA
Pontificia Universidad Católica del Ecuador
BIBLIOTECA

Ambato – Ecuador

Junio 2019

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, DANIEL GUILLERMO SANCHEZ SANTANA, con 180454686-7, autor del trabajo de graduación intitulado: "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PREVIO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA "*FAST CHICKEN*" EN LA PARROQUIA SAN BARTOLOMÉ DE PINLLO**.", previa a la obtención del título profesional de **INGENIERO COMERCIAL**, en la escuela de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

DANIEL GUILLERMO SANCHEZ

SANTANA CI: 180454686-7



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
BIBLIOTECA

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgen porque con su sabiduría y amor me han guiado por el camino correcto de la vida y toda su misericordia ha sido claramente retribuida con sus grandiosas bendiciones.

A mis padres, por todo su esfuerzo y apoyo para terminar una meta más en mi vida, porque gracias a su ejemplo de lucha me ha ayudado a crecer como persona y como profesional.

A mi amada esposa e hijo por hacerme conocer el significado de la vida y ser mi motivación de superación.

Al Eco. Mg. Diego Proaño por sus enseñanzas a lo largo de la carrera, su tiempo y sus conocimientos para la culminación de este proyecto.

A mí querida universidad por los conocimientos académicos adquiridos en estos años y su vocación en formación moral y religiosa.

DEDICATORIA

La presente disertación está dedicada a Dios, a mis padres, a mi esposa e hijo y a todas las personas que contribuyeron con su apoyo para concluir este objetivo

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo tiene como finalidad identificar y analizar un estudio de factibilidad de la franquicia ¨FAST CHIKEN¨, en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo, este estudio se desarrolla debido a que el sector no cuenta con un local que brinde servicio de comida rápida, con diversidad de opciones, de tal forma que su aceptación es favorable por los moradores.

Por tal razón es importante dentro del estudio analizar las estrategias que permite que la empresa se posicione, y sea aceptado por los moradores, por lo que se utiliza un enfoque cuali-cuantitativo para determina en base al estudio e interpretación de los datos que se obtiene en base a la encuesta realiza y al grado de satisfacción de los clientes sobre esta nueva alternativa, a fin de dar una respuesta favorable a la misma, además se apoya por investigaciones bibliográficas, que permite aclarar temas relacionados con la implementación de la franquicia y actuar de manera orneada con todos los procesos previos a la apertura de la misma.

En base a la correcta aplicación y estructuración del proyecto se obtienen como resultado que el restaurant, cuenta con la fluidez de clientes necesarios para actuar dentro del mercado de comida rápida en el sector.

Palabras Claves: factibilidad, franquicia, mercado

ABSTRACT

The aim of this study is to identify and analyze a feasibility study of the FAST CHICKEN franchise in the town of San Bartolomé de Pinllo. The study is carried out because there is not a place that provides fast food service with a diversity of options in this neighborhood so it should have a positive acceptance by its residents. It is important within this study to analyze the strategies that make it possible for the company to position itself and be accepted by the residents. A quali-quantitative approach is used to determine, based on the study and the obtained data interpretation of a survey, the degree of customer satisfaction with this new alternative, to observe a positive answer to it. It is also supported by bibliographic research that clarifies topics related to franchise implementation to act orderly with the processes previous to its opening. Based on the project's correct application and structuring, the result obtained is that the restaurant has the necessary customer flow to act in the fast food market of the sector.

Key words: feasibility, franchise, market

Índice de Contenido

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD..... iii

AGRADECIMIENTO iv

DEDICATORIA v

RESUMEN…..... vi

ABSTRACT…..... vii

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA 2

1.1. Tema..... 2

1.2. Planteamiento del Problema..... 2

1.2.1. Contextualización..... 2

1.3. Análisis Crítico..... 4

1.4. Prognosis 4

1.5. Formulación del Problema 4

1.5.1. Interrogantes..... 5

1.5.1.1. Delimitación..... 5

1.5.1.1.1. Delimitación del Objeto de Investigación..... 5

1.5.1.1.2. Delimitación Espacial 6

1.5.1.1.3. Delimitación Temporal 6

1.6. Justificación..... 6

1.7. Objetivos 7

1.7.1. Objetivo General 7

1.7.2. Objetivos Específicos..... 7

CAPÍTULO II .....

1. MARCO TEÓRICO 8

2.1. Estado del Arte 8

2.2. Fundamentación Teórica 10

2.2.1 Proyecto 10

2.2.1.1. Elementos de un proyecto 11

2.2.2. Proyecto de inversión 12

2.2.3 Factibilidad 12

2.2.4 Estudio de Factibilidad 13

2.2.5. Objetivos del estudio de factibilidad 13

2.2.6. Estudio de mercado 13

2.2.6.1. Etapas del estudio de mercado 14

2.3.6.2. Demanda 14

2.2.6.2.1. Demanda Insatisfecha 15

2.2.6.3. Oferta 16

2.2.6.3.1. Tipos de Oferta 16

2.2.6.4. Segmentación de mercados 17

2.2.6.4.1. Ventajas de la segmentación de mercados 17

2.2.6.4.2. Variables de la segmentación del mercado 18

2.2.7. Estudio técnico 18

2.2.7.1. Tamaño del proyecto 19

2.2.7.2. Localización del proyecto 19

2.2.7.3. Ingeniería del proyecto 20

2.2.8. Estudio financiero 20

2.2.8.1. Costos de producción 21

2.2.8.1.1. Costos de fabricación 21

2.2.8.1.2. Gastos operativos 21

2.2.8.1.3. Gastos financieros 21

2.2.9. Fuentes de financiamiento 22

2.2.9.1. Fuentes internas 22

2.2.9.2. Fuentes externas 22

2.2.10. Criterios de rentabilidad 23

2.2.10.1. Valor Presente Neto (VPN) 23

2.2.10.2. Tasa Interna de Retorno 24

2.2.10.3. Relación Costo – Beneficio 24

2.2.10.4. Periodo de recuperación 25

2.2.11. Impacto ambiental 25

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA 27

3.1.1 Investigación Documental-Bibliográfica 27

3.1.2 Investigación de Campo 27

3.2 Tipo de Investigación 28

3.2.1 Investigación Descriptiva 28

3.3 Enfoque de Investigación 28

3.3.1 Enfoque cuali-cuantitativo 28

3.4 Fuentes de Información 28

3.4.1 Fuentes Primarias 28

3.4.2 Fuentes Secundarias 29

3.5 Técnicas de Investigación 29

3.5.1 Encuesta 29

3.6 Segmentación del Mercado 29

3.6.1 Geográfica 29

3.6.2 Demográfica 29

3.6.3 Socio Económico 30

3.7 Población y Muestra 30

3.7.1 Población 30

3.7.2 Muestra 30

3.9 Procesamiento y Análisis de Información 31

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS 32

4.1 Resultados Obtenidos 32

a. Conclusiones 45

b. Recomendaciones 46

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Tema 47

5.2. Beneficiarios 47

5.2.1. Ubicación tentativa 47

5.2.2. Tiempo Estimado de Ejecución 47

5.4. Objetivos 47

5.4.1. General 47

5.4.2. Específicos 48

5.5. Desarrollo del Estudio de Factibilidad 48

5.5.1. Definición del producto 53

5.5.2. Segmentación del Mercado 54

5.6. Estudio de Mercado 55

5.6.1. Cálculo de la Demanda Actual 55

5.6.2 Oferta Actual 56

5.6.3. Demanda Insatisfecha 57

5.6.4. Proyección de la Demanda Insatisfecha 57

5.8. Estudio Legal y Administrativo 61

5.8.1. Espacio Publicitario 61

5.8.2. Patente Municipal 62

5.8.3. Vigilancia y Control Sanitario 63

5.8.4. Bomberos 64

5.9. Estudio Administrativo 64

5.9.1. Estructura Organizacional 64

5.9.2. Estructura Funcional 65

5.10. Estudio Económico 78

5.11. Evaluación Económica 82

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 97

6.1. Conclusiones 97

6.2. Recomendaciones 97

Bibliografía… 99

Anexo 1: Encuesta 101

Anexo 2: Tabla de Amortización 105

Índice de Gráficos

Gráficos

Gráfico 1.1 Árbol de Problemas..... 5

Gráfico 2.1: Interrelación de los elementos de un proyecto..... 11

Gráfico 2.2: Objetivos del estudio de factibilidad 13

Gráfico 2.3: Etapas del estudio de mercado..... 14

Gráfico 2.4: Tipos de Oferta 16

Gráfico 4.1: Pregunta 1 32

Gráfico 4.2: Pregunta 2 33

Gráfico 4.3 Pregunta 3 34

Gráfico 4.4: Pregunta 4 35

Gráfico 4.5: Pregunta 5 36

Gráfico 4.6: Pregunta 6 37

Gráfico 4.7: Pregunta 7 38

Gráfico 4.8: Pregunta 8 39

Gráfico 4.9: Pregunta 9 40

Gráfico 4.10: Pregunta 10 41

Gráfico 4.11: Pregunta 11 42

Gráfico 4.12: Pregunta 12 43

Gráfico 4.13: Pregunta 13 44

Gráfico 5.1: Organigrama Estructural. 50

Gráfico 5.2: Segmentación geográfica..... 54

Gráfico 5.4: Macrolocalización. 69

Gráfico 5.5: Microlocalización. 69

Gráfico 5.6: Local comercial..... 77

Gráfico 5.7: Distribución de planta. 77

Tablas

Tabla 3.1: Calculo Estadístico de la Población 30

Tabla 5.1: Oferta Actual 56

Tabla 5.2: Demanda Insatisfecha 57

Tabla 5.3: Proyección de la oferta 58

Tabla 5.4: Funciones de los miembros de la franquicia 66

Tabla 5.5: Tiempo máximo de preparación de pollo broaster. 74

Tabla 5.6: Equipamiento área fría 75

Tabla 5.7: Equipamiento área de cocina. 75

Tabla 5.8: Equipamiento área restaurante 76

Tabla 5.9: Equipamiento área juegos 76

Tabla 5.10: Inversión inicial 78

Tabla 5.11: Capital de trabajo 79

Tabla 5.12: Mano de obra 79

Tabla 5.13: Insumos 80

Tabla 5.14: Servicios básicos 80

Tabla 5.15: Otros gastos 81

Tabla 5.16: Requerimiento financiero 81

Tabla 5.17: Financiamiento 82

Tabla 5.18: Proyección de ingresos 83

Tabla 5.19: Proyección de Egresos 83

Tabla 5.20: Flujo Neto de Fondos 84

Tabla 5.21: Punto de Equilibrio 84

Tabla 5.22: TMAR 85

Tabla 5.23: TIR 86

Tabla 5.24: Relación Beneficio-Costo 87

Tabla 5.25: Pay Black 88

Tabla 5.26: Ingresos Optimista 89

Tabla 5.27: Egresos Optimista 89

Tabla 5.28: Flujo neto de fondo Optimista 89

Tabla 5.29: VAN Optimista 90

Tabla 5.30: TIR Optimista 90

Tabla 5.31 Análisis Beneficio-Costo Optimista 91

Tabla 5.32: Pay Back Optimista 92

Tabla 5.33: Ingresos Pesimista 92

Tabla 5.34: Egresos Pesimista 93

Tabla 5.35: Flujo neto de fondos Pesimista 93

Tabla 5.36: VAN Pesimista 94

Tabla 5.37: Análisis Beneficio-Costo Pesimista 95

Tabla 5.38: Pay Back Pesimista 96

Tabla 5.39: Resumen de Escenarios 96

Esquemas

Esquema 5.1: Estructura Organizacional 65

Esquema 5.2: Estructura Funcional 65

Esquema 5.3: Flujograma verificación de stock de ingredientes..... 71

Esquema 5.4: Flujograma recepción y almacenamiento de materia prima 71

Esquema 5.5: Flujograma preparación de las papas y las guarniciones..... 72

Esquema 5.6: Flujograma preparación del pollo 72

Esquema 5.7: Flujograma atención al cliente 73

INTRODUCCION

La presente investigación, tiene como finalidad conocer el grado de aceptación de la nueva franquicia de *"FAST CHICKEN¨*, en la parroquia San Bartolomé de Pinllo, por lo que se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I, dentro del cual se detalla el problema, las causas y efectos que lo produce y los objetivos del proyecto de investigación.

Capítulo II, se detalla el marco teórico con investigaciones de los temas y subtemas del proyecto de investigación.

Capítulo III, se detalla la metodología que apoya el desarrollo del proyecto,

Capítulo IV, de especifica la interpretación de resultados obtenidos por la encuesta.

Capítulo V, especifica la propuesta, estrategias que nos permite resolver el problema de estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.Tema

Estudio de factibilidad previo a la implementación de la franquicia *"FAST CHICKEN"* en la parroquia San Bartolomé de Pinllo.

1.2.Planteamiento del Problema

1.2.1. Contextualización

Macro

En un mundo tan globalizado, la necesidad de salir adelante, el ser más productivos, la competitividad y los horarios cada vez más largos, son algunas de las circunstancias que han influenciado en la sociedad para llevar un ritmo de vida muy acelerado; esto es una tendencia mundial que también se refleja en la vida diaria de los ecuatorianos, debido a que reduce el tiempo para satisfacer necesidades básicas como es el caso de la alimentación.

Es importante tener conocimiento que Tungurahua es la provincia con más locales comerciales de la zona tres con 29 535 establecimientos, de los cuales los de servicios de comida están entre los dos más importantes (INEC, 2016).

En base a esto, los negocios alimenticios se han expandido prontamente de la mano de cadenas locales y franquicias nacionales y extranjeras con una oferta con gran variedad

de productos, de esta una de las más importantes en la de comida rápida debido a su gran demanda, precios cómodos y atención instantánea.

Meso

De acuerdo a El Telégrafo (Diciembre 2016), en la zona tres del país (zona centro), en dichos establecimientos comerciales, dedicados a la venta de comida rápida, están laborando 54 421 personas remuneradas y el ingreso promedio anual percibido por ventas o prestación de servicios es de 405 482,20 dólares.

En Ambato, la gente ha optado por salir de la zona urbana por motivos de *smock*, ruido y sobretodo tranquilidad hacia las parroquias rurales del cantón, siendo San Bartolomé de Pinllo la preferida por su cercanía con el centro de la ciudad, su tranquilidad y aire puro, lo que ha generado desarrollo de nuevos conjuntos habitacionales hacia el noroeste de la urbe; cabe recalcar que también San Bartolomé de Pinllo es una parroquia que sirve de vía de acceso para varias parroquias aledañas a la misma.

Micro

Esta zona es ampliamente transitada por habitantes, transeúntes y visitantes, existen pocos restaurantes que ofrezcan pollo brosterizado y ninguno que lo ofrezca como su plato principal, esto hace que no se abastezca la demanda de comida rápida de los consumidores en este lugar. Esto se debe principalmente al crecimiento poblacional que ha existido en los últimos años hacia el noroeste de la urbe, consecuencia de la facilidad para acceder a terrenos para construcción y conjuntos habitacionales que brinda la parroquia, y que ha influenciado de manera positiva al incremento poblacional lo cual genera ciertas necesidades básicas como el caso de la alimentación.

1.3.Análisis Crítico

Debido al crecimiento poblacional hacia el noroeste de la ciudad de Ambato varios son los negocios que se han establecido en este sector, principalmente, establecimientos de comida que buscan satisfacer las necesidades de los pobladores, trabajadores y transeúntes que se encuentran en esta parroquia.

Con la creación de un nuevo restaurante de pollo brosterizado en San Bartolome de Pinllo, logra contribuir al mejoramiento del servicio de comida rápida que cubra la demanda insatisfecha de los posibles clientes potenciales que a la hora de alimentarse buscan opciones de comida rápida en virtud a su tiempo reducido, de esta manera brindar a los habitantes del sector una opción muy apetecida en el área alimenticia, y cerca de su hogar.

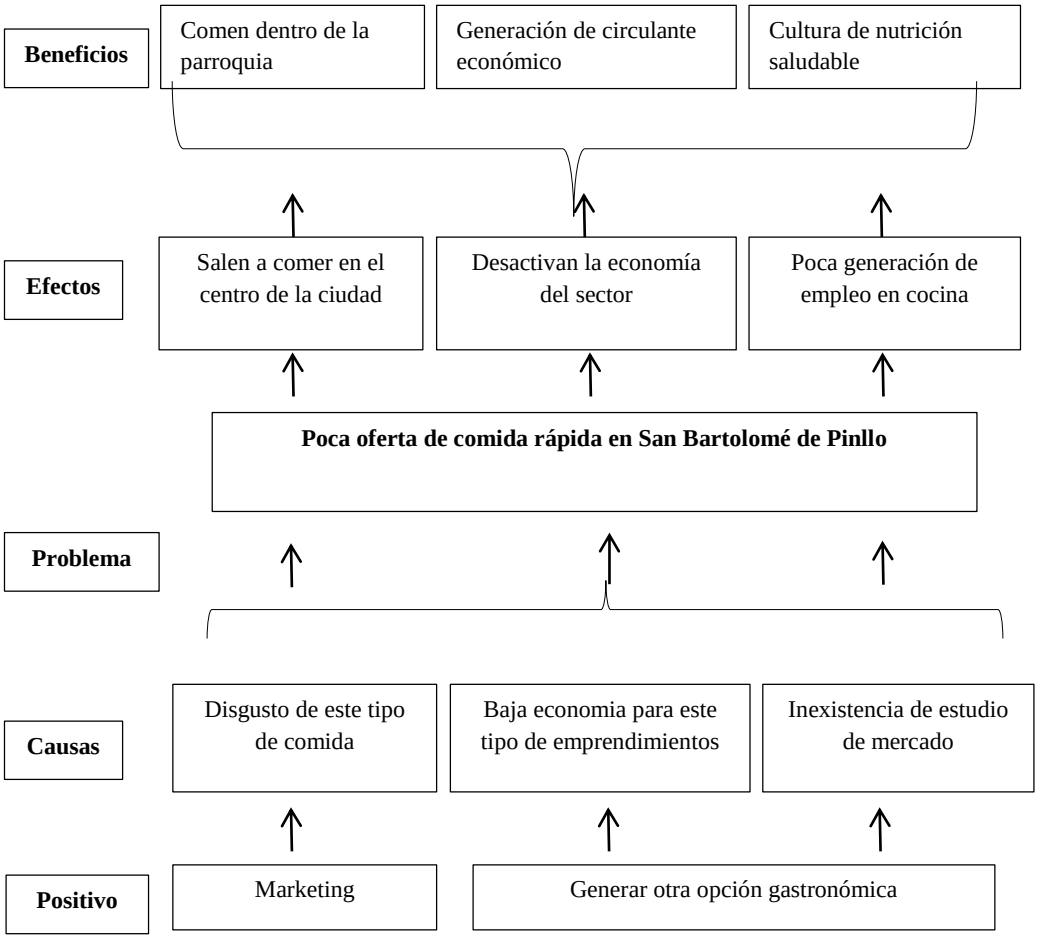
1.4.Prognosis

De no realizarse un estudio de factibilidad para la creación de un nuevo restaurante de pollo brosterizado en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo de la ciudad de Ambato, el ejecutante del proyecto podría fracasar en su inversión a razón de desconocer aspectos importantes como: la existencia de una demanda insatisfecha, la aceptación del producto en el mercado, la posibilidad técnica para producir el producto, el rendimiento financiero de su idea de negocio, entre otros indicadores importantes que minimicen el riesgo e incertidumbre para que la idea de negocio se ejecute con éxito.

1.5.Formulación del Problema

¿Cómo contribuir al mejoramiento de la calidad de vida en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo, con el servicio de comida rápida?

Gráfico 1.1 Árbol de Problemas



Fuente: elaboración propia

1.5.1. Interrogantes

Se origina debiendo al crecimiento poblacional hacia el sector noroeste de la urbe.

¿Cuánto se origina? Cuando el cliente potencial busca satisfacer sus necesidades de alimentarse y tiene preferencia por la comida rápida debido a su tiempo limitado.

1.5.1.1.Delimitación

1.5.1.1.1. Delimitación del Objeto de Investigación

Campo: Proyectos Empresariales

Área: Emprendimiento

Especialización: Estudio de Factibilidad

1.5.1.1.2. Delimitación Espacial

El presente proyecto de la investigación tendrá lugar en la parroquia San Bartolomé de Pinllo al noroeste de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

1.5.1.1.3. Delimitación Temporal

La realización de la investigación procederá en los meses comprendidos entre Abril a Agosto del 2017.

1.6.Justificación

En el sector noroeste de la ciudad de Ambato, específicamente en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo, existen pocos restaurantes de pollo brosterizado que abastezcan la demanda de los consumidores que habitan o frecuentan este lugar; esto se debe principalmente al crecimiento poblacional, además la parroquia es vía de acceso para otras, lo cual ha generado oportunidades de negocios que buscan satisfacer la demanda de los clientes con respecto a productos alimenticios.

Al encontrar una oportunidad de negocio, se busca demostrar que en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo es un mercado potencial insatisfecho por parte de los consumidores que tienen como preferencia la comida rápida, esto se evidencia en un estudio de mercado en el cual proporciona datos para conocer los clientes potenciales en esta zona.

Por otro lado, al efectuar el estudio técnico del proyecto, se definen los requisitos operativos previos, para la puesta en marcha del negocio; finalmente se realiza un estudio económico y financiero con su respectiva evaluación para determinar la rentabilidad final del proyecto.

En definitiva, la información que se obtiene a través de estos estudios determinan la viabilidad o factibilidad del proyecto, y los mismos sirven de base para la implantación de la franquicia en el sector.

1.7.Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad para la implementación de una nueva sucursal de la franquicia *"FAST CHICKEN"* en la parroquia San Bartolomé de Pinllo.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el estudio de mercado, técnico económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto.
- Elaborar el estado de arte a partir de varios autores que fundamenten el estudio de factibilidad.
- Determinar la rentabilidad y retorno del proyecto para la implementación de la franquicia *"FAST CHICKEN"* en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del Arte

El estudio de factibilidad ayuda al análisis de diferentes factores que determinan su vialidad o no. “Los proyectos de factibilidad pueden ser elaborados mediante una distribución por temas, cada uno de ellos aporta información complementaria para tomar una buena decisión” (Méndez R., 2010)

El criterio de Baca Urbina (2013), un proyecto es la búsqueda de una solución a un problema el mismo que tiene como objetivo principal resolver una necesidad humana; con el estudio de factibilidad para la implementación de la franquicia *FAST CHICKEN* en la parroquia San Bartolomé de Pinllo se pretende mejorar el servicio de comida rápida en este sector, contribuyendo también al desarrollo productivo, generando fuentes de empleo y rentabilidad para el gestor.

Se considera que este emprendimiento es un proyecto de inversión, puesto que es un plan al que se otorga un determinado monto de dinero o capital (Baca G., 2013)Además, de ofrecer un servicio, resulta necesaria la correcta preparación y evaluación del mismo, puesto que el fin de estas acciones es evitar el mal uso de los recursos disponibles y de esta forma asignarlos eficientemente (Sapag N., 2007)

Si bien es cierto que no existe una estructura única para la elaboración de un proyecto de factibilidad, y que el mismo puede ser elaborado mediante una distribución por temas los mismos que aporten información complementaria para tomar una buena

decisión; en cualquier proyecto existen aspectos relacionados con: la oferta y la demanda de un producto, la tecnología que implica el desarrollo del proyecto, el tipo de organización bajo el cual se va a operar, la inversión necesaria, el estudio de alternativas de financiación, el análisis de ingresos y costos cuando opere la organización, rendimientos que generará el proyecto tanto en términos económicos, sociales y ambientales (Méndez R., 2010)

A diferencia con lo antes mencionado, y dependiendo de la naturaleza del proyecto, las áreas críticas a evaluar serán distintas a razón del campo de aplicación del emprendimiento. Según Baca Urbina (2013), entre las evaluaciones que considera aplicar en un proyecto se considera: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, evaluación económica y el análisis y administración del riesgo.

De igual manera, Murcia Murcia, y otros (2009), hacen hincapié en los cuatro estudios antes mencionados diferenciando el nombre de los dos últimos y llamándolos: estudio económico y financiero y evaluación financiera, además de agregar una evaluación económica y social, un estudio ambiental, un estudio administrativo y los aspectos legales del proyecto. En el caso de Sapag Chain & Sapag Chain (2007), hacen referencia al análisis del estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional administrativo, estudio financiero y el estudio de impacto ambiental.

Por su parte, Charvet Valladares (2014), en su propuesta consideró las siguientes evaluaciones: estudio de mercado, estudio técnico y estudio económico financiero.

Es decir, muchos autores van a coincidir en que las evaluaciones primordiales de un proyecto de factibilidad son: el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico financiero. Según Baca Urbina (2013), entre uno de los aspectos que no se

analizan con profundidad en los estudios de factibilidad son el estudio organizativo y administrativo legal, debido a que son considerados aspectos de suma importancia mereciendo ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo. Sin embargo, esto no significa que deba pasarse por alto, sino, simplemente, que se debe mencionar la idea general que se tiene sobre ellos.

Del mismo modo, el estudio ambiental al ser considerado por Rodríguez Cairo, Bao García, & Cárdenas Lucero (2010), como un objetivo el cual consiste en identificar impactos ambientales probables, así como las posibles alternativas para su mitigación; para el presente proyecto se obvia dicho estudio a razón de que analiza principalmente el efecto de las acciones de un proyecto industrial o cualquiera que afecte al medio ambiente, caso que no refleja el estudio de factibilidad propuesto.

Los estudios a realizar en este proyecto de factibilidad son: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, y la evaluación económica; puesto que acogen la mayor parte de criterios para la evaluación de factibilidad de cualquier proyecto.

2.2. Fundamentación Teórica

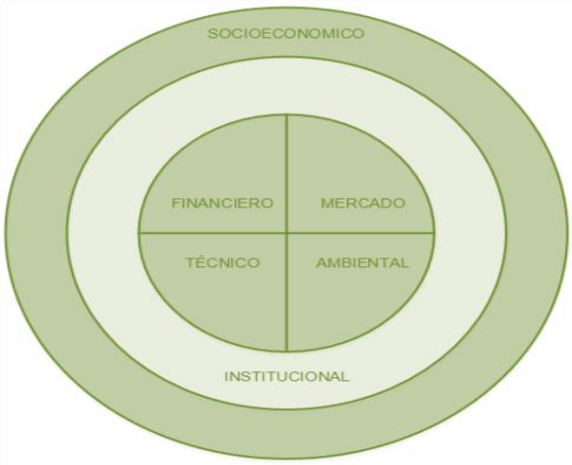
2.2.1 Proyecto

Un proyecto es el conjunto de actividades planificadas, que se utiliza como una herramienta efectiva para solucionar diferentes problemas, los mismos que son el centro de estudio en el proyecto, según Baca (2013): “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana” (p. 2). Cabe señalar que existen diferentes tipos de proyectos, pero se los puede clasificar en dos grupos, los sociales y los empresariales.

2.2.1.1. Elementos de un proyecto

Basándose que un proyecto contiene información de los mercados, se entiende que este interactúa con varios elementos. “Un proyecto integra información de mercado, financiera, económica, legal e institucional que proporciona fundamento requeridos para la toma de decisiones” (De la Torre, 2002, p. 1). Por lo tanto, al realizar un proyecto se deben tomar en cuenta sus elementos porque son parte esencial para determinar el impacto del mismo en la resolución del problema.

Gráfico 2.1: Interrelación de los elementos de un proyecto



Fuente: Elaboración propia a partir de De la Torre, 2002, p. 1

2.2.1.2. Ciclo de vida del proyecto

Los proyectos se fundamentan en pasos sistematizados a los cuales se tiene que regir la mayoría del tiempo, para que el proyecto se lleve a cabo de manera adecuada, teniendo en cuenta que posee una fase de inicio, una de desarrollo y una final. “El ciclo de vida de un proyecto identifica las etapas en las que se divide desde su inicio hasta su conclusión, estableciendo tareas requeridas y los responsables de su ejecución” (De la Torre, 2002, p. 2). Es imprescindible que se conozca el inicio y final de cada etapa,

para así ejecutar correctamente las estrategias y metas que se han propuesto para cada una de estas.

2.2.2. Proyecto de inversión

Son estudios, planificaciones, investigaciones y recolección de información para determinar su viabilidad. “Los proyectos de inversión comprenden cálculos y planes, así como la proyección de asignación de recursos financieros, humanos y materiales con la finalidad de producir un satisfactor de necesidades humanas” (Morales & Morales, 2009, p. 8). Cabe mencionar que los proyectos de inversión necesitan de mucha investigación, debido a que se van a utilizar varios recursos entre ellos los económicos, los mismos que a un futuro van a generar réditos o pérdidas, por lo tanto, se debe tomar decisiones apropiadas. Asimismo, se pueda identificar la demanda de recursos del proyecto propuesto, estos estudios son trascendentales para visualizar el éxito del mismo.

2.2.3 Factibilidad

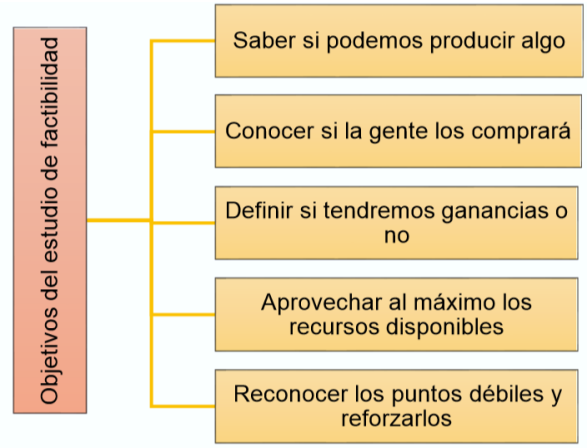
La factibilidad es una herramienta necesaria para determinar los recursos tanto humanos como financieros, legales, materiales, etc., que permiten el cumplimiento óptimo de los objetivos y metas propuestas en un proyecto. “Por lo tanto es la definición de las variables del entorno donde operara la empresa o el proyecto” (Morales & Morales, 2009, p. 31). Así también, indica si un proyecto puede ser sostenible o necesita una restauración.

2.2.4 Estudio de Factibilidad

Para elaborar un estudio de factibilidad es necesario considerar varios elementos que influyen en el mismo, para poder tomar una buena decisión. “El estudio de factibilidad incluye estudios de ingeniería básica y de detalle, así como el desarrollo de fuentes de información primarias” (De la Torre, 2002, p. 4).

2.2.5. Objetivos del estudio de factibilidad

Gráfico 2.2: Objetivos del estudio de factibilidad



Fuente: Elaboración propia a partir de Luna & Chaves, 2012, p. 2

2.2.6. Estudio de mercado

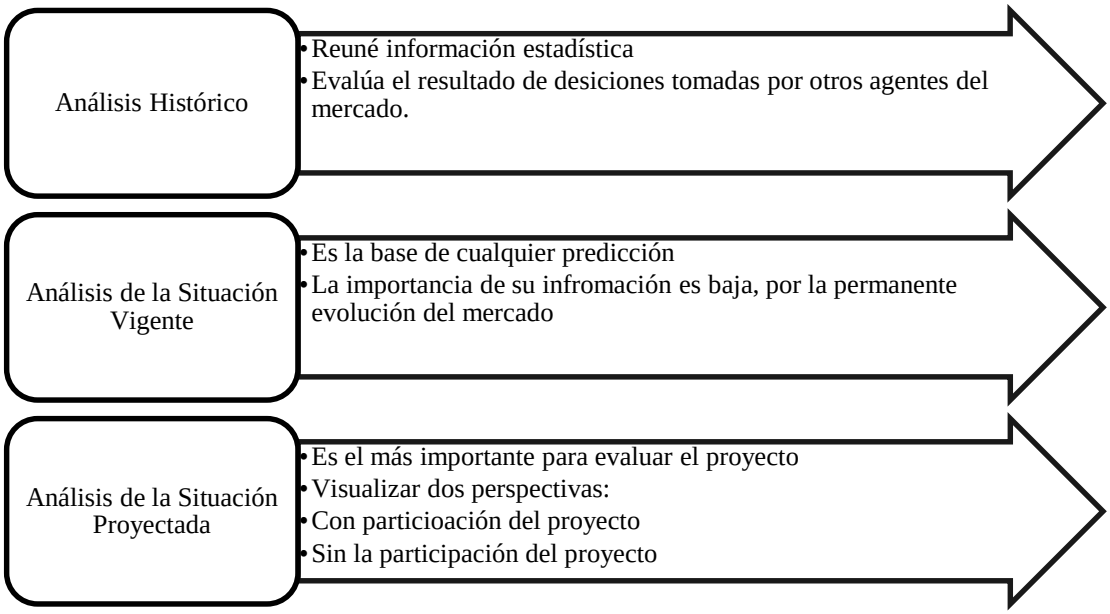
Es la identificación de los posibles clientes, a quienes se pretende satisfacer sus necesidades y requerimientos. Es por ello que este estudio necesita de la recolección de información confiable y actualizada. “Es una investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2013, p. 5). En la investigación de mercados se pueden utilizar diferentes herramientas para obtener la siguiente información:

Objetivos del estudio de factibilidad

- Saber si podemos producir algo
- Conocer si la gente los comprará
- Definir si tendremos ganancias o no
- Aprovechar al máximo los recursos disponibles
- Reconocer los puntos débiles y reforzarlos
- Identificación de los requerimientos de los posibles clientes; como por ejemplo: encuestas, entrevistas, observación.

2.2.6.1. Etapas del estudio de mercado

Gráfico 2.3: Etapas del estudio de mercado



Elaboración propia a partir de Sapag, 2007, pp. 59-60

2.3.6.2. Demanda

Se la conoce como el requerimiento de bienes y servicios que otorgan satisfacción a los clientes, ya sea en un entorno micro, meso o macro. “Se entiende por demanda a la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio

determinado, con la finalidad de satisfacer una necesidad específica" (Morales & Morales, 2009, p. 55). La demanda se puede ver afectada por la variación del precio del producto, no se ve limitada por la oferta.

Componentes de la Demanda	
Componentes	**Definición**
Análisis Histórico	- Reúne información estadística. - Evalúa el resultado de decisiones tomadas por otros agentes del mercado
Análisis de la Situación Vigente	- Es la basa de cualquier predicción - La importancia de su información es baja, por la permanente evolución del mercado.
Análisis de la Situación Proyectada	- Es el más importante para evaluar el proyecto - Visualiza dos perspectivas - Con la participación del proyecto - Sin la participación del proyecto

Elaboración propia, a partir de Morales & Morales, 2009, p. 55

2.2.6.2.1. Demanda Insatisfecha

Es cuando las necesidades o requerimientos de los clientes no son cubiertos, ya sea por inexistencia o falta de bienes o servicios; se le conoce como una demanda insatisfecha. Según Sapag (2017), "es cuando la producción y la oferta no alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado" (p.73). Además, esta demanda puede ser cubierta fijándose en factores como:

- Precio
- Disponibilidad
- Focalización

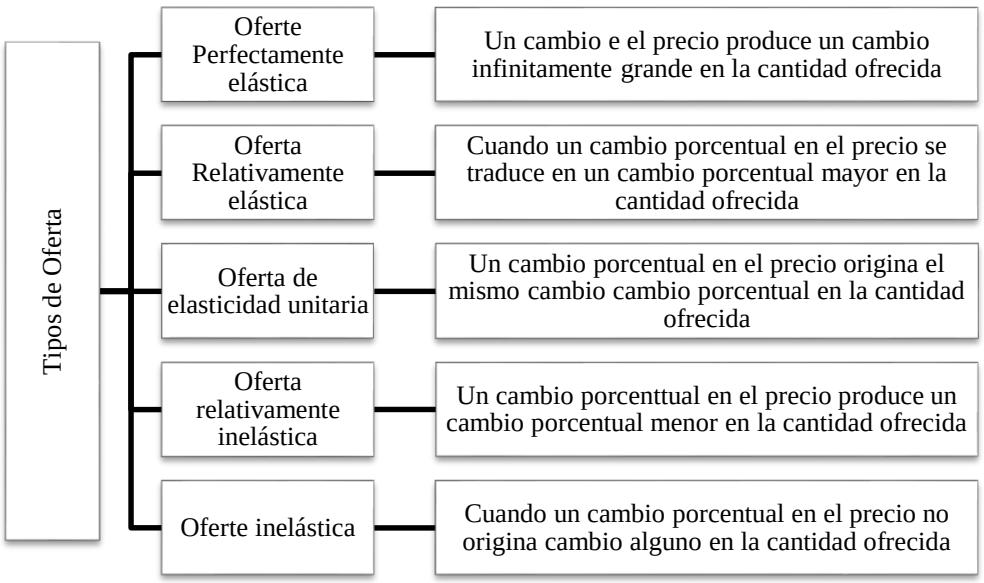
2.2.6.3. Oferta

Debido a los numerosos competidores que existen en el mercado, no es tan fácil determinar la oferta de bienes o servicios. “Es la cantidad de bienes o servicios similares o sustitutos a los del proyecto en estudio de origen local, regional, nacional o internacional; que están disponibles para atender la demanda en un mercado determinado” (Méndez, 2010, p. 67). La oferta es determinada por la empresa, pero depende de la demanda insatisfecha del mercado, para que el producto sea comercializado.

Según Córdoba (2011), existen varios tipos de ofertas que dependen de la cantidad y precio ofrecido: oferta perfectamente elástica, oferta relativamente elástica, oferta de elasticidad unitaria, oferta relativamente inelástica y oferta inelástica.

2.2.6.3.1. Tipos de Oferta

Gráfico 2.4: Tipos de Oferta



Elaboración propia, a partir de Córdoba, 2011, p.73

2.2.6.4. Segmentación de mercados

Es una estrategia de mercado, donde las organizaciones obtienen información necesaria de los posibles clientes a los cuales va dirigida su oferta. Fernández (2009) afirma que: "la segmentación de mercados puede definirse, como la división de un universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea" (p. 10). Es decir, el segmento del mercado al cual se va a dirigir la empresa, se puede separar o dividir en subgrupos que comparten características comunes.

2.2.6.4.1. Ventajas de la segmentación de mercados

Fernández (2009), enumera las siguientes ventajas que brindan a las organizaciones certeza en el desarrollo de sus actividades:

> Cuando un cambio porcentual en el precio no origina cambio alguno en la cantidad ofrecida.
>
> Certidumbre en el tamaño de mercado, es el número de personas que conforman el tamaño del mercado disponible.
>
> Claridad al establecer planes de acción, porque brinda datos específicos acerca de los posibles clientes, y por ello permite establecer las estrategias adecuadas.
>
> Identificación de los consumidores integrantes del mercado, porque facilita la toma de decisiones.
>
> Reconocimiento de actividades y deseos del consumidor, en donde conocer al cliente ayuda a saber cómo satisfacer sus necesidades efectivamente. (p.10)

2.2.6.4.2. Variables de la segmentación del mercado

Gráficos	Demográficos	Psicográficos	Comportamiento
Se enfoca en la ubicación de los mercados metas y características de diferenciación que se asocian con cada ubicación. • Unidad gráfica • Condiciones Geográficas • Raza • Tipo de población	Medidas de estado del ser como: • Edad • Género • Nivel Socioeconómico • Estado Civil • Grado • Nacionalidad	Son variables de estado mental que ejercen influencia directa sobre el comportamiento del comprador: • Grupo de referencia • Clase social • Personalidad • Cultura • Ciclo de vida Familiar • Motivos de compra	Define como se comportan los miembros del mercado desde el punto de vista del consumidor, hacia las ofertas del vendedor: • Frecuencia de uso • Ocasión de uso • Tasa de uso • Lealtad • Disposición de compra

Elaboración propia, a partir de Sandhusen, 2006, pp. 330-332 & Fernández, 2009, pp. 11-12

Para segmentar el mercado es importante considerar ciertas características en común de la población, como se menciona en el gráfico anterior, la agrupación puede darse en base al área en la que el comprador habita, es decir en base a características comunes geográficas, demográficas, psicográficas y por comportamiento de tal forma que se pueda satisfacer sus necesidades, y mantener una mayor atención de su comportamiento de manera directa, de forma que se ofrezca un producto de calidad acorde a sus requerimientos.

2.2.7. Estudio técnico

Es una parte fundamental para el estudio de factibilidad, debido a que determina la base administrativa de la organización, se define: ubicación del negocio, maquinarias, materia prima, que son necesarios para el proceso de fabricación de los productos. “El estudio técnico determina toda la estructura de la empresa, tanto física como administrativa, y cuando se habla de administración, se habla en un sentido más extenso, esto es, administración de inventarios, de sistemas productivos, de finanzas,

etc.” (Baca, 2013, p. 97). Este estudio tiene como objetivo analizar la utilización de los recursos de la empresa para así poder aprovecharlos y optimizar su uso, permitiendo minimizar costos y gastos.

2.2.7.1. Tamaño del proyecto

Es de mucha importancia determinar el tamaño del proyecto, debido a que se debe tener en cuenta cuantos recursos van a intervenir en el mismo, además se debe realizar análisis minuciosos para precisar costos. Para Córdoba (2011): “se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”. (p.107).

Según el volumen de la producción y de los costos del proyecto, también se va a poder visualizar cual será la rentabilidad de la organización.

2.2.7.2. Localización del proyecto

Para fijar la ubicación del negocio es necesario tener a consideración varios factores, lo cuales van a beneficiar o perjudicar a la organización, dependiendo si se los ha analizado correctamente. “La localización adecuada determina el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de dónde ubicar el proyecto debe obedecer no sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso de preferencias emocionales” (Córdoba, 2011, p. 113). A continuación, se enumeran algunos de los factores que pueden incidir al instante de concretar la localización del negocio:

- Disponibilidad de la mano de obra
- Disponibilidad de materias primas

- Cercanía del mercado
- Costo de activos fijos
- Distancia de los proveedores
- Medios de transporte
- Servicios básicos

2.2.7.3. Ingeniería del proyecto

Señala y ayuda a formular el proceso productivo que se va a implementar en el nuevo negocio, mediante la utilización del conocimiento para lo que es necesario llevar a cabo los estudios complementarios. “Abarca todas aquellas investigaciones técnicas que se refieren a la selección y determinación del proceso, determinación de equipo y maquinaria, mano de obra y finalmente la distribución de planta” (Fernández, Mayagoitia & Quintero, 2010, p. 54). A su vez permite que la organización opte por el tipo de tecnología o maquinarias que se van a utilizar en el proceso productivo de los productos, optimizando de forma eficiente y eficaz los recursos de la empresa.

2.2.8. Estudio financiero

Es el estudio que determinará la viabilidad y rentabilidad del proyecto, debido a que se puntualiza la forma en cómo se va a financiar el proyecto, que recursos económicos se requiere en el proyecto y sus ganancias y gastos correspondientes a sus funciones. Morales & Morales (2009), afirma:

El propósito de esta actividad consiste en elaborar información financiera que proporción datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, sueldos, etc., a fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto. (p. 164)

2.2.8.1. Costos de producción

Son aquellos que intervienen directa o indirectamente, dentro de la fabricación del bien o servicio, estas erogaciones se deben tomar en cuenta desde el inicio del proceso de elaboración hasta la entrega del producto final. Para Baca (2013): "los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico" (p. 172). Se debe tener en cuenta que dentro de los costos de producción están:

- Costos de fabricación
- Gastos operativos
- Gastos financieros

2.2.8.1.1. Costos de fabricación

Estos costos se calculan a partir de la cantidad de materia prima, materiales y mano de obra que se han intervenido en el proceso de fabricación del producto.

2.2.8.1.2. Gastos operativos

Estos se guían en diligencias administrativas, tales como la planeación, organización, dirección y control de las actividades de la organización. Para Flórez (2010): "son los gastos relacionados con sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortizaciones de diferidos, seguros y útiles de oficina" (p. 84). Estos gastos no intervienen directamente en la fabricación de los productos que la organización ofrece.

2.2.8.1.3. Gastos financieros

Cuando se necesita iniciar un negocio u organización, se necesita de financiamiento para poder iniciar con el funcionamiento de la empresa, por este motivo se solicitan

créditos los cuales se convierten es gastos financieros. “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo” (Baca, 2013, p. 174).

2.2.9. Fuentes de financiamiento

Todo proyecto ya sea a una escala macro o micro necesita de financiamiento externo, al menos que se cuente con recursos económicos autónomos para llevarlo a cabo. “Los gestores de un proyecto raras veces cuentan con recursos propios para atender el 100% de las necesidades de inversión” (Méndez, 2010, p. 249). Cierto es que no siempre se cuenta con todos los recursos económicos necesarios para cubrir todos los gastos del proyecto, cabe señalar que existen dos tipos de fuentes de financiamiento, interna y externa.

2.2.9.1. Fuentes internas

Se puede analizar por recursos propios al capital que se posea o a su vez cuando una empresa puede generar ganancias o utilidades de actividades posteriores. Según Flórez (2010), las fuentes de financiamiento internas también son la depreciación y la venta de activos fijos, cartera o disminución de los inventarios. (p. 85). En verdad el financiamiento propio es complicado debido a que se requiere de liquidez, lo que la mayoría de proyectos no poseen.

2.2.9.2. Fuentes externas

La fuente externa más comúnmente usada es la obtención de un crédito a través de una entidad financiera, pero también se puede optar por participación de accionistas, es decir dividir el título de la organización en acciones o bonos. “En la actualidad existe un buen número de entidades financieras que según el esquema de desarrollo adoptado

para el sector al cual pertenece el proyecto, cumplen objetivos y funciones claramente definidas" (Méndez, 2010, p. 249). Se debe tener en cuenta que al acceder a un crédito se adquiere una responsabilidad a un corto o largo plazo, en donde se deben cancelar intereses.

2.2.10. Criterios de rentabilidad

A continuación, se detallan cada una de las técnicas de evaluación económica que se puede utilizar al momento de conocer la viabilidad y factibilidad de un proyecto.

2.2.10.1. Valor Presente Neto (VPN)

Como su nombre lo indica es lo que se posee en cantidades económicas, una vez ya descontado todo lo que se ha utilizado para obtener ganancias. "Suma los flujos descontados en el presente y resta la inversión inicial equivalente a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero" (Baca, 2013, p. 208). Se debe aclarar que también se lo puede conocer como el Valor Actual Neto o VAN, y su fórmula es la siguiente:

$$VPN = -I_0 + \sum_{t=1}^{t=n} \frac{FE_t}{(1+r)^t}$$

Fuente: (Baca, 2013, p. 208).

Dónde:

I = Inversión inicial

FE= Flujo de efectivo en el periodo (t)

∑= Suma de los flujos descontados

r = Tasa de descuento

t = Índice de tiempo

1 / (1 + r) = Factor del valor presente

2.2.10.2. Tasa Interna de Retorno

"Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que equipara la suma de flujos descontados a la inversión inicial" (Baca, 2013, p. 209). Es también conocida como la Tasa Interna de Retorno, su fórmula se obtiene despejando la ecuación del VPN, teniendo en cuenta que r es igual al TIR:

$$TIR = i_1 \left[\frac{VP \,.\, (i_2 - i_1}{VP + |VP|}\right]$$

Fuente: (Baca, 2013, p. 209)

Donde:

Vp= Es el VAN (positivo) a la tasa de actualización baja i_1

$|VP|$ = Es el VAN (negativo) a la tasa de actualización baja i_2

i_1= Tasa de actualización donde el VAN es positiva

i_2= Tasa de actualización donde el VAN es negativo.

2.2.10.3. Relación Costo – Beneficio

Este método facilita a la organización básicamente a determinar su utilidad, es decir, que toma todos sus egresos del proyecto y se los divide para sus beneficios. Díaz (2009) "Este indicador consiste en la separación de los ingresos y egresos del proyecto y la relación existente entre ellos" (p. 318). Se puede utilizar la siguiente Fórmula:

$$Costo\ Beneficio = \frac{Valor\ Presente\ Ingrsos}{Valor\ PResente\ Egresos}$$

Fuente: Díaz (2009)

2.2.10.4. Periodo de recuperación

Ayuda a obtener un tiempo en el cual la organización podrá recuperar todas las inversiones que ha realizado en el proyecto. Baca (2013) menciona que: "se conoce como PP por sus siglas en inglés (*Payback Period*), consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generará el proyecto" (p. 212). Este método permite que la organización visualice un tiempo prudencial para comenzar a ver ganancias.

$$Periodo\ de\ Recuperación = a + \left[\frac{(b-c)}{d}\right]$$

Dónde:

a = Año anterior al año que se recupera la inversión

b = Inversión inicial

c = Suma de los flujos de efectivos positivos anteriores

d = Flujo de efectivo positivo en el que se cubre la inversión

2.2.11. Impacto ambiental

Es necesario analizar cómo la organización propuesta va a afectar al medio ambiente, debido a los diferentes recursos y maquinarias que intervienen en el proceso de

producción del bien o servicio ofertado, para tomar las medidas adecuadas y no se posea ningún problema de tipo legal. Cabe mencionar que Díaz (2009), resalta:

A partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, realizada en Río de Janeiro en 1992, los países participantes se comprometieron al desarrollar instrumentos de carácter nacional para asegurar que se evalúe la variable ambiental de toda actividad que pudiera generar impactos al medio ambiente. (p.337) Es competencia de los responsables del proyecto realizar el estudio del impacto ambiental del mismo, debido a que las diferentes prácticas de la empresa se emiten desechos que son contaminantes para lo cual se debe planificar la correcta eliminación o tratamiento de los mismos, para ello se construye una matriz de impacto.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad de la investigación

Para el presente estudio, se utiliza las siguientes modalidades de investigación:

3.1.1 Investigación Documental-Bibliográfica

Se ocupa esta modalidad de investigación para la elaboración del marco conceptual del proyecto, sustentándose en información actualizada de textos, tesis de grado, revistas, periódicos, publicaciones digitales, entre otros, los cuales permiten tener un mejor conocimiento del tema de estudio, además de facilitar la búsqueda de una solución al problema planteado.

3.1.2 Investigación de Campo

Se recurre a esta modalidad de investigación, porque se establece un contacto directo con los clientes potenciales del restaurante en la parroquia San Bartolomé de Pinllo, proporcionando información para su análisis y posteriormente utilizarla en la propuesta del proyecto. Se incluye, además, visitas a los restaurantes más populares de la franquicia en la ciudad de Ambato para realizar los cálculos posteriores en la investigación.

3.2 Tipo de Investigación

3.2.1 Investigación Descriptiva

Como su nombre lo indica, este tipo de investigación tienen la finalidad de describir los datos importantes, cualidades, causas y efectos del problema de estudio, en este caso, permite conocer una necesidad insatisfecha en los habitantes de la parroquia San Bartolomé de Pinllo en cuanto al servicio de comida rápida, además específica, analiza y determina la ubicación adecuada para la implementación de la sucursal, misma que brinda diferentes opciones para el deleite de la población.

3.3 Enfoque de Investigación

3.3.1 Enfoque cuali-cuantitativo

Este enfoque se basa en un estudio cualitativo, es decir analiza las características de la variable de estudio, en este caso analiza, conoce y determina la actitud de los habitantes de Pinllo frente a la inexistencia de un restaurant que brinde comida rápida, reconocido, por lo que la implementación de la sucursal de Fast Chicken será de agrado para los mismos; y cuantitativa, ya que en base a una estudio numérico, por medio de la tabulación de encuestas, análisis de inversión y de costos, permiten estudiar a fondo y desarrollar el presente proyecto de investigación.

3.4 Fuentes de Información

3.4.1 Fuentes Primarias

Se maneja como fuente primaria de información las encuestas aplicadas a los clientes potenciales del restaurante en la parroquia San Bartolomé de Pinllo, debido a que

proporcionan información directa y actual, con la finalidad de obtener datos de primer nivel que sustenten el proyecto de investigación.

3.4.2 Fuentes Secundarias

Están conformadas por información bibliográfica de diversos autores que sustentan el tema de estudio, además de publicaciones digitales, páginas web, documentos oficiales y electrónicos.

3.5 Técnicas de Investigación

3.5.1 Encuesta

Se aplica esta técnica de recolección de datos, a una muestra significativa de la población de la parroquia San Bartolomé de Pinllo de la ciudad de Ambato. Este cuestionario consta de trece preguntas las cuales determinan los gustos y preferencias del cliente potencial (Anexo 1).

3.6 Segmentación del Mercado

3.6.1 Geográfica

El mercado donde se pretende ofertar el servicio de comida rápida se encuentra ubicado en la Parroquia San Bartolomé de Pinllo de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

3.6.2 Demográfica

Hombres y mujeres en edades comprendidas entre los 18 y 60 años.

3.6.3 Socio Económico

Al ofertar un producto asequible por su bajo costo, el mismo puede ser adquirido por personas de nivel económico bajo, medio y alto.

3.7 Población y Muestra

3.7.1 Población

La población escogida para el objeto de investigación está constituida por los habitantes de la parroquia San Bartolomé de Pinllo, al noroeste de la ciudad de Ambato, sector urbano-rural, hombres y mujeres entre los 18 y 60 años de edad, siendo la población total de la parroquia 10313 habitantes (SENPLADES, 2017) y el 55% de ellos según pirámide poblacional se encuentran en el rango de edad propuesto, se obtiene 5672 personas, los mismos que serán los potenciales clientes y por tanto el universo para el cálculo de la muestra.

Tabla 3.1: Calculo Estadístico de la Población

SEGMENTACIÓN	
Población San Bartolomé de Pinllo (SENPLADES. 2017)	10.313
Población San Bartolomé de Pinllo (18 - 60) Años	5.672

Fuente: www.planificacion.gob.ec, adaptado por el autor de la investigación.

3.7.2 Muestra

Definida la población de estudio, se procede a realizar el cálculo con la siguiente formula de la muestra finita:

$$n = \frac{z^2 \,.\, p \,.\, q \,.\, N}{N \,.\, e^2 + z^2 . p . q}$$

Dónde:

n= Muestra

z = Nivel de confianza, 95%: 1.96

p= Probabilidad de ocurrencia, 50%

q = Probabilidad de no ocurrencia, 50%

N = Población o Universo, 5672

e = Grado de error, 5%

$$n = \frac{z^2 \,.\, p \,.q \,.N}{N \,.e^2 + z^2 .p.q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * \ 0.5 * \ 0.5 * 5672}{5672 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 359.79 = 360$$

3.9 Procesamiento y Análisis de Información

Obtenida la información a través de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia San Bartolomé de Pinllo, se procede con la revisión, tabulación y análisis de los datos recabados, para luego plasmarlos en tablas ejecutadas en el programa SPSS, facilitando la interpretación de resultados que se exponen en el capítulo IV.

CAPÍTULO IV

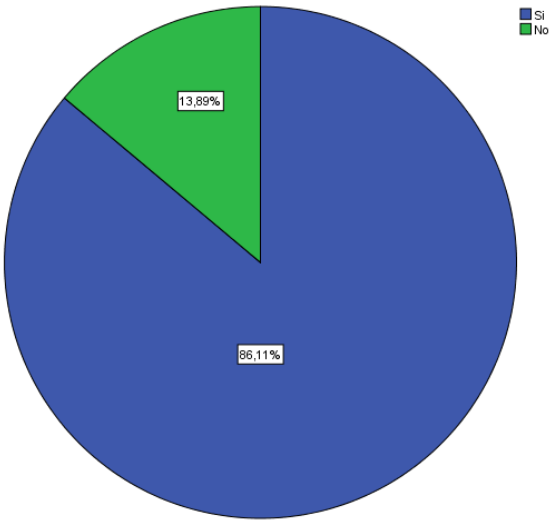
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo muestra los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia San Bartolomé de Pinllo, la cual encuesta fue dirigida a personas de género masculino y femenino entre los 18 a 60 años de edad; consta de 13 preguntas cerradas, y tiene una duración estimada de 2 minutos.

4.1 Resultados Obtenidos

1 ¿Consume Pollo brosterizado?

Gráfico 4.1: Pregunta 1



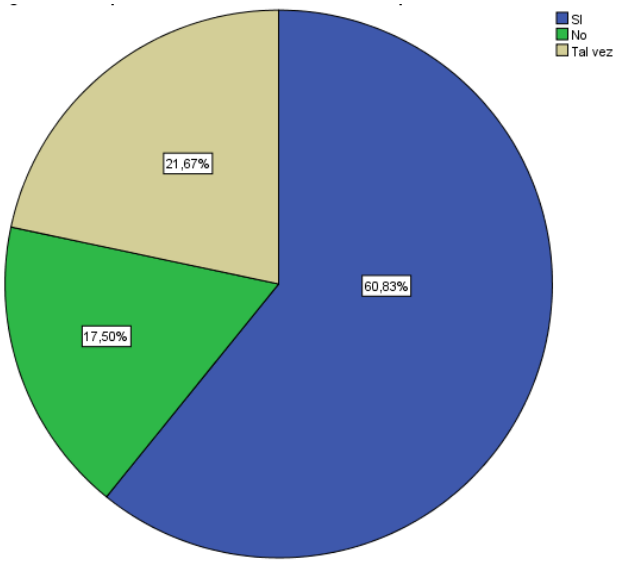
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e Interpretación:

Como se puede visualizar en el gráfico anterior, existe una demanda del 84.11% de la población de Pinllo que consume pollo brosterizado, por lo que se considera que es del agrado de los habitantes y existe un numero considerado de clientes.

2 ¿Cree Ud. que hace falta un restaurante de pollo brosterizado en el sector de Pinllo?

Gráfico 4.2: Pregunta 2



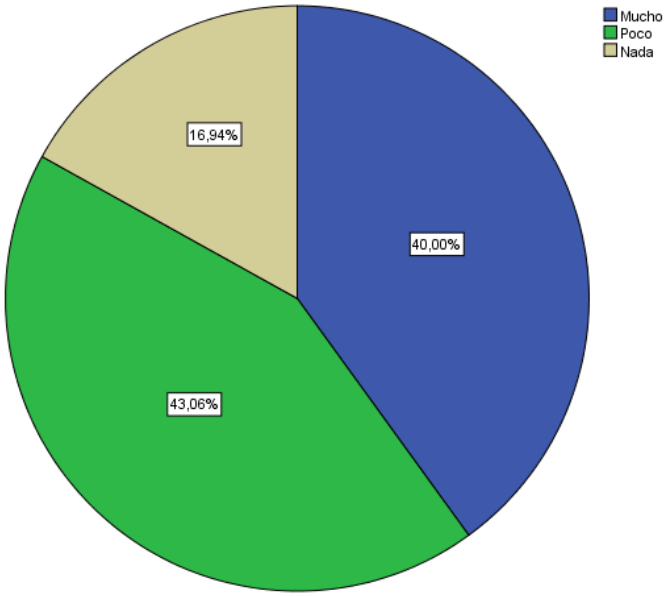
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e Interpretación:

Una de las preguntas más importantes de la encuesta debido a que la misma permite determinar la demanda insatisfecha del producto que se va a ofertar. El 60.83 % de los encuestados creen que hace falta un restaurante de pollo brosterizado en el sector de San Bartolomé de Pinllo, por otro lado, el 17.50 % cree que no; mientras que el 21.67 % creen que tal vez si hace falta un local de pollo brosterizado en esta zona. Esto da como resultado un 84 % de aceptación en la pregunta.

3. ¿La apertura de un restaurante de pollo brosterizado en este sector aportaría de manera favorable a su vida cotidiana?

Gráfico 4.3 Pregunta 3



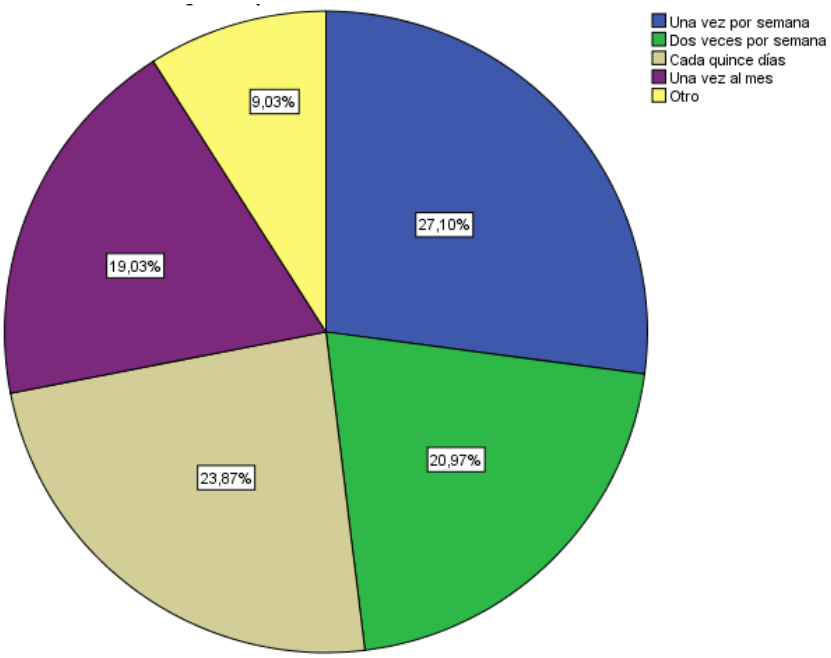
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e Interpretación:

El 40.0% de los encuestados aseguran que la apertura de un restaurante de pollo brosterizado en este sector facilitará ampliamente su vida cotidiana; por otro lado, el 16.94% cree que la apertura de la misma, no aportará para nada a su diario vivir; finalmente, el 43.06% afirma que el restaurante de pollo brosterizado facilitará un poco su vida diaria. Siendo así, el 83% cree que la apertura de un restaurante de pollo brosterizado en este sector facilitará favorablemente a su diario vivir.

4. ¿Con que frecuencia consume Pollo brosterizado?

Gráfico 4.4: Pregunta 4



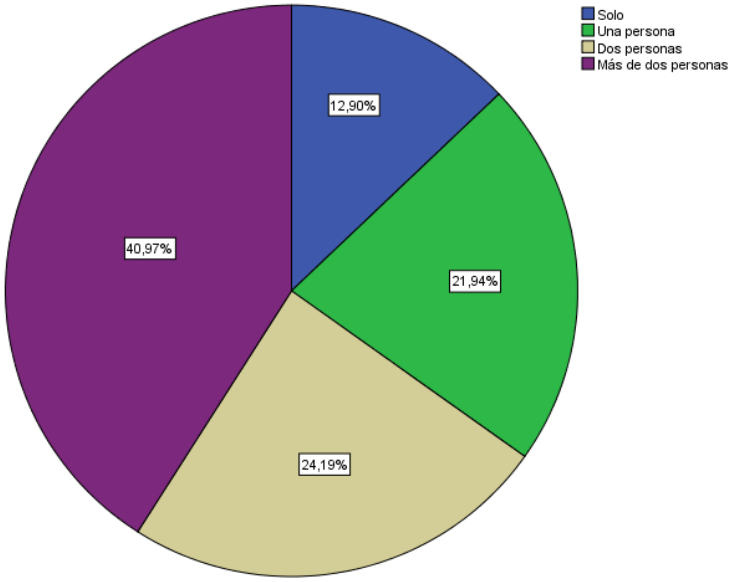
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e Interpretación:

El 27.10% de los encuestados afirman consumir pollo brosterizado una vez por semana; el 20.97% consume pollo brosterizado dos veces por semana; el 23.87% asegura consumir pollo brosterizado cada dos semanas; el 19.03% consume pollo brosterizado una vez al mes; mientras que el 9.03% consume pollo brosterizado en otro periodo de tiempo. Es decir, la mayoría de encuestados prefieren consumir pollo brosterizado una vez por semana o cada quince días.

5. ¿Con cuántas personas acude regularmente a comer Pollo brosterizado?

Gráfico 3: Pregunta 5



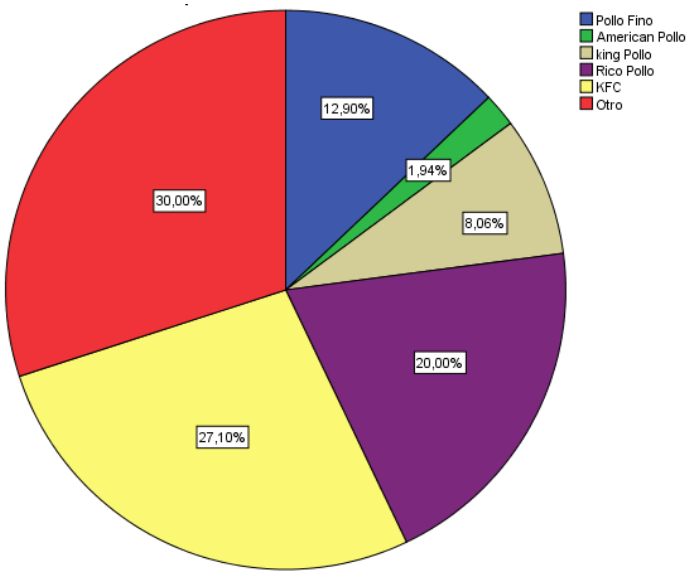
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e Interpretación:

El 21.94% de los encuestados afirman consumir pollo brosterizado acompañados por una persona; por otro lado, el 24.19% aseguran ir acompañados por dos personas, el 40.97% prefieren consumir pollo brosterizado con más de dos personas; finalmente, el 12.90% de los encuestados aseguran ir sin ningún acompañante. Es decir, la mayoría de clientes potenciales prefieren consumir pollo brosterizado acompañados por dos o más personas.

6. Escriba de acuerdo a sus preferencias cual es el restaurante de pollo brosterizado que más frecuenta en la ciudad de Ambato

Gráfico 4.6: Pregunta 6



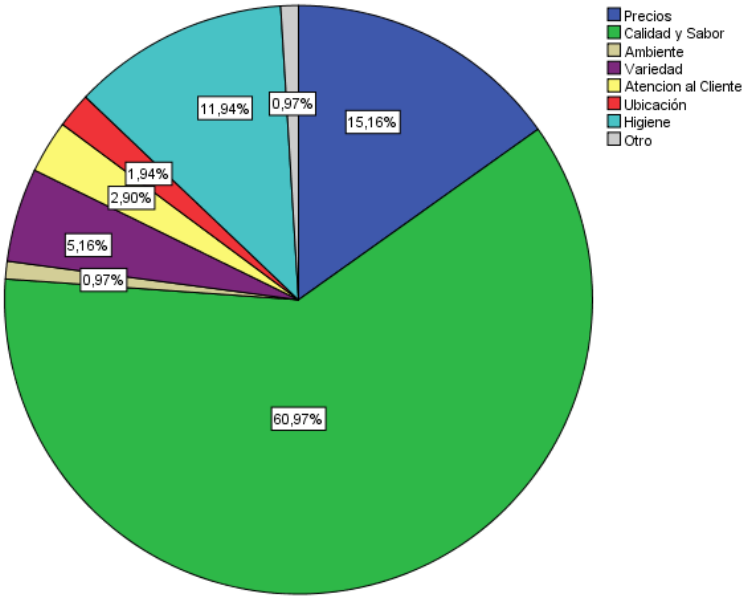
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e Interpretación:

El 12.90% de las personas encuestadas acuden frecuentemente al restaurante “Pollo fino”; por otro lado, tan solo el 1.94% acude al restaurante “American pollo”; el 8.06% acude a menudo al restaurante “King pollo”; también el 20.00% de los encuestados eligieron al restaurante “Rico pollo”; de igual manera el 27.10% de los encuestados acuden con regularidad la cadena “KFC”; por último, el 30.00% de los encuestados prefieren otros restaurantes de pollo brosterizado en la ciudad de Ambato. Esta pregunta contribuye a identificar los principales competidores de la franquicia y además facilita el estudio de mercado.

7 ¿Cuál es el factor más importante por el cual Ud. prefiere el pollo brosterizado de ese restaurante? Elija uno.

Gráfico 4: Pregunta 7



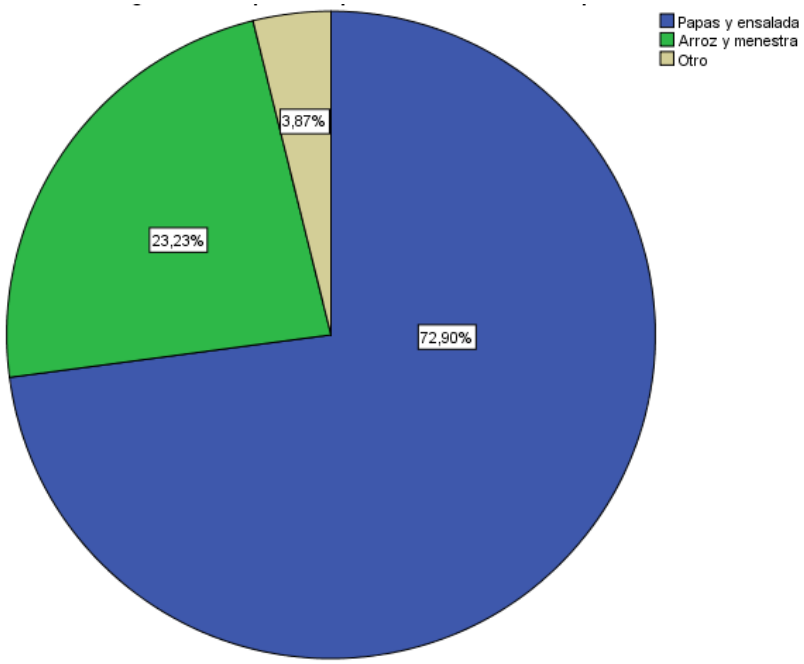
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e interpretación:

El factor más importante por el cual los clientes prefieren un restaurante de pollo brosterizado es la calidad y sabor, con una acogida del 60.97% por parte de los encuestados; le sigue a esta respuesta, con una brecha muy amplia, el precio con el 15.16% de aceptación entre los encuestados; el 11.94% es ocupado por las personas que prefieren un restaurante de pollo brosterizado por la higiene; el 5.16% tienen preferencia hacia un restaurante de pollo brosterizado por su variedad de productos; por último, el 0.97% es ocupado por el ambiente, la atención al cliente, la ubicación y otros. Esta pregunta permite identificar el factor más importante para los clientes a la hora de consumir pollo brosterizado, direccionando de mejor forma los esfuerzos para ofertar este producto y servicio.

8. ¿Qué acompañado prefiere consumir con pollo brosterizado?

Gráfico 4.8: Pregunta 8



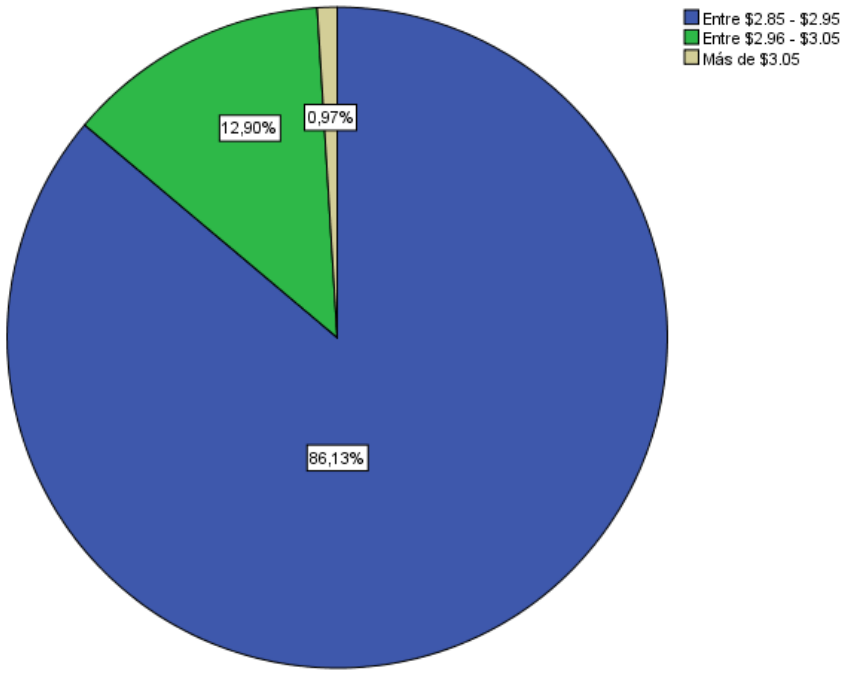
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e interpretación:

El 72.90% de las personas encuestadas tienen preferencia al consumo de pollo brosterizado acompañado de papas y ensaladas; por otro lado, el 2323% solicita frecuentemente pollo brosterizado con arroz y menestra; por último, el 3.87% acostumbra a pedir otro tipo de acompañado. Esta pregunta facilita la elección del posible producto estrella del restaurante.

9. ¿Cuál es el precio que Ud. pagaría por una presa de pollo brosterizado con papas y ensalada?

Gráfico 4.9: Pregunta 9



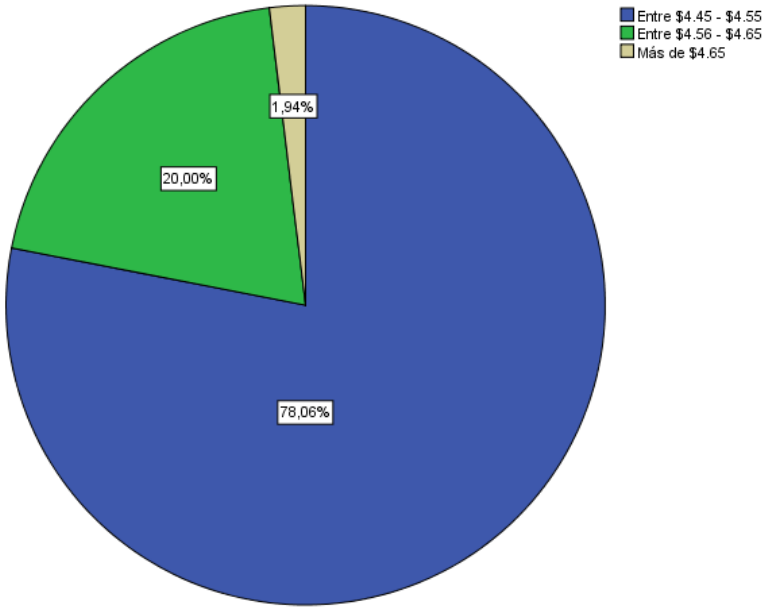
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e interpretación:

El precio que están dispuestos a pagar los encuestados por una presa de pollo brosterizado con papas y ensalada está entre los $2.85-$2.95, teniendo una aceptación del 86.13% por parte de los clientes potenciales del restaurante; con una diferencia bastante marcada, el 12.90% de los encuestados pagarían entre $2.96-$3.05; finalmente el 0.97% pagaría más de $3.05. Esta pregunta ayuda a determinar que el precio de introducción de la franquicia es aceptado.

10. ¿Cuál es el precio que Ud. pagaría por un cuarto de pollo brosterizado con papas y ensalada?

Gráfico 4.10: Pregunta 10



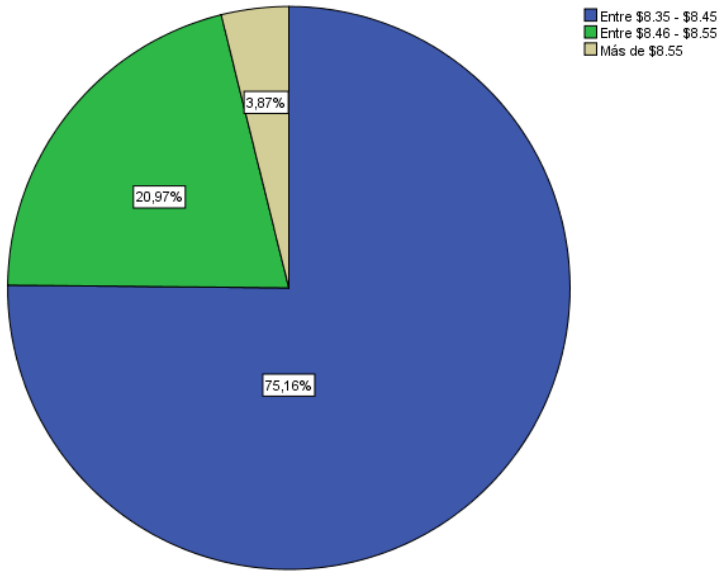
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e interpretación:

El precio que están dispuestos a pagar los encuestados por un cuarto de pollo brosterizado con papas y ensalada está entre los $4.45-$4.55, teniendo una aceptación del 78.06% por parte de los clientes potenciales del restaurante; por otro lado, el 20.00% de los encuestados pagarían entre $4.56-$4.65; finalmente tan solo el 1.94% pagaría más de $4.65 Esta pregunta ayuda a determinar que el precio de introducción de la franquicia es aceptado.

11. ¿Cuál es el precio que Ud. pagaría por medio pollo brosterizado con papas y ensalada?

Gráfico 4.11: Pregunta 11



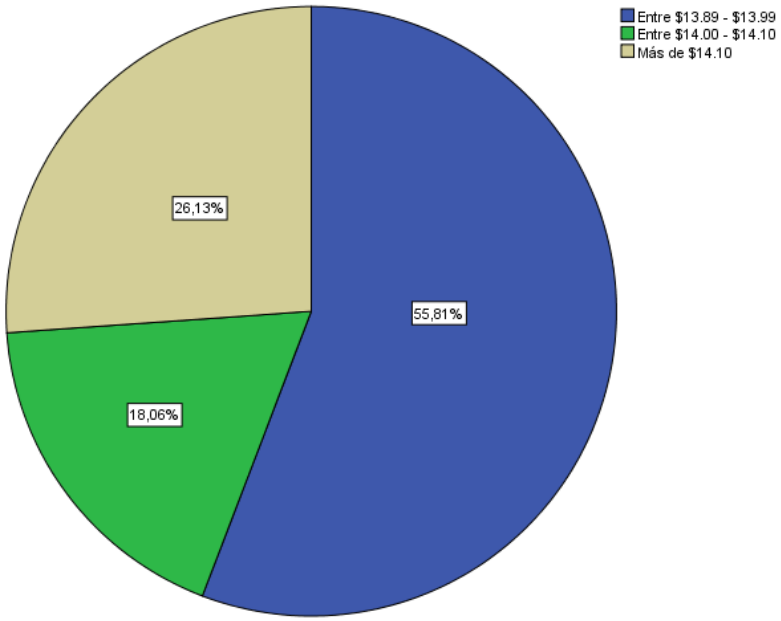
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e interpretación:

El precio que están dispuestos a pagar los encuestados por medio pollo brosterizado con papas y ensalada está entre los $8.35-$8.45, teniendo una aceptación del 75.16% por parte de los clientes potenciales del restaurante; por otro lado, el 20.97% de los encuestados pagarían entre $8.46-$8.55; finalmente el 3.87% pagaría más de $8.55. Esta pregunta ayuda a determinar que el precio de introducción de la franquicia es aceptado.

12. ¿Cuál es el precio que Ud. Pagaría por un pollo brosterizado con papas y ensalada?

Gráfico 4.12: Pregunta 12



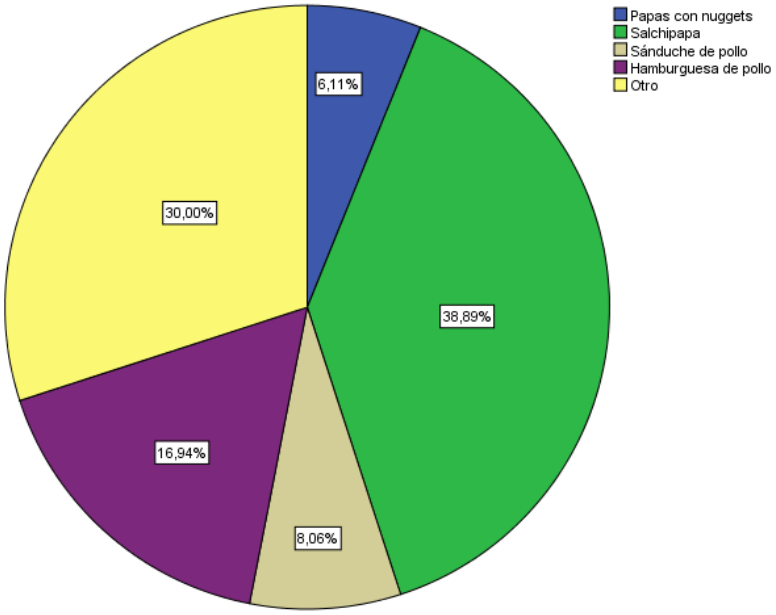
Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e interpretación:

El precio que están dispuestos a pagar los encuestados por un pollo brosterizado con papas y ensalada está entre los $13.89-$13.99, teniendo una aceptación del 55.81% por parte de los clientes potenciales del restaurante; por otro lado, el 18.06% de los encuestados pagarían entre $14.00-$ 14.10; finalmente, un porcentaje aceptable, el 26.13% pagaría más de $14.10. Esta pregunta ayuda a determinar que el precio de introducción de la franquicia es aceptado.

13. ¿Qué otra comida rápida frecuentemente consume?

Gráfico 4.13: Pregunta 13



Fuente: Encuesta, elaboración propia.

Análisis e interpretación:

El 6.11% de las personas encuestadas tienen preferencia al consumo de papas con nuggets; por otro lado, el 8.06% tienen preferencia por el consumo de sánduche de pollo, el 16.94% de las personas encuestadas solicitan hamburguesa de pollo, frecuentemente el 30.00% de las personas encuestadas consumen otro tipo de comida rápida; por último, el 38.89% acostumbra a pedir salchipapa de las personas encuestadas. Esta pregunta facilita la elección del posible producto sustituto del restaurante.

a. Conclusiones

- Según las encuestas realizadas en la parroquia San Bartolomé de Pinllo existe un número considerable de clientes, debido a la preferencia que tienen los mismos por consumir pollo brosterizado.
- La mayor parte de personas encuestadas creen que hace falta un restaurante de pollo brosterizado en este sector de la ciudad.
- Los encuestados aseguran que la apertura de un restaurante de pollo brosterizado en la parroquia San Bartolomé de Pinllo contribuirá favorablemente a su vida diaria siendo una opción adicional a la hora de alimentarse.
- Las personas encuestadas prefieren consumir pollo brosterizado una vez por semana o cada quince días, acompañados por más de dos personas o al menos dos personas. Además, los posibles clientes tienen preferencia a consumir pollo brosterizado acompañado de papas y ensalada.
- El precio que están dispuestos a pagar los encuestados por una presa de pollo brosterizado con papas y ensalada se encuentra entre los $2.85-$2.95. Por dos presas de pollo brosterizado con papas y ensalada los clientes potenciales están dispuestos a pagar de $4.45-$4.55. Por medio pollo brosterizado con papas y ensalada los clientes potenciales están dispuestos a pagar de $8.35-$8.45. Finalmente, por un pollo brosterizado con papas y ensalada el público encuestado pagaría de $13.89-$13.99.

b. Recomendaciones

- Al existir un número considerable de clientes en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo, se debería llevar a cabo la idea de negocio.
- Teniendo en cuenta que el público encuestado cree que hace falta un restaurante de pollo brosterizado en este sector, y al analizar la factibilidad se debería implementar la franquicia de manera inmediata.
- La apertura de un restaurante de pollo brosterizado en este sector contribuirá favorablemente a la vida diaria de los pobladores y transeúntes de esta zona, por lo que se recomienda llevar a cabo el proyecto.
- Teniendo en cuenta los hábitos alimenticios de los encuestados con respecto al pollo brosterizado, se debe calcular el capital necesario para el emprendimiento de la franquicia, además se deberá definir el producto estrella del negocio.
- Se deben tomar en cuenta que los precios seleccionados por las personas encuestadas, están dentro de los precios que maneja la franquicia lo cual sugiere su implementación.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Tema

Estudio de de factibilidad previo a la implementación de la franquicia "FAST CHICKEN" en la parroquia San Bartolomé de Pinllo.

5.2. Beneficiarios

El propietario/ inversionista del negocio

Habitantes, transeúntes y visitantes de la parroquia San Bartolomé de Pinllo de la ciudad de Ambato.

5.2.1. Ubicación tentativa

Calle José Maugeri y Quiteño Libre (esquina), noroccidente de la ciudad de Ambato.

5.2.2. Tiempo Estimado de Ejecución

1 año.

5.4. Objetivos

5.4.1. General

Determinar la factibilidad para la implementación de una nueva sucursal de la franquicia "*FAST CHICKEN*" en la parroquia San Bartolomé de Pinllo**.**

5.4.2. Específicos

- Diagnosticar los estudios de mercado y técnico, para determinar la viabilidad del proyecto.

- Elaborar el estado del arte a partir de varios autores que fundamenten el estudio de factibilidad.

- Determinar la rentabilidad y retorno del proyecto para la implementación de la franquicia "*FAST CHICKEN*" en la parroquia san Bartolomé de Pinllo.

5.5. Desarrollo del Estudio de Factibilidad

- **Logotipo**



- **Significado de Colores**

  - **Blanco:** seguridad, pureza y limpieza. Además, tiene una connotación positiva.

  - **Amarillo:** energía, resplandor y brillantes

- ❖ **Rojo y Rojo Vino:** pertenecen a la gama de rojos; significa energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad, impulsividad y en especial el rojo vino representa sorpresa al no ser muy usado este tipo de rojo.

- **Slogan**

mmm… ¡QUE DELICIOSO Y CRUJIENTE!

- **Misión**

Fast Chicken tiene como misión "Dotar y proveer al consumidor en general, un producto y servicio de calidad, que genere satisfacción y bienestar y que garantice la fidelización clientelar¨.

- **Visión**

  Fast Chicken tiene como visión "Ser el referente y líder, a nivel de la Región Central, en calidad de productos y servicios en el área de pollos brosterizados a corto y mediano plazo"

- **Principios**

  Para alcanzar los objetivos trazados en el Restaurante, la administración y organización se maneja por los siguientes principios:

  - **El cliente siempre tiene la razón:** la administración ni los empleados, nunca discute con el usuario del restaurante y busca, por el contrario, dar solución inmediata a sus requerimientos.

- **Cumplimiento de horarios establecidos:** el restaurante apertura sus instalaciones y cierra a la hora señalada. (11 H 00 a 22 H 00).

- **Prontitud en la entrega del servicio:** la administración se esmera por asistir con el pedido en el menor tiempo posible no más de 5 minutos desde el pedido.

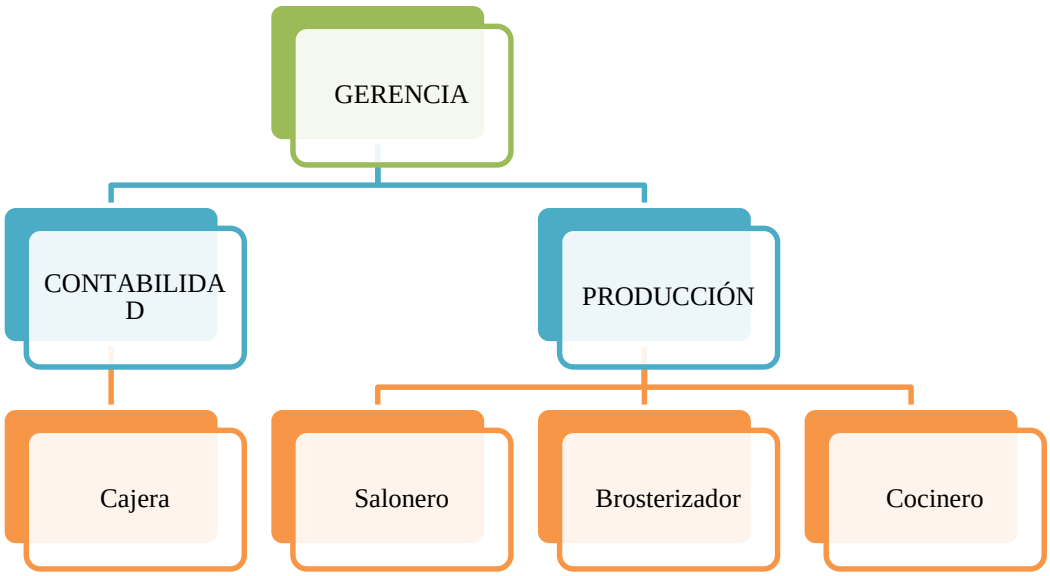
- **Valores**

  - *Fast Chicken* se maneja siempre en un marco de respeto, cortesía y amabilidad con el cliente externo e interno.
  - La atención personalizada y amigable son pilares fundamentales que fortalecen la filosofía empresarial.

  - La educación de todos los integrantes internos del restaurante son el referente que hace la diferencia con la competencia.

- **Organigrama Estructural**

Gráfico 5.1: Organigrama Estructural.



Fuente: Elaboración propia.

Actividades

Las actividades empiezan en el local a las 9 de la mañana con el ingreso de los colaboradores a realizar trabajos previos a la atención al público, misma que se apertura a partir de las 11H 00 horas. La permanencia del establecimiento en el servicio al cliente dura hasta las 22 H 00. El personal está conformado por el gerente, la contadora, la cajera y 3 dependientes del servicio y trabajo interno.

Propietario

Es la persona que toma decisiones en todo lo que concierne al trabajo, todos los empleados están bajo su responsabilidad. A la vez administra el efectivo, el Recurso Humano y el Recurso Material existente para el giro del negocio, además es la persona que define la infraestructura y posibles cambios de la misma. Posee las siguientes características:

Planear: Visualizar el futuro y trazar el programa de acción.

Organizar: construir las estructuras material y social de la empresa.

Dirigir: Guiar y orientar al personal

Coordinar: Enlazar, unir y armonizar todos los actos y esfuerzos colectivos.

Controlar: Verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas.

Contadora - Cajera

Es la persona cuya labor principal es la de cobrar por los despachos realizados, está especializada en la Contabilidad y por lo tanto en todas las labores que de ella se deriven, todo informe numérico y tributarios, llevará en forma diaria el cuadre de caja para realizar los respectivos depósitos. Todo el reporte diario de venta le reporta al propietario y este revisa con sumo cuidado para controlar y que no exista ninguna falla. En ausencia del propietario ella asume la responsabilidad directa sobre la cocina, el salonero y el brosterizador.

Cocinero

Es la persona especializada en cocina, tienen el control y cualidades sobre los alimentos, realiza el listado diario o semanal de compras de materia prima e insumos, responsable de la preparación de los alimentos, pelado de papas y del servicio al cliente apoyado con un ayudante o salonero.

Salonero

Es la persona encargada de realizar tareas asignadas complementarias al producto principal, poner las papas en las freidoras, la realización de la ensalada, la limpieza de

utensilios entre otros. Además, es responsable del aseo interno y externo del local, del servicio personalizado al cliente en lo que se refiere a órdenes, tendrá que ser una persona amable, usar la lógica y el buen sentido

Brosterizador

Es la persona delegada para poner y sacar el pollo de la máquina brosterizadora, también despachan los pedidos ya sea para llevar o para servirse dentro del local y están atentos a cualquier orden de las cajeras.

5.5.1. Definición del producto

La comida que se ofertará en este negocio consta de platos de pollo broaster en diferentes presentaciones con ingredientes de alta calidad, como es el caso del pollo con la harina rica en proteínas, además de papas o arroz, elaborados con los mejores procesos, conjuntamente con especias, hierbas e ingredientes naturales que dan forma al sabor único y particular de nuestra comida. Los vegetales utilizados en la elaboración de ensaladas, son frescos y previamente seleccionados, mismos que asegura la máxima experiencia en sabor y calidad para los clientes.

Los productos a ofertar serán:

- **Pollo broaster con papas y ensaladas**
- **Pollo broaster con arroz y menestra**
- **Hamburguesa de pollo**
- **Sanduche de pollo**
- **Papas con nuggets**
- **salchipapa**

Con respecto a la cantidad de presas que se ofertarán serán:

- **Una presa**
- **Dos presas (un cuarto)**
- **Cuatro presas (medio pollo)**
- **Ocho presas (pollo entero)**
  - Puede venir acompañado de dos guarniciones (papas y ensalada o arroz y menestra).

5.5.2. Segmentación del Mercado

- **Segmentación Geográfica**
  - **Sector:** Parroquia San Bartolomé de Pinllo.
  - **Perímetro:**
    - **Norte:** Calle José Maugeri.
    - **Sur:** Calle El Convencional.
    - **Este:** Calle Alejandro Chávez.
    - **Oeste:** Calle Quiteño Libro.

Gráfico 5.2: Segmentación geográfica



Fuente: Google Maps, adaptado por el autor de la investigación.

- **Segmentación Demográfica**

  - **Género:** Masculino y Femenino.
  - **Edad:** Entre los 18 a 60 años de edad.
  - **Sector:** Urbano-Rural.

- **Segmentación Socio Económico**

  Personas de nivel económico bajo, medio y alto.

5.6. Estudio de Mercado

5.6.1. Cálculo de la Demanda Actual

Se estima la oferta y demanda actual del producto, por medio de una investigación de producción máxima y ventas de los principales locales ubicados en la parroquia San Bartolomé de Pinllo de la ciudad de Ambato, base que servirá para el cálculo de la demanda insatisfecha, clientes potenciales del negocio o *target* de mercado.

Los datos de las tablas fueron ordenados para el correcto cálculo de la demanda insatisfecha, a través de la fórmula de la ecuación de la recta mediante el sistema de regresión lineal.

5.6.2. Demanda Actual

Para determinar la demanda actual, se considera los habitantes de la parroquia San Bartolomé de Pinllo, lo cual según datos recolectados en (SENPLADES, 2017), existen 10313 habitantes. El 55% están en rango de edad entre 18 a 60 años, dando un total de 5672 habitantes, guiándose de la primera pregunta de la encuesta ¿Consume pollo broterizado?, se obtiene como resultado que el 86,10% si lo hace, por tal razón se procede al cálculo de la demanda actual mediante la operación: 5672 x 86,10%, quiere decir que 4884 clientes mensuales x 12 meses da un total de 58608 clientes anuales como nuestros potenciales clientes.

5.6.2 Oferta Actual

Tabla 5.1: Oferta Actual

LOCAL	CANTIDAD DIARIA (1 presa) 1/8 POLLO	PRECIO PROMEDIO ($)	VENTAS DIARIAS ($)	VENTAS MENSUALES ($) 30 dias	CANTIDAD MENSUAL
CHEFSITO	20	2,90	58,00	1740	600
PIKO FINO	16	2,50	40,00	1200	480
COSITAS RICAS	18	2,45	44,10	1323	540
LAS PAPAS	16	2,25	36,00	1080	480
OFERTA TOTAL					2100

LOCAL	CANTIDAD DIARIA (2 presas) 1/4 POLLO	PRECIO PROMEDIO ($)	VENTAS DIARIAS ($)	VENTAS MENSUALES ($)	CANTIDAD MENSUAL
CHEFSITO	8	4,50	36,00	1080	240
PIKO FINO	6	4,00	24,00	720	180
COSITAS RICAS	7	4,25	29,75	893	210
LAS PAPAS	6	4,00	24,00	720	180
OFERTA TOTAL					810

LOCAL	CANTIDAD DIARIA (4 presas) 1/2 POLLO	PRECIO PROMEDIO ($)	VENTAS DIARIAS ($)	VENTAS MENSUALES ($)	CANTIDAD MENSUAL
CHEFSITO	5	8,50	42,50	1275	150
PIKO FINO	3	8,25	24,75	743	90
COSITAS RICAS	4	8,25	33,00	990	120
LAS PAPAS	1	8,00	8,00	240	30
OFERTA TOTAL					390

Fuente: Elaboración propia

OFERTA TOTAL ANUAL: 3540 * 12 = 42840 presas de pollo

5.6.3. Demanda Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se necesita realizar la diferencia entre la Oferta y la Demanda:

$$Oferta - Demanda = Demanda\ Insatisfecha$$

$$42840 - 58608 = -16128\ \ posibles\ clientes$$

5.6.4. Proyección de la Demanda Insatisfecha

Tabla 5.2: Demanda Insatisfecha

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Oferta Actual	42480	43117	43764	44420	45087	45763
Demanda Actual	58608	59487	60379	61285	62204	63137
Demanda Insatisfecha	-16128	-16370	-16615	-16865	-17118	-17374

Fuente: Elaboración propia

Para la proyección de la demanda insatisfecha se basa en el porcentaje de crecimiento de la población establecido por el INEC, con el 1,5%, establecido en el censo de población y vivienda (INEC, 2010).

5.6.5. Proyección de Oferta

La inflación anual, en cuanto a la rama de alimentos y bebidas es de 3,0% anual, según datos del (INEC, 2017), con el cual se procede a realizar el cálculo anual de la proyección de la oferta

Tabla 5.3: Proyección de la oferta

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
proyección de la oferta	42840	44125	45449	46812	48216	49662

Fuente: Elaboración propia

La empresa pretende captar el 20% de la demanda insatisfecha, es decir se aspira que al menos ese porcentaje de las personas que consumen pollo broaster en la parroquia San Bartolomé de Pinllo, consuman en el restaurante pollo.

Adicionalmente existen varios factores al momento de decisión de las personas, uno de los más importantes es el económico, pero gracias al estudio realizado se determina que existe un 86,10% de la población encuestada que consume pollo broaster, debido a que la comida rápida cada vez es más comúnmente aceptada por la limitación de su tiempo.

5.7 Plan de marketing de la empresa

Producto

Se ofrecerá a los clientes pollo broaster en 4 presentaciones con dos tipos de guarniciones diferentes (papas y ensalada y arroz con menestra) y como valor agregado la empresa ofrecerá pollo asado para satisfacer los antojos o las necesidades de las personas conservando siempre el concepto del producto de la franquicia.

- 1/8 de pollo: una presa de pollo brosterizado, la misma puede venir acompañada de cualquiera de las dos guarniciones, desde luego con salsas a su elección.
- 1/4 de pollo: dos presas de pollo brosterizado, la misma puede venir acompañada de cualquiera de las dos guarniciones, desde luego con salsas a su elección.

- 1/2 pollo: cuatro presas de pollo brosterizado, la misma puede venir acompañada de cualquiera de las dos guarniciones, desde luego con salsas a su elección.
- 1 pollo: ocho presas de pollo brosterizado, la misma puede venir acompañada de cualquiera de las dos guarniciones, desde luego con salsas a su elección.

De acuerdo al crecimiento y posicionamiento de la empresa se evaluará ofrecer más de platos de acuerdo al gusto y preferencia del consumidor.

Precio

Factores legales: el precio estará acorde a lo que exige y estipula la legislación ecuatoriana, en él se incluye todos los rubros a pagar como aporte tributario al Estado, aporte patronal a los empleados, decimos, vacaciones, fondos de reservas y otros beneficios.

El propietario de franquicia no tiene poder de decisión

Costos: los costos que se van a tomar en cuenta para establecer el precio final del producto, serán los siguientes:

- Materia Prima
- Insumos
- Mano de obra
- Costos Indirectos de Fabricación

Demanda: de acuerdo a los resultados que arrojaron las encuestas aplicadas a los clientes potenciales, el precio que la mayoría estaría dispuesta a pagar está dentro del rango de precios de la franquicia.

El precio establecido para el producto será el mismo de todas las sucursales de la franquicia.

1/8 de pollo brosterizado tiene un precio de $2.95

1/4 de pollo brosterizado tiene un precio de $4.55

1/2 pollo brosterizado tiene un precio de $8.45

1 pollo brosterizado tiene un precio de $13.99

Plaza

Canales de Distribución: para el presente proyecto se optará por un canal directo de comercialización, estableciendo una relación B2C (empresa – consumidor).

Logística: *TAP TAP* venderá los productos a través de un negocio físico, será mediano (contará con ocho mesas) pero tendrá mucho concepto y diseño, para poder brindar al cliente una experiencia diferente y única, que represente a la franquicia y que transmita la cultura organizacional de la misma.

Promoción

Publicidad: la publicidad seleccionada para este tipo de proyecto será a través de redes sociales Facebook (fan page), Instagram y twitter, además en flyers y anuncios en prensa escrita local (Heraldo y La Hora)

Promoción: la franquicia ofrece promociones de lunes a viernes las mismas constan de la siguiente manera:

- Lunes: por la compra de 1/8 de pollo obtén gratis un vaso de cola.
- Martes: por la compra de ¼ de pollo obtén gratis una porción de papas.
- Miércoles: por la compra de ½ pollo obtén gratis una presa.
- Jueves: por la compra de seis presas obtén gratis una cola de 1 litro.
- Viernes: por la compra de 1 pollo obtén gratis una salchipapa.

- Además: para el cumpleañero un combo uno totalmente gratis.

5.8. Estudio Legal y Administrativo

5.8.1. Espacio Publicitario



REPÚBLICA DEL ECUADOR
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPALIDAD DE AMBATO

VALOR
USD 1.00

0474050

PERMISO DE INSTALACION DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS

Código:

Ambato, Febrero 22, 2019 Trámite: 145 - 2019

Oficio DGT-RU-19-0549 Flow: 7270

Nombre del Propietario: ZUÑIGA MERA ALEJANDRA CECILIA
Dirección: JOSE MAUGERI Y QUITEÑO LIBRE
Parroquia: PINLLO

La sección Régimen Urbanístico, autoriza a usted a instalar el anuncio publicitario, propaganda visual o rótulo tipo:

de promoción publicitaria FAST CHIKEN

con un tiempo: PERMANENTE (SUPERIOR A UN AÑO)

a realizarse con los siguientes materiales:

respetando las dimensiones, la altura, las características, estetéticas, etc: estipilados en el gráfico o croquis adjunto:

Observación

UN ROTULO EN ADOSADO Z3

Todo cambio debe ser notificado y al vencer el plazo concedido el anuncio debe ser retirado

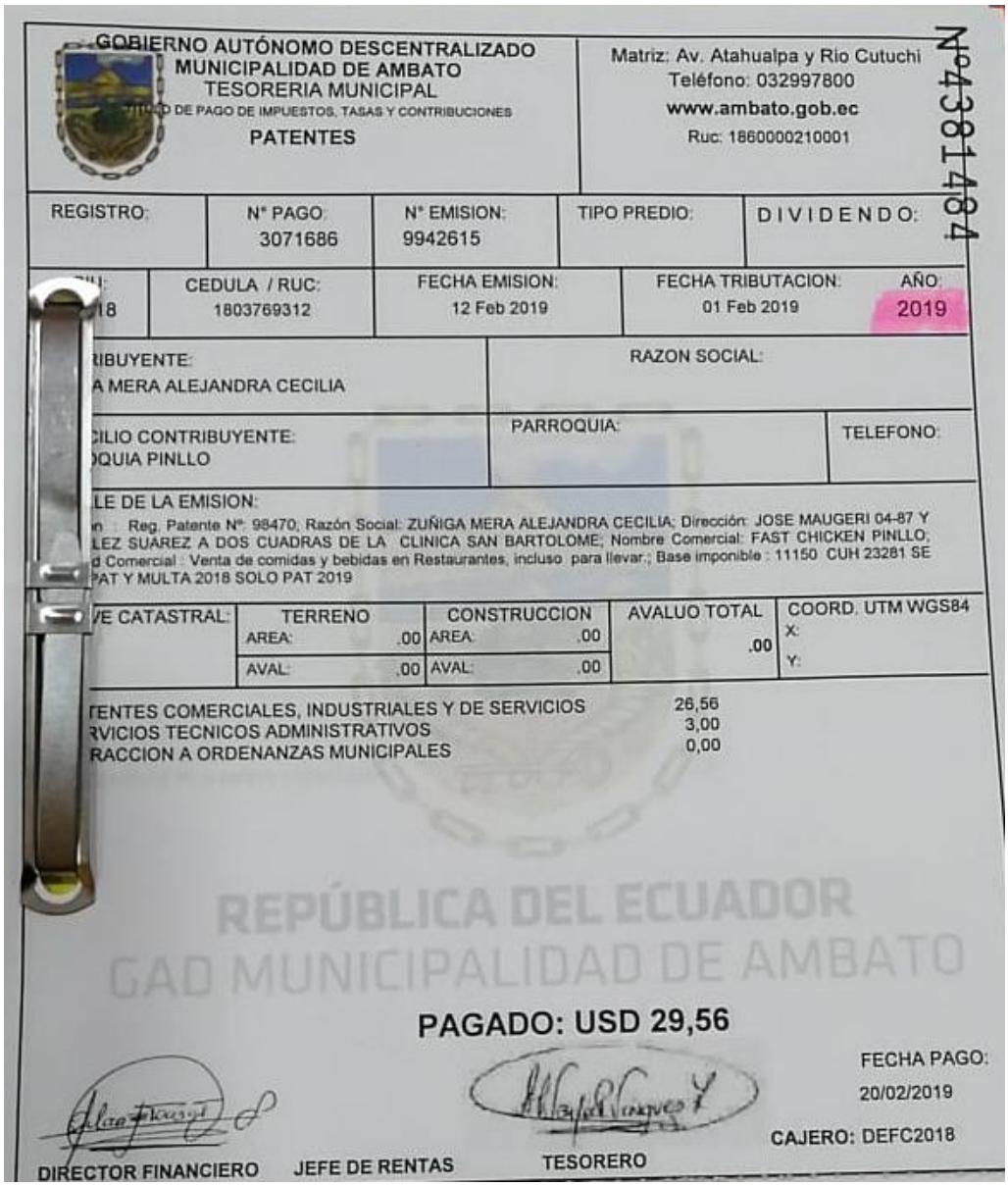
Cualquier alteración al presente, desobedienia o trabajos no contemplados serán sancionados y retirados de acuerdo a la Ley

Atendido de conformidad con la Ordenanza que regula la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda en el cantón Ambato, reformada, aprobada por el I. Concejo Cantonal en sesiones de 12 de julio y 20 de diciembre del 2005

ARQ. FRANCISCO SEBASTIAN MORALES
JEFE DE REGIMEN URBANISTICO (S)

GADMA

5.8.2. Patente Municipal



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPALIDAD DE AMBATO
TESORERIA MUNICIPAL
DE PAGO DE IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES
PATENTES

Matriz: Av. Atahualpa y Rio Cutuchi
Teléfono: 032997800
www.ambato.gob.ec
Ruc: 1860000210001

No 4381484

REGISTRO:	N° PAGO:	N° EMISION:	TIPO PREDIO:	DIVIDENDO:
	3071686	9942615		

	CEDULA / RUC:	FECHA EMISION:	FECHA TRIBUTACION:	AÑO:
18	1803769312	12 Feb 2019	01 Feb 2019	2019

RIBUYENTE:
A MERA ALEJANDRA CECILIA

RAZON SOCIAL:

CILIO CONTRIBUYENTE:
QUIA PINLLO

PARROQUIA:

TELEFONO:

LE DE LA EMISION:
n Reg. Patente N°: 98470; Razón Social: ZUÑIGA MERA ALEJANDRA CECILIA; Dirección: JOSE MAUGERI 04-87 Y LEZ SUAREZ A DOS CUADRAS DE LA CLINICA SAN BARTOLOME; Nombre Comercial: FAST CHICKEN PINLLO; d Comercial : Venta de comidas y bebidas en Restaurantes, incluso para llevar.; Base imponible : 11150 CUH 23281 SE PAT Y MULTA 2018 SOLO PAT 2019

VE CATASTRAL:	TERRENO	CONSTRUCCION	AVALUO TOTAL	COORD. UTM WGS84
	AREA: .00	AREA: .00	.00	X:
	AVAL: .00	AVAL: .00		Y:

TENTES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS	26,56
RVICIOS TECNICOS ADMINISTRATIVOS	3,00
RACCION A ORDENANZAS MUNICIPALES	0,00

REPÚBLICA DEL ECUADOR
GAD MUNICIPALIDAD DE AMBATO

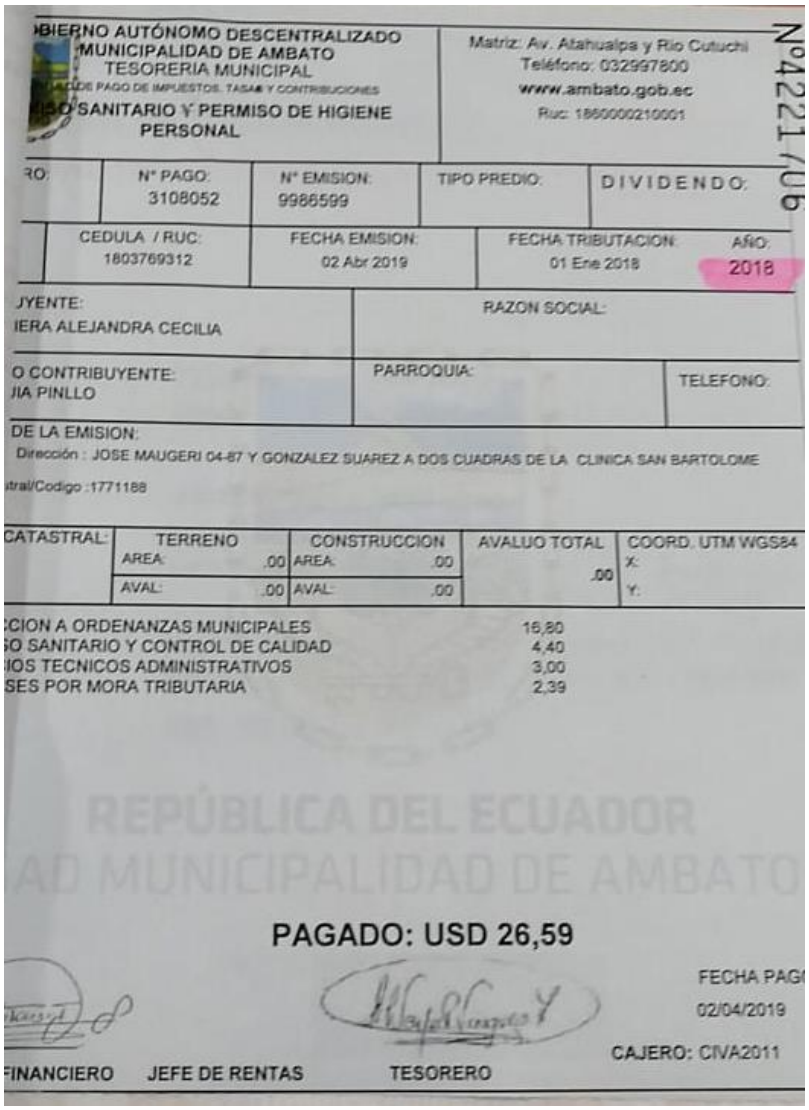
PAGADO: USD 29,56

FECHA PAGO: 20/02/2019

CAJERO: DEFC2018

DIRECTOR FINANCIERO JEFE DE RENTAS TESORERO

5.8.3. Vigilancia y Control Sanitario



BIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPALIDAD DE AMBATO
TESORERIA MUNICIPAL
DE PAGO DE IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES
SANITARIO Y PERMISO DE HIGIENE PERSONAL

Matriz: Av. Atahualpa y Rio Cutuchi
Teléfono: 032997800
www.ambato.gob.ec
Ruc: 1860000210001

Nº4221/06

RO:	Nº PAGO: 3108052	Nº EMISION: 9986599	TIPO PREDIO:	DIVIDENDO:
	CEDULA / RUC: 1803769312	FECHA EMISION: 02 Abr 2019	FECHA TRIBUTACION: 01 Ene 2018	AÑO: 2018

JYENTE:
IERA ALEJANDRA CECILIA

RAZON SOCIAL:

O CONTRIBUYENTE:
JIA PINLLO

PARROQUIA:

TELEFONO:

DE LA EMISION:
Dirección : JOSE MAUGERI 04-87 Y GONZALEZ SUAREZ A DOS CUADRAS DE LA CLINICA SAN BARTOLOME

tral/Codigo :1771188

CATASTRAL:	TERRENO	CONSTRUCCION	AVALUO TOTAL	COORD. UTM WGS84
	AREA: ,00	AREA: ,00	,00	X:
	AVAL: ,00	AVAL: ,00		Y:

CION A ORDENANZAS MUNICIPALES	16,80
O SANITARIO Y CONTROL DE CALIDAD	4,40
IOS TECNICOS ADMINISTRATIVOS	3,00
SES POR MORA TRIBUTARIA	2,39

REPÚBLICA DEL ECUADOR
AD MUNICIPALIDAD DE AMBATO

PAGADO: USD 26,59

FECHA PAG
02/04/2019

CAJERO: CIVA2011

FINANCIERO JEFE DE RENTAS TESORERO

5.8.4. Bomberos



Empresa Municipal
Cuerpo de Bomberos de Ambato
Empresa Pública

DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS

R.U.C. 1865033090001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL RESOLUCIÓN N° NAC - PCTRSGE13 - 00617

MISO DE FUNCIONAMIENTO Nº 002120

VÁLIDO HASTA EL 31 DE DICIEMBRE 2019

VALOR: $ 0.00

SON: CERO DOLARES CON CERO CENTAVOS

AÑOS CANC: 2019

RAZ. SOCIAL: FAST CHICKEN PINLLO

ACTIVIDAD: VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES, INCLUSO PARA LLEVAR

PROPIETARIO: ZUÑIGA MERA ALEJANDRA CECILIA

DIRECCIÓN: JOSE MAUGERI 04-087 Y QUITEÑO LIBRE

FEC. EMISIÓN: 2019-03-18

ABNEGACIÓN Y DISCIPLINA

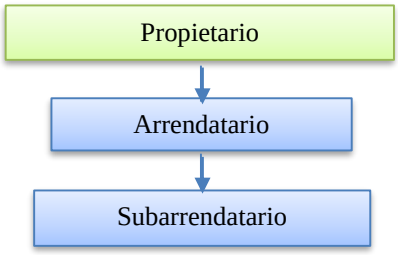
DIRECCIÓN ADMINISTRATIVO - FINANCIERA

5.9. Estudio Administrativo

5.9.1. Estructura Organizacional

Dentro de la empresa *Fast Chicken*, se maneja la siguiente estructura organizacional

Esquema 5.1: Estructura Organizacional

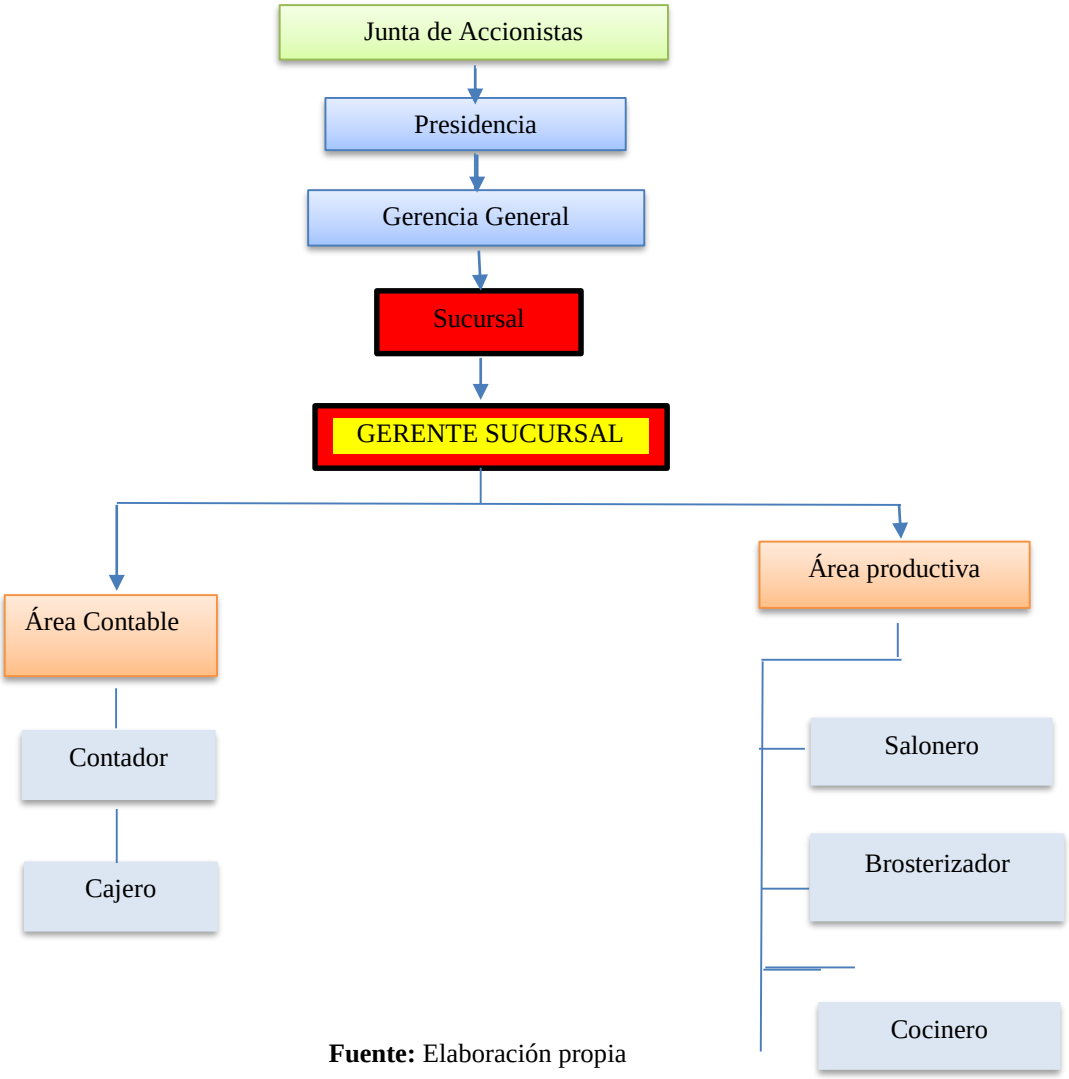


Fuente: elaboración propia

5.9.2. Estructura Funcional

A continuación, se presenta el esquema funcional que se usa en la franquicia:

Esquema 5.2: Estructura Funcional



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta un detalle de la funciones que debe realizar cada colaborador, la misión que tiene cada cargo y cuáles son los requisitos que deben tener para ser parte de la organización.

Tabla 2.4: Funciones de los miembros de la franquicia

Título del puesto:	Misión:
GERENTE SUCURSAL.	**Responsables de administrar la empresa.**
Funciones: • Planifica los objetivos de la empresa y las diferentes maneras de cumplirlos. • Organiza estructuralmente a la organización de forma óptima para conseguir eficiencia. • Controla las actividades y funciones que se realizan en la empresa. • Dirige a la organización, supervisar cada departamento para que funcione correctamente	**Requisitos:** • Ser socio activo de la franquicia. • Estudios superiores en Administración de Empresas o áreas afines. • Tener estudios complementarios afines al cargo. • Experiencia laboral de mínimo 2 años en el cargo. • Capacidad de liderazgo y coordinación • Idioma adicional requerido: Inglés conocimiento medio.
Título del puesto: **Contador (a)**	**Misión:** Responsable de llevar la parte contable de la organización
Funciones: • Brinda soporte en las actividades financieras de la organización. • Realiza las declaraciones tributarias a las que la empresa se encuentra obligada. • Presenta informes sobre el estado de situación financiera de la empresa a la gerencia. • Manejo del sistema contable. • Controla, los ingresos, egresos, roles de pago, de la empresa.	**Requisitos:** • Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría. • Estudios complementarios afines al cargo. • Experiencia laboral de mínimo 2 años en el cargo. • CPA (contador público autorizado)

Título del puesto:	**Misión:**
CAJERA	Responsable de administración del dinero de la empresa.
Funciones: • Recibe y cobra todos los pedidos. • Se encarga del inventario diario. • Controla las órdenes de pedido. • Ayuda al despacho de pedidos.	**Requisitos:** • Experiencia mínima de dos años en esta área

Título del puesto:	Misión:
SALONERO	**Responsable del servicio y atención al cliente.**
Funciones: • Atiende a diferentes inquietudes de los clientes. • Recepta y almacena los pedidos para la cocina. • Se encarga de la limpieza del restaurant incluido los baños.	**Requisitos:** • Personas proactivas • Estudios complementarios: atención al cliente • Experiencia mínima de dos años en esta área

Título del puesto:	Misión:
BROSTERIZADOR	**Responsable de la brosterizar el pollo.**
Funciones: • Mantener el stock necesario de presas brosterizadas. • Controlar el stock necesario de harina y aceite • Manejo óptimo de la brosterizadora.	**Requisitos:** • Experiencia mínima de dos años en esta área.

Título del puesto:	Misión:

COCINERO	**Responsable de preparar las guarniciones.**
Funciones: • mantener el stock necesario de ambas guarniciones (arroz y menestra o papas y ensalada) • mantener limpios los utensilios de cocina • manejo óptimo de tiempos de cocción.	**Requisitos:** • Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

Fuente: Elaboración propia

5.10 Localización

Macrolocalización

El proyecto se localiza en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia de San Bartolomé de Pinllo.

Se seleccionó esta ubicación debido al gran crecimiento poblacional hacia el sector noroccidente de la ciudad, además que esta parroquia es vía de acceso para varias otras, también por su gran afluencia de turistas.

Se establece la Macrolocalización:

- **País:** Ecuador
- **Cantón:** Ambato
- **Parroquia**: San Bartolomé de Pinllo
- **Sector:** Noroccidente
- **Zona:** Urbana-Rural

- **Tamaño:** 74,95 m2

Gráfico 5.4: Macrolocalización.



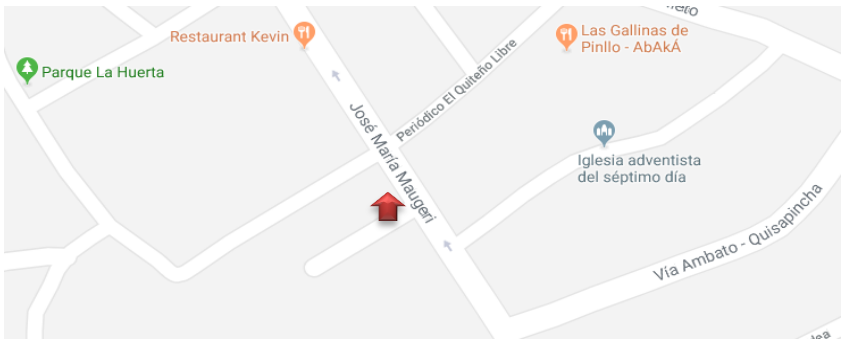
Fuente: Google Maps, adaptado por el autor de la investigación.

Microlocalización

Se toma en cuenta la necesidad de un restaurant de comida rápida en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo, donde exista una alta afluencia de personas, servicios básicos disponibles, se tenga en cuenta la cercanía de los proveedores de materia prima, pero, sobre todo, que exista el espacio necesario para las operaciones del negocio.

El proyecto se localiza en:

Gráfico 5.5: Microlocalización.



Fuente: Google Maps, adaptado por el autor de la investigación.

El local comercial está ubicado en la intersección de la calle José María Maugeri y Periódico el Quiteño Libre, junto a Farmacias Económicas. Local comercial que se adecua a los requerimientos necesarios para la localización del restaurante.

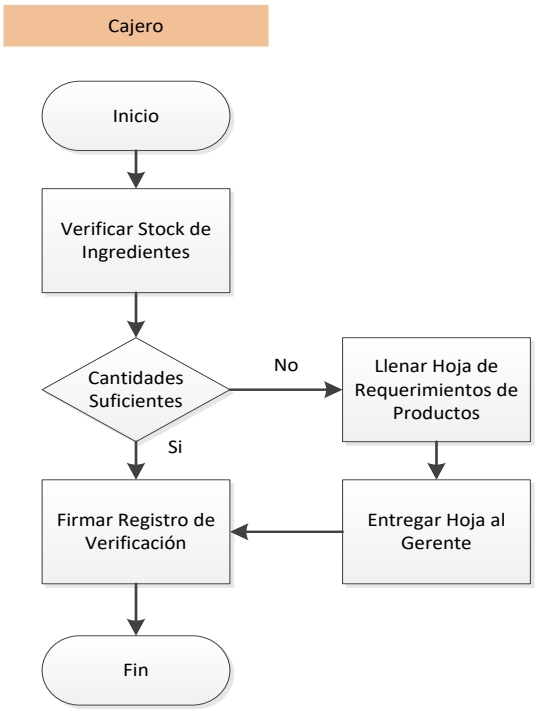
- **Flujogramas de Procesos**
  - **Actividades**

    Entre las principales actividades a desarrollar en el restaurante están:

    - ❖ Verificación del stock de ingredientes.
    - ❖ Recepción y almacenamiento de la materia prima.
    - ❖ Atención al cliente y preparación del producto.

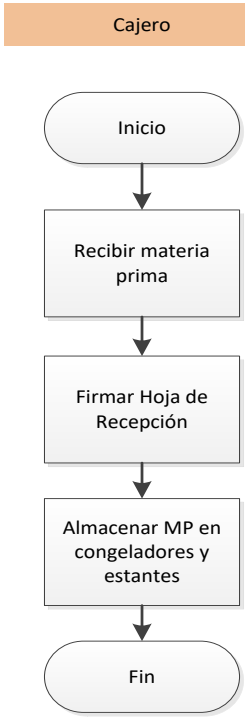
    Estas actividades las realizan los cuatro empleados del restaurante: el contador/cajera, el cocinero, el salonero, y el brosterizador. El gerente deberá verificar el trabajo de los asociados para el correcto funcionamiento del restaurante.

Esquema 5.3: Flujograma verificación de stock de ingredientes



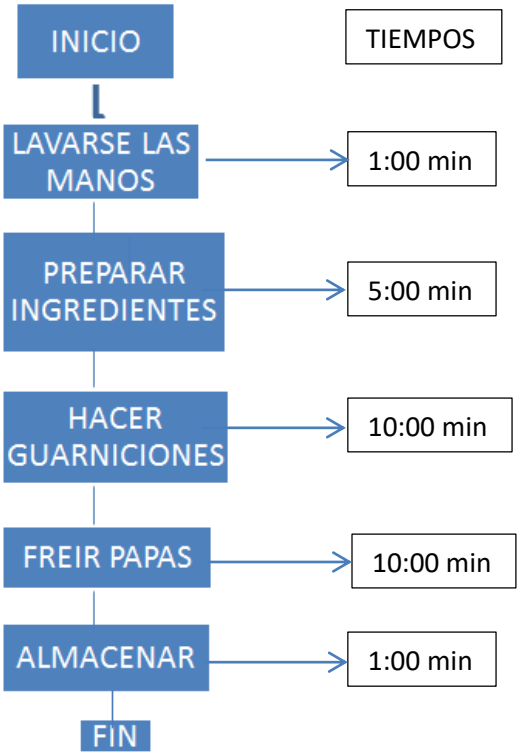
Fuente: Elaboración propia.

Esquema 5.4: Flujograma recepción y almacenamiento de materia prima



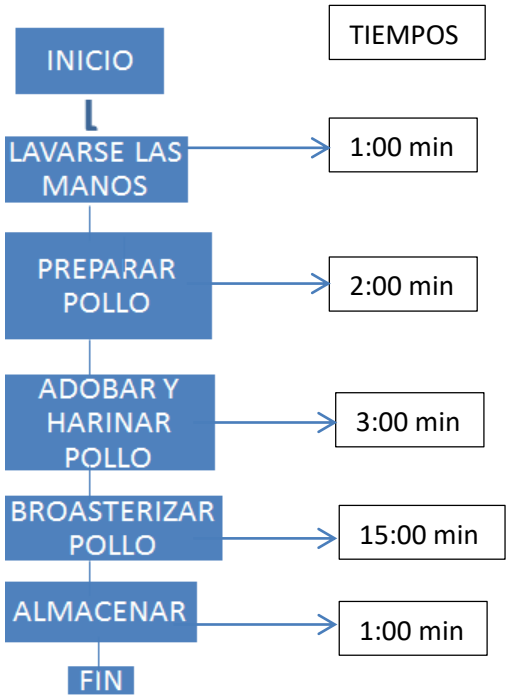
Fuente: Elaboración propia.

Esquema 5.5: Flujograma preparación de las papas y las guarniciones



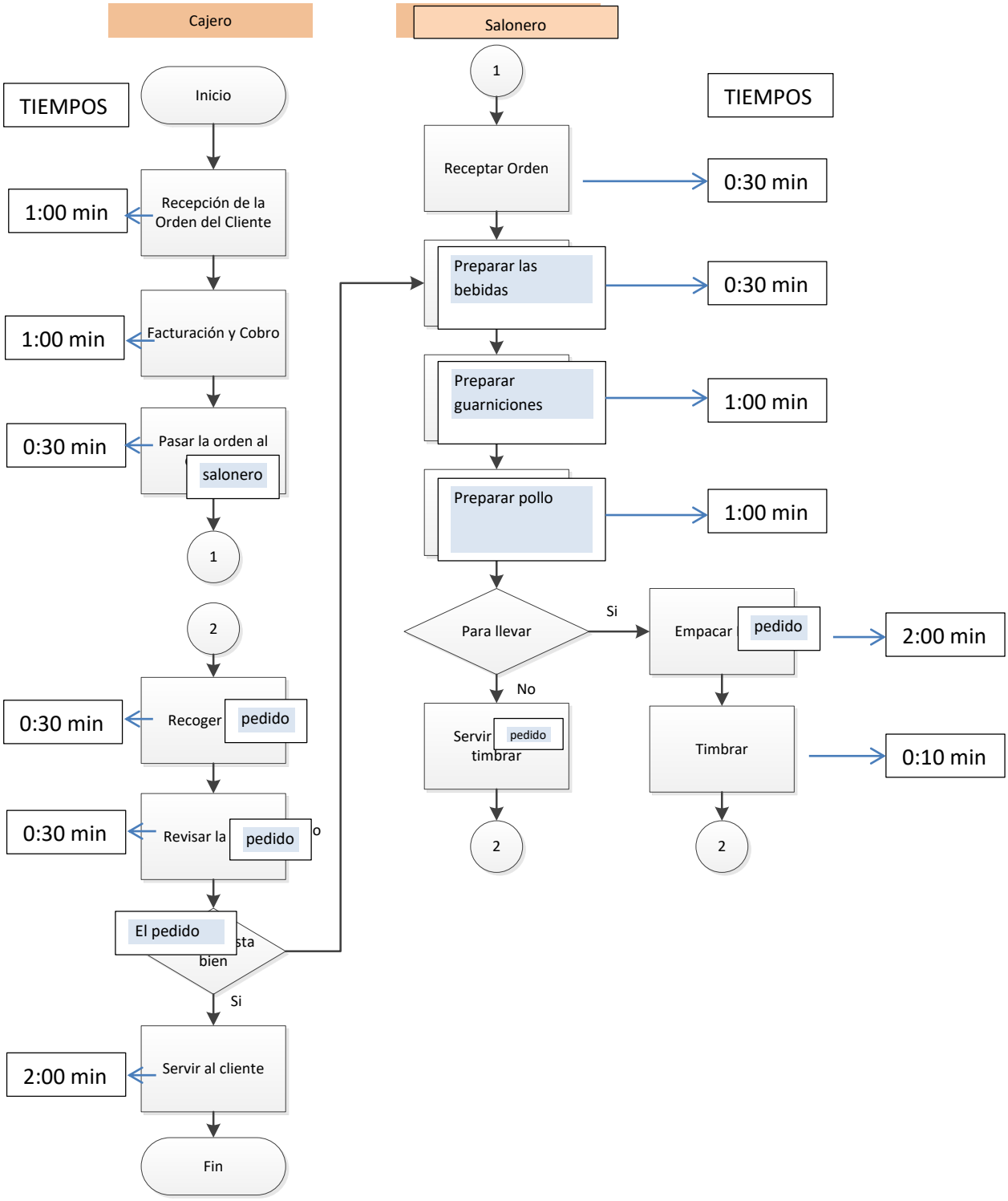
Fuente: Elaboración propia.

Esquema 5.6: Flujograma preparación del pollo



Fuente: Elaboración propia.

Esquema 5.7: Flujograma atención al cliente



Fuente: Elaboración propia.

- **Tiempos**

El tiempo estimado para la preparación del producto sin tomar en cuenta la cantidad de presas es el siguiente:

Tabla 5.5: Tiempo máximo de preparación de pollo broaster.

Preparación del pollo broaster		
N°	**Actividades**	**Tiempo (h. /m./s.)**
1	harinar el pollo	0:03:00
2	Brosterizar el pollo ,	0:10:00
3	Freir apapas	0:06:00
4	Servir papas y ensalado o arroz y menestra	0:00:20
5	Servir o empacar	0:00:30
Tiempo máximo de preparación		**0:19:50**

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que este es el tiempo estimado para cuarenta porciones (5 pollos), una vez listo esto, el tiempo que toma servir un pedido en promedio es tres minutos.

- **Infraestructura**

La infraestructura del restaurante está conformada por cuatro áreas principales, el área de cocina, el área de restaurante, el área fría y el área de juegos infantiles, cada área con su respectivo equipamiento con el fin de cumplir los principales estándares de calidad y ofrecer un servicio atractivo.

Tabla 5.6: Equipamiento área fría

ÁREA FRÍA			
Cantidad	***Detalle***	***V. unitario***	***V.total***
2	mesones	500	1000
1	fregadero	50	50
1	licuadora industrial	500	500
2	tanques de gas industrial 45 g	240	480
1	tabla plastica para carnicos	8	8
1	tabla plastica para verduras	8	8
1	cuchillo para carnicos	12	12
1	trapeador	10	10
1	escoba	10	10
1	pala para basura	7	7
2	basureros grandes	15	30
2	recipientes pequeños	10	20
2	congelador	500	1000
3	ollas metalicas	60	180
1	olla arrocera	75	75
2	baldes grandes	50	100
1	cuchara de palo	5	5
1	cocina industrial	500	500
	TOTAL		3995

Fuente: Investigación de campo, elaboración propia.

Tabla 5.7: Equipamiento área de cocina.

ÁREA DE COCINA			
Cantidad	**Detalle**	**V. unitario**	**V.total**
1	brosterizadora	14000	14000
1	freidora	1500	1500
1	calentador de pollos	750	750
1	tanques de gas industrial 45 g	240	240
1	caja registradora	1000	1000
1	refrigeradora	800	800
1	campana de extraccion	1200	1200
1	trapeador	10	10
1	escoba	10	10
1	pala para basura	7	7
1	basurero grande	15	15
	TOTAL		19532

Fuente: Investigación de campo, elaboración propia.

Tabla 5.8: Equipamiento área restaurante

ÁREA DEL RESTAURANTE			
Cantidad	**Detalle**	**V. unitario**	**V. total**
8	juegos de comedor incluye 4 sillas	300	2400
1	juego de sanitario	120	120
1	urinario	40	40
1	espejo	40	40
1	tv led 42 pg	1500	1500
1	mueble de desechos	120	120
1	minicomponente	250	250
8	portacubiertos	2,5	20
8	portaservilletas	3	24
30	juegos de cubiertos	1	30
40	vasos	0,75	30
	TOTAL		4574

Fuente: Investigación de campo, elaboración propia.

Tabla 5.9: Equipamiento área juegos

ÁREA DE JUEGOS			
Cantidad	**Detalle**	**V. unitario**	**V. total**
1	cama de pelotas	230	230
1	futbolin	90	90
1	resbaladera	60	60
1	minitunel	55	55
	TOTAL		435

Fuente: Investigación de campo, elaboración propia.

- **Espacio**

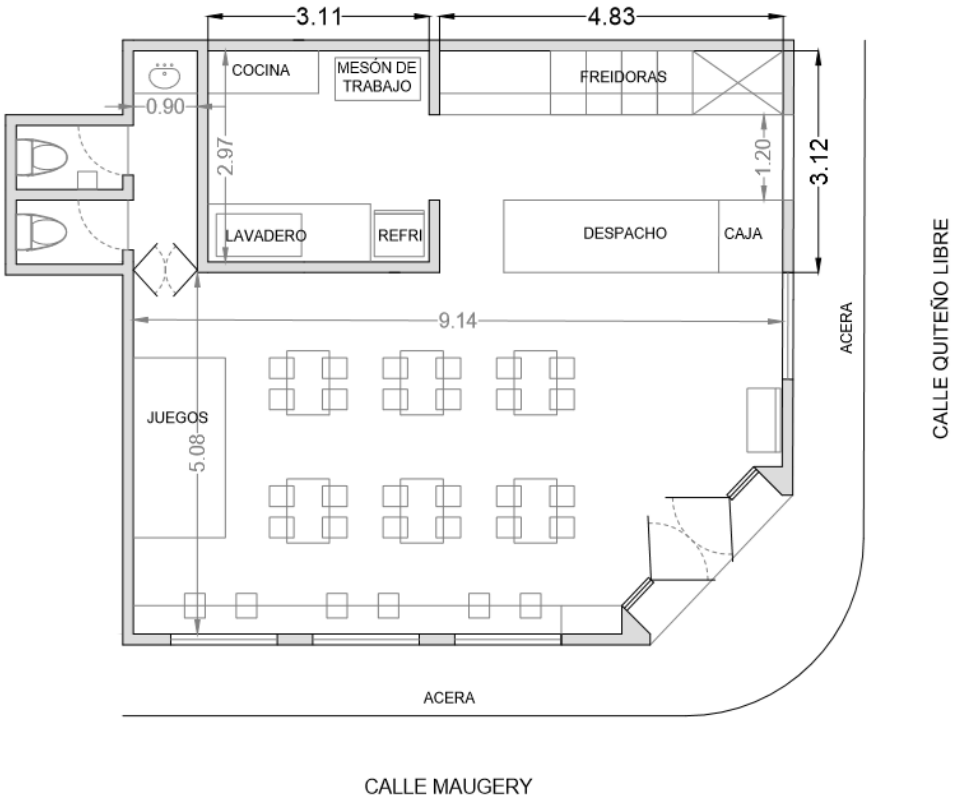
El espacio a ocupar por el restaurante es de 74,95 m^2 (8,20 m de largo por 9,14 m de ancho) en un local comercial ubicado en la intersección de las calles José Maugeri y Quiteño Libre, al ingreso a la parroquia.

El local comercial es el siguiente:

Gráfico 5.6: Local comercial.



Gráfico 5.7: Distribución de planta.



Fuente: Elaboración propia.

El local comercial abastece la demanda de clientes proyectada al día y está distribuido de tal forma que los empleados trabajen eficientemente y brinden un buen servicio.

5.10. Estudio Económico

- **Inversión Inicial**

Es importante establecer la inversión inicial dentro de la implementación de una nueva empresa, en este caso abrir la franquicia, por lo que se considera principalmente los costos de equipamiento de las cuatro áreas.

La inversión inicial del punto franquiciado se conforma por los costos totales de la infraestructura:

Tabla 5.10: Inversión inicial

Inversión Inicial	
Detalle	**Total**
Equipamiento área de cocina	$ 19.532
Equipamiento área de restaurant	$ 4.574
Equipamiento área de área fría	$ 3.995
Equipamiento área de juegos	$ 435
Total	**$ 28.536**

Fuente: Elaboración propia.

- **Capital de Trabajo**

Para iniciar las actividades el capital de trabajo necesario para el primer año está conformado por los determinados costos y gastos totales, mismos que se detallan a continuación:

Tabla 5.11: Capital de trabajo

Capital de Trabajo	
Detalle	**Total Anual**
Mano de Obra	$ 24.639,84
Insumos	$ 19.494,00
Servicios Básicos	$ 1.440,00
Otros Gastos	$ 831,00
TOTAL	**$ 46.404,84**

Fuente: Elaboración propia

- **Mano de Obra**

Al referirnos a la mano de obra necesaria para empezar las actividades, se tiene:

Tabla 5.12: Mano de obra

Rol de pagos

Cargo	Sueldo	AP 12,15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	FR 8,33%	Vacaciones	Total mensual	Año 1
Cajero	386	46,89	32,17	32,17	0	16,10	513,33	6159,96
Salonero	386	46,89	32,17	32,17	0	16,10	513,33	6159,96
Brosterizador	386	46,89	32,17	32,17	0	16,10	513,33	6159,96
Cocinero	386	46,89	32,17	32,17	0	16,10	513,33	6159,96
Total	1544	187,56	128,68	128,68	0	64,40	2053,32	24639,84

Fuente: Elaboración propia

- **Insumos**

La materia prima necesaria para el primer año de funcionamiento de la franquicia es:

Tabla 5.13: Insumos

Detalle	Cantidades **diarias**	**Cantidad mensual**	**Unidad**	**Costo unitario**	**Costo mensual**	**Año 1**
Pollo	10	300	Unid.	6,00	1800,00	21600,00
Tomate	0,1	3	cajón	0,50	1,50	18,00
Lechuga	0,05	1,5	cajón	0,15	0,23	2,70
Papa	1	30	qq	10,00	300,00	3600,00
Arroz	0,1	3	qq	5,00	15,00	180,00
Menestra	1	30	lb	20,00	600,00	7200,00
Ají	0,05	1,5	lb	0,50	0,75	9,00
Salsa de Tomate	1	30	gl	4,00	120,00	1440,00
Mayonesa	3	90	Gl	7,00	630,00	7560,00
Mostaza	0,2	6	Gl	1,00	6,00	72,00
		TOTAL			3473,48	41681,70

Fuente: Elaboración propia.

- **Servicios Básicos**

Como apoyo se menciona además los servicios básicos indispensables para el funcionamiento de los indumentarios y áreas del negocio, estos son:

Tabla 5.14: Servicios básicos

Detalle	Unidades	Mensual	Año 1
Energía Eléctrica	Kw/h	50,00	600,00
Agua	m3	10,00	120,00
Teléfono	min.	10,00	120,00
Cable e Internet	kgbs	50,00	600,00
TOTAL		120,00	1440,00

Fuente: Elaboración propia.

- **Otros Gastos**

Dentro de otros gastos, se considera el arriendo del local y los gastos de constitución:

Tabla 5.15: Otros gastos

Otros Gastos			
Detalles	**Costo unitario**	**Gasto Total Mensual**	**Gasto Anual**
Gastos de Funcionamiento		831,00	831,00
Patente	60,00		
Permisos de Bomberos	1,00		
Permiso de Letrero	60,00		
Uso de Suelo	100,00		
Permiso del Ministerio de Salud	60,00		
Gastos de Constitucion	100,00		
Personal	200,00		
Uniformes	250,00		
Total		831,00	831,00

Fuente: Elaboración propia.

- **Requerimiento Financiero**

El requerimiento financiero, se obtiene con la suma de la inversión inicial y el capital de trabajo, este rubro permite cubrir el funcionamiento del negocio dentro de su primer año:

Tabla 5.16: Requerimiento financiero

Detalle	Total
Inversionista 1	49940,84
Intersionista 2	15000,00
Crédito bancario en	10000,00
TOTAL	74940,84

Fuente: Elaboración propia.

- **Financiamiento**

La inversión total para iniciar las actividades de la franquicia de *Fast Chiken* en Pinllo, necesita de $74940,84 que se obtiene apoyo de los dueños de la marca con el 67%, seguido de los nuevos propietarios de la franquicia con la participación del 20% y, para complementar se realiza un prestamos del 13% restante en la Cooperativa San

Bartolomé de Pinllo, porque es una cooperativa de la cual se forma parte del grupo de socios (núm. 0746), la misma que da las facilidades de crédito (microcrédito) con una tasa de interés anual del 22% a un plazo de 60 meses.

Tabla 5.17: Financiamiento

Detalle	Total
Inversionista 1	58273,00
Inversionista 2	15000,00
Crédito bancario	10000,00
TOTAL	**83273,00**

Fuente: Elaboración propia.

- **Amortización**

  Para ejecutar el préstamo dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Bartolomé, se necesita conocer el interés, capital y las cuotas que se cancelan, por lo que se procede a su detalle a continuación en el anexo 2

5.11. Evaluación Económica

- **Ingresos**

Para proyectar los ingresos y el incremento de los precios de los productos a ofertar en el restaurante, se toma en cuenta el promedio de la inflación de los últimos cinco años, en base a investigaciones en los porcentajes establecidos del consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas en el INEC (4,95%), a partir del cual se establece la proyección en ventas.

Tabla 5.18: Proyección de ingresos

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1/8 de pollo	$ 24.638,40	$25.858,00	$27.137,97	$28.481,30	$ 29.891,13
1/4 de pollo	$ 30.139,20	$31.631,09	$33.196,83	$34.840,07	$36.564,66
1/2 de pollo	$ 53.539,20	$56.189,39	$58.970,77	$61.889,82	$ 64.953,36
1 Pollo	$104.757,12	$109.942,60	$115.384,76	$121.096,30	$127.090,57
TOTAL	**$ 213.073,92**	**$ 223.621,08**	**$234.690,32**	**$246.307,49**	**$258.499,71**

Fuente: Elaboración Propia

- **Egresos**

Para la proyección de los egresos, se toma en cuenta la tasa pasiva referencial otorgada por Banco Central del Ecuador (BCE 13 de marzo de 2018), la misma que es 5,06%

Tabla 5.19: Proyección de Egresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	24639,84	25886,62	27196,48	28572,62	30018,40
Empresa Eléctrica	600,00	630,36	662,26	695,77	730,97
Agua	120,00	126,07	132,45	139,15	146,19
Cable e Internet	600,00	630,36	662,26	695,77	730,97
Arriendo	24639,84	25886,62	27196,48	28572,62	30018,40
Gastos de Funcionamiento	831	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital del Préstamo	2000,00	2101,20	2207,52	2319,22	2436,57
Gastos Varios					
Teléfono	120,00	126,07	132,45	139,15	146,19
Insumos	41681,70	43790,79	46006,61	48334,54	50780,27
Interés Préstamos	2180,61	2290,95	2406,87	2528,66	2656,61
TOTAL	**97412,99**	**101469,04**	**106603,37**	**111997,50**	**117664,58**

Fuente: Elaboración Propia

- **Flujo Neto de Fondos**

Calculado los ingresos y egresos anuales de la franquicia, se elabora el estudio del flujo neto de fondos o flujo de caja, análisis que permite medir la rentabilidad existente. Es necesario mencionar que para estos cálculos, se debe restar los ingresos de los egresos, a fin de lograr medir el impacto de la deuda.

Tabla 5.20: Flujo Neto de Fondos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	$ 213.073,92	$ 223.621,08	$ 234.690,32	$ 246.307,49	$ 258.499,71
Egresos	$ 97.412,99	$ 101.469,04	$ 106.603,37	$ 111.997,50	$ 117.664,58
Utilidad Bruta	**$ 115.660,93**	**$ 122.152,04**	**$ 128.086,95**	**$ 134.309,99**	**$ 140.835,14**
15% Trabajadores	17349,1395	18322,80605	19213,04256	20146,49861	21125,2707
Base Imponible	**$ 98.311,79**	**$ 103.829,23**	**$ 108.873,91**	**$ 114.163,49**	**$ 119.709,87**
Porcentaje IR	$ -	$ 0,15	$ 0,20	$ 0,25	$ 0,30
Impuestos a la Renta	$ -	$ 15.574,39	$ 21.774,78	$ 28.540,87	$ 35.912,96
UTILIDAD NETA	**$ 98.311,79**	**$ 88.254,85**	**$ 87.099,13**	**$ 85.622,62**	**$ 83.796,91**
UTILIDAD SOBRE VENTAS	**46%**	**39%**	**37%**	**35%**	**32%**

Fuente: Elaboración Propia

- **Punto de Equilibrio**

Se lo determina cuando los ingresos y costos son iguales, es decir aquel punto o valor en el que la franquicia no pierde, ni gana:

Tabla 5.21: Punto de Equilibrio

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Fijo	53430,68	56075,50	58851,24	61764,37	64821,71
Costo Variable	21794,61	22873,44	24005,68	25193,96	26441,06
Ingresos	213073,92	223621,08	234690,32	246307,49	258499,71
P.E MONETARIO	**59518,64**	**62464,81**	**65556,82**	**68801,88**	**72207,58**
Precio Promedio	7,49	7,49	7,49	7,49	7,49
P.E. Unidades	**7946**	**8340**	**8753**	**9186**	**9641**

Fuente: Elaboración Propia

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Un indicador, importante de calcular es el Valor Presente Neto (VAN), el cual determina un número de flujos de caja futuros que se origina en base a una inversión.

Para realizar este cálculo, es importante identificar principalmente la TMAR (Tasa mínima aceptación de rendimiento de retorno), misma que se obtiene de la suma de la Tasa pasiva referencial y el EMBI (Tasa de riesgo país) establecida por el BCE

TMAR= Tasa de interés pasiva **+** EMBI **+** (Tasa de interés pasiva* EMBI)

Tabla 5.22: TMAR

Interes		
Detalle	**Porcentaje**	**Coeficiente**
Tasa Pasiva 15-02-2018	5,06%	0,0506
Riesgo País 15-02-2018	5,09%	0,0509

Fuente: (BCE, 13 de marzo, 2018)

TMAR= 5,06 + 5,09 + (0,0506 * 0,0509)

TMAR= 10,15%.

El porcentaje de interés que sirve para el análisis del VAN, en base a los datos calculados para el año 2018, es 10,15%.

Aplicando el coeficiente del TMAR a la fórmula del VAN se obtiene:

$$VAN = -I.I + \frac{FnF1}{(1+i)^1} + \frac{FnF2}{(1+i)^2} + \frac{FnF3}{(1+i)^3} + \frac{FnF4}{(1+i)^4} + \frac{FnF5}{(1+i)^5}$$

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	98.311,79	88.254,85	87.099,13	85.622,62	83.796,91
VAN					$ 355.550,49
$ 384.086,49					

VAN= $ 384.086,49

Al analizar los $ 384.086,49 representa que la inversión tendrá ganancia sobre la rentabilidad en base a la siguiente explicación:

- VAN>0, la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida, es decir, el proyecto es factible.
- VAN<0, la inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida, el proyecto no es factible.
- VAN=0, la inversión no producirá ni ganancias ni pérdidas.

Es decir, el proyecto de inversión es viable económicamente debido a que la rentabilidad de la inversión es mayor que la tasa de rechazo. En consecuencia, la condición del proyecto es factible.

- **Tasa Interna de retorno (TIR)**

Para la ejecución de la Tasa Interna de Retorno, lo primero en realizar es el cálculo del interés, por medio de la siguiente fórmula:

$$TIR = -I.I + \frac{FnF1}{(1+i)^1} + \frac{FnF2}{(1+i)^2} + \frac{FnF3}{(1+i)^3} + \frac{FnF4}{(1+i)^4} + \frac{FnF5}{(1+i)^5} = 0$$

Tabla 5.23: TIR

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	98.311,79	88.254,85	87.099,13	85.622,62	83.796,91
TIR			**335,95%**		
		0,00			

Fuente: Elaboración Propia

Debido a que la inversión del proyecto no es muy alta, en virtud que la franquicia "*FAST CHICKEN*" ya tiene un prestigio en el mercado, por tanto, la tasa de Retorno es muy elevada, ya que alcanza 335.95%, lo que refleja que este negocio es muy rentable y la inversión se recuperara de manera inmediata, manteniendo el sabor y la calidad de servicio, dentro del nuevo punto de venta.

- **Relación Beneficio-Costo**

La relación Beneficio/Costo, se lo obtiene mediante la división del VAN de los ingresos para el VAN de los egresos, de esta manera:

Tabla 5.24: Relación Beneficio-Costo

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	$ 213.073,92	$ 223.621,08	$ 234.690,32	$ 246.307,49	$ 258.499,71
VAN INGRESOS			$ 851.553,43		
$ 880.089,43					
Inversión inicial	**Flujo 1**	**Flujo 2**	**Flujo 3**	**Flujo 4**	**Flujo 5**
$ (28.536,00)	97412,99	101469,04	106603,37	111997,50	117664,58
VAN EGRESOS			$ 371.941,38		
$ 400.477,38					

$$Costo\ beneficio = \frac{Van\ ingresos}{Vanegresos} = 2.29$$

Fuente: Elaboración Propia

Este estudio, refleja que por cada dólar vendido, se obtiene de utilidad $1,29, es decir que el proyecto sea sumamente rentable.

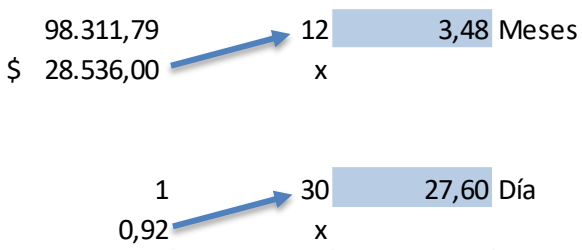
- ***Payback Period***

Este cálculo, permite determinar el tiempo, en años, meses y días que se recupera la inversión inicial

$$Pay\ Back = -Inversión\ Inicial + Fondo\ Neto\ de\ Fondo$$

Tabla 5.25: Pay Black

Inv. Inicial	Flujo neto de Fondos	Pay Back	
$ (28.536,00)	98.311,79	$ 69.775,79	Año 1
$ (28.536,00)	88.254,85	$ 59.718,85	Año 2
$ (28.536,00)	87.099,13	$ 58.563,13	Año 3
$ (28.536,00)	85.622,62	$ 57.086,62	Año 4
$ (28.536,00)	83.796,91	$ 55.260,91	Año 5



Fuente: Elaboración Propia

Lo que repuesta que la inversión será recuperada en 3 meses, con 27 días.

- **Análisis de Sensibilidad**

Dentro de este análisis, se establece dos escenarios: el optimista y el pesimista:

- **Escenario Optimista**

Para el cálculo de los ingresos optimista se toma en cuenta el promedio de las tasas de inflación en Ambato, duplicando de 4,95% a 9,9%.

Tabla 5.26: Ingresos Optimista

Ingreso Optimista					
Producto	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
1/8 de pollo	27077,6016	29758,2842	32704,3543	35942,0854	39500,3518
1/4 de pollo	33122,9808	36402,1559	40005,9693	43966,5603	48319,2498
1/2 de pollo	58839,5808	64664,6993	71066,5045	78102,0885	85834,1952
1 Pollo	115128,075	126525,754	139051,804	152817,933	167946,908
TOTAL	216270,029	219514,079	222806,79	226148,892	229541,126
		Inflacion	**Inflación duplicada**		
		4,95%	9,9%		

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, para el cálculo de los egresos optimista se toma en cuenta la tasa pasiva referencial proporcionada por el BCE, pasando de 5,06 a 2,53%, es decir la mitad de la misma:

Tabla 5.27: Egresos Optimista

	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Sueldos	25263,23	25902,39	26557,72	27229,63	27918,54
energía Eléctrica	615,18	630,74	646,70	663,06	679,84
Agua	123,04	126,15	129,34	132,61	135,97
Cable e Internet	615,18	630,74	646,70	663,06	679,84
Arriendo	25263,23	25902,39	26557,72	27229,63	27918,54
Gastos de Funcionamiento	852,02	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital del Préstamo	2050,60	2102,48	2155,67	2210,21	2266,13
		Costo Variable			
Teléfono	123,04	126,15	129,34	132,61	135,97
Insumos	19786,41	20287,01	20800,27	21326,51	21866,08
Interés Préstamos	2213,32	2269,32	2326,73	2385,60	2445,95
TOTAL	**76905,24**	**77977,36**	**79950,19**	**81972,93**	**84046,85**

Fuente: Elaboración Propia

Se obtiene como resultado el siguiente flujo neto de fondos:

Tabla 5.28: Flujo neto de fondo Optimista

Detalle	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ingresos	216270,03	219514,08	222806,79	226148,89	229541,13
Egresos	**76905,24**	**77977,36**	**79950,19**	**81972,93**	**84046,85**
Utilidad Bruta	**139364,79**	**141536,72**	**142856,60**	**144175,96**	**145494,28**

15% Trabajadores	20904,72	21230,51	21428,49	21626,39	21824,14
Base Imponible	**118460,07**	**120306,21**	**121428,11**	**122549,57**	**123670,14**
Porcentaje IR	0,00	0,15	0,20	0,25	0,30
Impuestos a la Renta	0,00	18045,93	24285,62	30637,39	37101,04
UTILIDAD NETA	**118460,07**	**102260,28**	**97142,49**	**91912,18**	**86569,10**
UTILIDAD SOBRE VENTAS	**55%**	**47%**	**44%**	**41%**	**38%**

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al cálculo del VAN

$$VAN = -I.I + \frac{FnF1}{(1+i)^1} + \frac{FnF2}{(1+i)^2} + \frac{FnF3}{(1+i)^3} + \frac{FnF4}{(1+i)^4} + \frac{FnF5}{(1+i)^5}$$

Tabla 5.29: VAN Optimista

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	**118460,069**	**102260,277**	**97142,4878**	**91912,1756**	**86569,0966**
VAN			$ 351.801,35		
$ 380.337,35					

VAN= $380.337,35

Al analizar los $ 380.337,35 representa que la inversión inicial tendrá un excedente, es decir el proyecto es factible.

TIR

$$TIR = -I.I + \frac{FnF1}{(1+i)^1} + \frac{FnF2}{(1+i)^2} + \frac{FnF3}{(1+i)^3} + \frac{FnF4}{(1+i)^4} + \frac{FnF5}{(1+i)^5} = 0$$

Tabla 5.30: TIR Optimista

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	**118460,069**	**102260,277**	**97142,4878**	**91912,1756**	**86569,0966**
TIR			402,86%		
		0,00			

Fuente: Elaboración Propia

La tasa de Retorno es muy elevada, alcanza 402,86%, lo que refleja que este negocio es muy rentable y la inversión se recuperara de manera inmediata, manteniendo el sabor y la calidad de servicio, dentro del nuevo punto de venta.

Tabla 5.31 Análisis Beneficio-Costo Optimista

Interés		
Detalle	**Porcentaje**	**Coeficiente**
Tasa Pasiva 15-02-2018	5,06%	0,0506
Riesgo País 15-02-2018	5,09%	0,0509
Tmar	10,15%	0,1015

Inversión inicial	**Flujo 1**	**Flujo 2**	**Flujo 3**	**Flujo 4**	**Flujo 5**
$ (28.536,00)	216270,029	219514,079	222806,79	226148,892	229541,126
VAN INGRESOS			$ 810.625,55		
$ 839.161,55					

Inversión inicial	**Flujo 1**	**Flujo 2**	**Flujo 3**	**Flujo 4**	**Flujo 5**
$ (28.536,00)	76905,24	77977,36	79950,19	81972,93	84046,85
VAN EGRESOS			$ 272.890,42		
$ 301.426,42					

Costo Beneficio	$	2,97

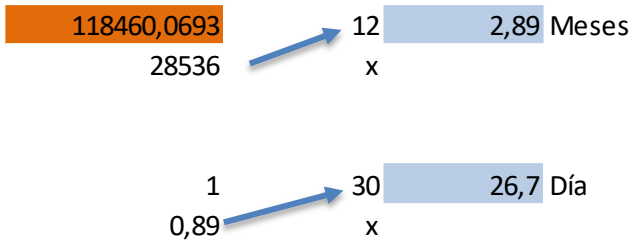
Fuente: Elaboración Propia

Dentro de este escenario se considera que, por cada dólar vendido, tendremos 1,97 de ganancia

Finalmente, con respecto al *Payback* para este escenario:

Tabla 5.32: Pay Back Optimista

Inv. Inicial	Flujo neto de Fondos	Pay Back	
$ (28.536,00)	118460,069	$ 89.924,07	Año 1
$ (28.536,00)	102260,277	$ 73.724,28	Año 2
$ (28.536,00)	97142,4878	$ 68.606,49	Año 3
$ (28.536,00)	91912,1756	$ 63.376,18	Año 4
$ (28.536,00)	86569,0966	$ 58.033,10	Año 5



Fuente: Elaboración Propia

Es decir que la inversión en este escenario se recupera en 2 meses, con 26 días.

- **Escenario Pesimista**

Para el cálculo de los ingresos pesimista no se realiza ningún incremento, es decir supondremos que los ingresos se mantienen

Tabla 5.33: Ingresos Pesimista

Ingreso Pesimista					
Producto	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
1/8 de pollo	25248,2	25872,8	26512,9	27168,9	27841,0
1/4 de pollo	30885,1	31649,2	32432,2	33234,6	34056,8
1/2 de pollo	54864,3	56221,6	57612,6	59037,9	60498,5
1 Pollo	107349,9	110005,7	112727,2	115516,1	118374,0
TOTAL	213073,9	223621,1	234690,3	246307,5	258499,7

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, para el cálculo de los egresos optimistas se toma en cuenta la tasa pasiva referencial proporcionada por el BCE, pasando de 5,06% a 10,12%, es decir la aumenta de la misma:

Tabla 5.34: Egresos Pesimista

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	27133,39	29879,29	32903,08	36232,87	39899,63
energía Eléctrica	660,72	727,58	801,22	882,30	971,59
Agua	132,14	145,52	160,24	176,46	194,32
Cable e Internet	660,72	727,58	801,22	882,30	971,59
Arriendo	27133,39	29879,29	32903,08	36232,87	39899,63
Gastos de Funcionamiento	915,10	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital del Préstamo	2202,40	2425,28	2670,72	2941,00	3238,63
		Costo Variable			
Teléfono	132,14	145,52	160,24	176,46	194,32
Insumos	21466,79	23639,23	26031,52	28665,91	31566,90
Interés Préstamos	2401,29	2644,30	2911,90	3206,59	3531,09
TOTAL	**82838,09**	**90213,60**	**99343,22**	**109396,75**	**120467,70**

Fuente: Elaboración Propia

Se obtiene como resultado el siguiente flujo neto de fondos:

Tabla 5.35: Flujo neto de fondos Pesimista

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	213073,92	223621,08	234690,32	246307,49	258499,71
Egresos	**82838,09**	**90213,60**	**99343,22**	**109396,75**	**120467,70**
Utilidad Bruta	**130235,83**	**133407,48**	**135347,11**	**136910,74**	**138032,01**
15% Trabajadores	19535,37	20011,12	20302,07	20536,61	20704,80
Base Imponible	**110700,46**	**113396,36**	**115045,04**	**116374,13**	**117327,21**
Porcentaje IR	0,00	0,15	0,20	0,25	0,30
Impuestos a la Renta	0,00	17009,45	23009,01	29093,53	35198,16
UTILIDAD NETA	**110700,46**	**96386,90**	**92036,03**	**87280,60**	**82129,05**
UTILIDAD SOBRE VENTAS	**52%**	**43%**	**39%**	**35%**	**32%**

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al cálculo del VAN

$$VAN = -I.I + \frac{FnF1}{(1+i)^1} + \frac{FnF2}{(1+i)^2} + \frac{FnF3}{(1+i)^3} + \frac{FnF4}{(1+i)^4} + \frac{FnF5}{(1+i)^5}$$

Tabla 5.36: VAN Pesimista

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	**110700,456**	**96386,9044**	**92036,033**	**87280,5999**	**82129,0488**
VAN			$ 330.210,61		
$ 358.746,61					

Fuente: Elaboración Propia

VAN= $ 358.746,61

Al analizar los $ 358.746,61 representa que la inversión tendrá ganancia sobre la rentabilidad, es decir el proyecto es factible.

TIR

$$TIR = -I.I + \frac{FnF1}{(1+i)^1} + \frac{FnF2}{(1+i)^2} + \frac{FnF3}{(1+i)^3} + \frac{FnF4}{(1+i)^4} + \frac{FnF5}{(1+i)^5} = 0$$

Tabla 3: TIR Pesimista

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	**110700,456**	**96386,9044**	**92036,033**	**87280,5999**	**82129,0488**
TIR			376,43%		
		0,00			

Fuente: Elaboración Propia

La tasa de Retorno es muy elevada, ya que alcanza 376,43%, lo que refleja que este negocio es muy rentable y la inversión se recuperara de manera inmediata, manteniendo el sabor y la calidad de servicio, dentro del nuevo punto de venta.

Tabla 5.37: Análisis Beneficio-Costo Pesimista

Detalle	Porcentaje	Coeficiente
Tasa Pasiva 15-02-2018	5,06%	0,0506
Riesgo País 15-02-2018	5,09%	0,0509
Tmar	10,15%	0,1015

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	213073,92	223621,079	234690,322	246307,493	258499,714
VAN INGRESOS			$ 851.553,43		
$ 880.089,43					

Inversión inicial	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3	Flujo 4	Flujo 5
$ (28.536,00)	82838,09	90213,60	99343,22	109396,75	120467,70
VAN EGRESOS			$ 343.962,41		
$ 372.498,41					

Costo Beneficio	$ 2,48

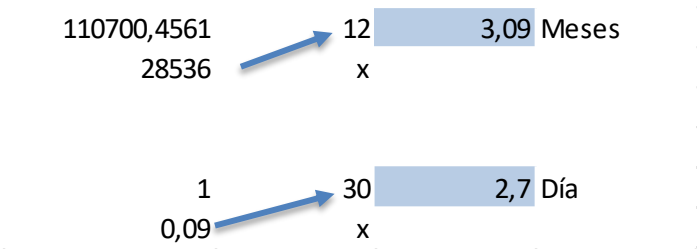
Fuente: Elaboración Propia

Lo que representa que, por cada dólar vendido, se obtiene 1,48 de ganancia

Finalmente, con respecto al *Payback* para este escenario:

Tabla 5.38: Pay Back Pesimista

Inv. Inicial	Flujo neto de Fondos	Pay Back	
$ (28.536,00)	110700,46	$ 82.164,46	Año 1
$ (28.536,00)	96386,90	$ 67.850,90	Año 2
$ (28.536,00)	92036,03	$ 63.500,03	Año 3
$ (28.536,00)	87280,60	$ 58.744,60	Año 4
$ (28.536,00)	82129,05	$ 53.593,05	Año 5



Fuente: Elaboración Propia

Es decir que la inversión en este escenario se recupera en 3 meses, con 2 días.

Tabla Resume

Tabla 5.39: Resumen de Escenarios

ESCENARIO	VAN	TIR	COSTO-BENEFICIO	PAY BACK
Normal	$ 355.550,49	335,95%	2,29	3 meses y 27 días
Pesimista	$ 330.210,61	376,43%	2,48	3 meses y 02, días
Optimista	$ 351.801,35	404,98%	2,97	2 meses y 26 días

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar los tres escenarios, se considera más oportuno tomar considerar el optimista ya que la inversión es recuperada en 2 meses con 26 días y por cada dólar vendido una utilidad de 1,97.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Al desarrollar el estudio de mercado, técnico, y sobre todo el financiero, por medio de las diferentes fórmulas que determinan si el proyecto es factible, se describe que el periodo de recuperación de la inversión es corto, por tal razón se puede acceder a implementarlo.

- En base a la investigación realizada se elabora el marco teórico, y se procede a aplicar cada formula de la temática tratada a fin de establecer un estudio económico, técnico y financiero para conocer la rentabilidad de la empresa en el Sector de Pinllo

- Se determina que la rentabilidad de la empresa es positiva y permite tener grandes utilidades a corto plazo, esto se debe además a que dentro de la parroquia no se detecta competencia

6.2. Recomendaciones

- Establecer de manera adecuada todos los escenarios tanto actual, optimista, pesimista del cálculo del Pay-Back, con el fin de identificar si el proyecto es rentable y el tiempo en el que se recupera la inversión, mismo que es necesario realizarlo anualmente a fin de determinar además falencias para su pronta corrección.

- Asignar y capacitar al encargado del análisis técnico, económico y financiero sobre los manejos y el control de las diferentes áreas de la empresa, con el fin de conocer la rentabilidad y el tiempo de recuperación de la inversión.

- Buscar siempre la rentabilidad de la empresa, aumenta la eficiencia a fin de mantener al cliente satisfecho y buscar ir un paso más delante de la competencia por medio de los servicios, productos de calidad y mantener el sabor tradicional.

Bibliografía

Baca G. (2013). *Evaluación de Proyecto.* Mexico: McGraw-Hill.

Charvet N. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de atención integral de psicología clínica infantil en la ciudad de Ambato.* Ecuador.

Congreso Nacional Ley orgánica de defensoría del consumidor. (2000). Obtenido de http://www.cetid.abogados.ec/archivos/95.pdf

Córdoba M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Colombia.

De la Torre J. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión.*

Díaz N. (2009). *Proyectos: formulación y criterios de evaluación.* Colombia.

Fernández R. (2009). *Segmentación de mercados.* México.

Flórez Juan. (2010). *Proyectos de inversión para las PYMES: creación* .

Méndez R. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos Enfoque para emprendedores.* Bogotá: Icontec.

Méndez R. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos: Enfoqué para emprendedores.* Colombia: Icontec.

Ministerio de Salud Pública. (2013). *Reglamento de Registro y Control sanitario de alimentos procesados*. Obtenido de http://www.controlsanitario.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/09/REGLAMENTO-DE-REGISTRO-Y-CONTROL-SANITARIO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-Acuerdo-No.00004871.pdf

Morales A. & Morales J. (2009). *Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación.* . México: Mc Graw Hill.

Municipalidad de Ambato. (2015). *Ordenanzas Municipales*. Obtenido de http://gadmatic.ambato.gob.ec/infoambato/ordenanzas.php

Murcia J. Diaz N. Medellín V. Y Otros. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación.* . Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.

Noboa G. (2000). *Decreto Ejecutivo 3253*. Obtenido de http://www.epmrq.gob.ec/images/lotaip/leyes/rbpm.pdf

Rodríguez V. Bao R. & Cárdenas L. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* México.

Sapag N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación.*

Anexo 1: Encuesta

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Encuesta para poder evaluar la factibilidad de la creación de una nueva sucursal de la franquicia “FAST CHICKEN” en la parroquia san Bartolomé de Pinllo.

Objetivo de la encuesta:

Conocer cuál es la demanda actual en San Bartolomé de Pinllo, para de esta manera poder deducir la demanda insatisfecha.

Dirigido a: Hombres y mujeres que habitan y transitan la parroquia San Bartolomé de Pinllo, con rangos de edad entre (18 a 60 años).

Tiempo: 2 minutos aproximadamente.

Tipo de encuesta

ENCUESTA DE MERCADO

Dirigido a: Personas de género masculino y femenino entre los 18 a 60 años de edad y que viven o circulan por el sector central de la parroquia San Bartolomé de Pinllo.

Objetivo: Conocer las preferencias del consumidor de comida rápida en el mercado parroquial.

Tiempo Estimado: 2 minutos.

1. **Seleccione su rango de edad**

18 – 24	
25 – 29	
30 – 34	
35 - 39	
40 – 44	
45 - 49	
50 – 54	
55 – 60	

2. **¿Consume Pollo broaster?**

   Si ☐ No ☐

3. **¿Cree Ud. que hace falta un restaurant de pollo broaster en el sector de Pinllo?**

   Si ☐ No ☐ Tal vez ☐

4. **¿La apertura de un restaurant de pollo broaster en este sector facilitaría de manera favorable a su vida cotidiana?**

   Mucho ☐ Poco ☐ Nada ☐

5. **¿Con que frecuencia consume Pollo broaster?**

   Una vez por semana ☐

   Dos veces por semana ☐

   Cada quince días ☐

   Una vez al mes ☐

   Otro ☐

6. ¿Con cuántas personas acude regularmente a comer Pollo broaster?

Solo ☐

Una persona ☐

Dos personas ☐

Más de dos personas ☐

7. De acuerdo a su preferencia, cual es el restaurant de Pollo broaster que más frecuenta en la ciudad de Ambato.

Pollo fino ☐

American pollo ☐

King pollo ☐

Rico pollo ☐

KFC ☐

Otro ☐

8. ¿Cuál es el factor más importante por el cual Ud. prefiere el pollo broaster de ese restaurant? <u>ELIJA UNO</u>.

Precios ☐ Variedad ☐

Calidad y Sabor ☐ Atención al Cliente ☐

Ambiente ☐ Ubicación ☐

Higiene ☐ Otro ☐

9. ¿Qué acompañado prefiere consumir con Pollo broaster?

Papas y ensalada ☐

Arroz y menestra ☐

Otro ☐

10. ¿Cuál es el precio que Ud. pagaría por una Presa de pollo broaster con papas y ensalada?

$2.85 – 2.95 ☐ $2.96 – 3.05 ☐ Más de $3.05 ☐

11. ¿Cuál es el precio que Ud. pagaría por un cuarto de pollo broaster con papas y ensalada?

☐ ☐ ☐

$4.45 – 4.55 $4.56 – 4.65 Más de $4.65

12. ¿Cuál es el precio que Ud. pagaría por medio Pollo broaster con papas y ensalada?

$8.35 – 8.45 ☐ $8.46 – 8.55 ☐ Más de $ 8.55 ☐

13. ¿Cuál es el precio que Ud. pagaría por un pollo broaster con papas y ensalada?

$13.89 – 13.99 ☐ $14.00 – 14.10 ☐ Más de $14.10 ☐

14. ¿Qué otra comida rápida frecuentemente consume?

Papas con nuggets ☐

Salchipapa ☐

Sanduche de pollo ☐

Hamburguesa de pollo ☐

Otro ☐

GRACIAS POR SU COLABORACION!

Anexo 2: Tabla de Amortización

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN BARTOLOME LTDA.

Cantidad Solicitada: 10000.00 Usuario ==> --Fecha---20/02/2018---Hora---11:02:56

1. IDENTIFICACION DEL SOCIO

NOMBRES CEDULA

TABLA DE AMORTIZACION

Monto Crédito 10000.00 Fondo Irrepartible de Reserva 0.00

Monto Acreditado 10000.00

Cuotas 60

# Letras	# Dias	Fecha Inicio	Fecha Fin	Capital	Interes	Seguro	Saldo	Total Letra Cap+Int	Total Letra
1	39.00	21/04/2018	30/05/2018	37.86	238.33	0.00	9962.14	276.19	276.19
2	31.00	30/05/2018	30/06/2018	87.46	188.73	0.00	9874.68	276.19	276.19
3	30.00	30/06/2018	30/07/2018	95.15	181.04	0.00	9779.53	276.19	276.19
4	31.00	30/07/2018	30/08/2018	90.92	185.27	0.00	9688.61	276.19	276.19
5	31.00	30/08/2018	30/09/2018	92.64	183.55	0.00	9595.97	276.19	276.19
6	30.00	30/09/2018	30/10/2018	100.26	175.93	0.00	9495.71	276.19	276.19
7	31.00	30/10/2018	30/11/2018	96.30	179.89	0.00	9399.41	276.19	276.19
8	30.00	30/11/2018	30/12/2018	103.87	172.32	0.00	9295.54	276.19	276.19
9	31.00	30/12/2018	30/01/2019	100.09	176.10	0.00	9195.45	276.19	276.19
10	29.00	30/01/2019	28/02/2019	113.23	162.96	0.00	9082.22	276.19	276.19
11	30.00	28/02/2019	30/03/2019	109.68	166.51	0.00	8972.54	276.19	276.19
12	31.00	30/03/2019	30/04/2019	106.21	169.98	0.00	8866.33	276.19	276.19
13	30.00	30/04/2019	30/05/2019	113.64	162.55	0.00	8752.69	276.19	276.19
14	31.00	30/05/2019	30/06/2019	110.38	165.81	0.00	8642.31	276.19	276.19
15	30.00	30/06/2019	30/07/2019	117.75	158.44	0.00	8524.56	276.19	276.19
16	31.00	30/07/2019	30/08/2019	114.70	161.49	0.00	8409.86	276.19	276.19
17	31.00	30/08/2019	30/09/2019	116.87	159.32	0.00	8292.99	276.19	276.19
18	30.00	30/09/2019	30/10/2019	124.15	152.04	0.00	8168.84	276.19	276.19
19	31.00	30/10/2019	30/11/2019	121.44	154.75	0.00	8047.40	276.19	276.19
20	30.00	30/11/2019	30/12/2019	128.65	147.54	0.00	7918.75	276.19	276.19
21	31.00	30/12/2019	30/01/2020	126.17	150.02	0.00	7792.58	276.19	276.19
22	29.00	30/01/2020	28/02/2020	138.09	138.10	0.00	7654.49	276.19	276.19
23	31.00	28/02/2020	30/03/2020	131.18	145.01	0.00	7523.31	276.19	276.19
24	31.00	30/03/2020	30/04/2020	133.67	142.52	0.00	7389.64	276.19	276.19
25	30.00	30/04/2020	30/05/2020	140.71	135.48	0.00	7248.93	276.19	276.19
26	31.00	30/05/2020	30/06/2020	138.86	137.33	0.00	7110.07	276.19	276.19
27	30.00	30/06/2020	30/07/2020	145.84	130.35	0.00	6964.23	276.19	276.19

28	31.00	30/07/2020	30/08/2020	144.26	131.93	0.00	6819.97	276.19	276.19
29	31.00	30/08/2020	30/09/2020	146.99	129.20	0.00	6672.98	276.19	276.19
30	30.00	30/09/2020	30/10/2020	153.85	122.34	0.00	6519.13	276.19	276.19
31	31.00	30/10/2020	30/11/2020	152.69	123.50	0.00	6366.44	276.19	276.19
32	30.00	30/11/2020	30/12/2020	159.47	116.72	0.00	6206.97	276.19	276.19
33	31.00	30/12/2020	30/01/2021	158.60	117.59	0.00	6048.37	276.19	276.19
34	29.00	30/01/2021	28/02/2021	169.00	107.19	0.00	5879.37	276.19	276.19
35	30.00	28/02/2021	30/03/2021	168.40	107.79	0.00	5710.97	276.19	276.19
36	31.00	30/03/2021	30/04/2021	168.00	108.19	0.00	5542.97	276.19	276.19
37	30.00	30/04/2021	30/05/2021	174.57	101.62	0.00	5368.40	276.19	276.19
38	31.00	30/05/2021	30/06/2021	174.49	101.70	0.00	5193.91	276.19	276.19
39	30.00	30/06/2021	30/07/2021	180.97	95.22	0.00	5012.94	276.19	276.19
40	31.00	30/07/2021	30/08/2021	181.22	94.97	0.00	4831.72	276.19	276.19
41	31.00	30/08/2021	30/09/2021	184.66	91.53	0.00	4647.06	276.19	276.19
42	30.00	30/09/2021	30/10/2021	190.99	85.20	0.00	4456.07	276.19	276.19
43	31.00	30/10/2021	30/11/2021	191.77	84.42	0.00	4264.30	276.19	276.19
44	30.00	30/11/2021	30/12/2021	198.01	78.18	0.00	4066.29	276.19	276.19
45	0.00	30/12/2021	30/12/2021	276.19	0.00	0.00	3790.10	276.19	276.19
46	31.00	30/12/2021	30/01/2022	204.39	71.80	0.00	3585.71	276.19	276.19
47	59.00	30/01/2022	30/03/2022	146.91	129.28	0.00	3438.80	276.19	276.19
48	0.00	30/03/2022	30/03/2022	276.19	0.00	0.00	3162.61	276.19	276.19
49	31.00	30/03/2022	30/04/2022	216.28	59.91	0.00	2946.33	276.19	276.19
50	30.00	30/04/2022	30/05/2022	222.17	54.02	0.00	2724.16	276.19	276.19
51	31.00	30/05/2022	30/06/2022	224.58	51.61	0.00	2499.58	276.19	276.19
52	30.00	30/06/2022	30/07/2022	230.36	45.83	0.00	2269.22	276.19	276.19
53	31.00	30/07/2022	30/08/2022	233.20	42.99	0.00	2036.02	276.19	276.19
54	31.00	30/08/2022	30/09/2022	237.62	38.57	0.00	1798.40	276.19	276.19
55	30.00	30/09/2022	30/10/2022	243.22	32.97	0.00	1555.18	276.19	276.19
56	31.00	30/10/2022	30/11/2022	246.73	29.46	0.00	1308.45	276.19	276.19
57	30.00	30/11/2022	30/12/2022	252.20	23.99	0.00	1056.25	276.19	276.19
58	31.00	30/12/2022	30/01/2023	256.18	20.01	0.00	800.07	276.19	276.19
59	29.00	30/01/2023	28/02/2023	262.01	14.18	0.00	538.06	276.19	276.19
60	30.00	28/02/2023	30/03/2023	538.06	9.86	0.00	0.00	547.92	547.92

TOTALES ==>	10000.00	6843.13	0.00

Fuente: CSBP, adaptado por el autor de la investigación.