



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TRABAJO DE GRADO

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEL POLLO TEXAS CHICKEN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

**AUTORAS:**

ELSA KATHERINE COBA SANDOVAL.  
ESTRELLA JOANNA COBA SANDOVAL.

**DIRECTOR:**

ING. MANUEL CHILQUINGA J.

Ibarra, Noviembre 2012.

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar “La factibilidad para la apertura de un local del pollo TEXAS CHICKEN en la ciudad de Atuntaqui de la provincia de Imbabura”, está integrado por los siguientes capítulos. **En el Diagnóstico Situacional** se da a conocer los aspectos socio-demográficos de la ciudad de Atuntaqui, así como aspectos históricos, geográficos, económicos y poblacionales del área de estudio, información que sirve para establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del sector objeto como una oportunidad para la apertura de un local de Pollos Texas Chicken. **El Marco Teórico** consta el sustento teórico y de análisis conceptual de los aspectos básicos del presente estudio. **El Estudio de Mercado** comprende el análisis de las diferentes variables como son el producto, precio, plaza y promoción ya que a través de esto se determina que existen oportunidades de posicionarse en el mercado debido a que hay la necesidad de diversificar y satisfacer la demanda alimenticia. **El Estudio Técnico** – Ingeniería del Proyecto indica la localización de la microempresa, determinación del lugar idóneo para la apertura del local del Pollo Texas Chicken y requerimientos técnicos para el funcionamiento de la entidad. **El Estudio Económico** hace referencia a la inversión total requerida para la implementación de este proyecto, se hizo el cálculo de: el costo de oportunidad, tabla de amortización, depreciaciones, elaboración de estados financieros, evaluaciones del VAN, TIR, Periodo de recuperación, punto de equilibrio, indicadores financieros, Análisis EVA y por último el costo beneficio. **La Estructura Organizacional** comprende la razón social, además de la estructura jerárquica y descripción de cada cargo, reglamento interno de trabajo, código de ética y conducta. **En el Análisis de Impactos** se determina la incidencia del proyecto en el aspecto social, económico y ambiental; determinándose así la presencia de incidencias positivas.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present study had the objective determine “The feasibility of opening a store TEXAS CHIKEN in Atuntaqui city in Imbabura province” It is composed of the following chapters. **In the situational analysis** disclosed the demographics aspects of Atuntaqui city, as well as economic aspects and population area of study this information that serves for establish allies, opponents, opportunities, and risks of the sector as an opportunity to order the opening of a Texas Chicken. The theoretical framework consist the theoretical and conceptual analysis of the basic aspects of this present study. Market research include analysis of different variables such as product, price, place and promotion because through determine that there are opportunities to position in the market because there is the need to diversify and meet the demanding existing of food. The technical study - Project Engineering indicates the location of the micro company, determining the suitable location for the opening of the Texas Chicken and the technical requirements for the operation of the entity. The Economic study refers to the total investment required for the implementation of this project, the calculation was made: the opportunity cost, amortization tables, depreciation, financial statement preparation, VAN evaluation, TIR, recovery period, point equilibrium, financial indicators, EVA analysis and finally the cost benefit. The Organizational Structure includes the business name, also the hierarchical structure and the description of each position, deed of constitution, internal regulation of work, code of ethics and conduct. In the Impact analysis determining the impact of the project in the social aspects, economical and environmental; determining the presence of positive impacts.

## AUTORÍA

Estrella Joanna Coba Sandoval con número de C.C. 100271696-5 y Elsa Katherine Coba Sandoval con número de C.C. 100196422-8, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluye en este documento.



---

Estrella Joanna Coba Sandoval  
FIRMA



---

Elsa Katherine Coba Sandoval  
FIRMA

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las Señoras Estrella Joanna Coba Sandoval y Elsa Katherine Coba Sandoval, para optar por el título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEL POLLO TEXAS CHICKEN EN LA CIUDAD DE ATUTAQUI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los veinte y seis días del mes de noviembre del dos mil doce.



Ing. MANUEL CHILQUINGA



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Estrella Joanna Coba Sandoval con número de C.C. 100271696-5 y Elsa Katherine Coba Sandoval con número de C.C. 100196422-8, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE** los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEL POLLO TEXAS CHICKEN EN LA CIUDAD DE ATUTAQUI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA, en la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hagamos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**.

Estrella Joanna Coba Sandoval.  
C.C. 100271696-5

Elsa Katherine Coba Sandoval.  
C.C. 100196422-8



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>Cédula:</b>	100196422-8	<b>Cédula:</b>	100271696-5
<b>Apellidos:</b>	Coba Sandoval	<b>Apellidos:</b>	Coba Sandoval
<b>Nombres:</b>	Elsa Katherine	<b>Nombres:</b>	Estrella Joanna
<b>Teléfono:</b>	0998929228	<b>Teléfono:</b>	0992701022
<b>Email:</b>	estrellajoanna@hotmail.com		
DATOS DE LA OBRA			
<b>Título:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE POLLO TEXAS CHICKEN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA"		
<b>Autoras:</b>	Estrella Joanna Coba Sandoval, Elsa Katherine Coba Sandoval.		
<b>Fecha:</b>	Noviembre de 2012.		
<b>Programa:</b>	Pregrado		
<b>Título por el que opta:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.		
<b>Asesor / Director:</b>	Ing. Manuel Chilinginga		

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Estrella Joanna Coba Sandoval con número de C.C. 100271696-5 y Elsa Katherine Coba Sandoval con número de C.C. 100196422-8, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## **3. CONSTANCIA.**

Las autoras manifiestan que la obra de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de Noviembre del 2012.

### **LAS AUTORAS**



Estrella Joanna Coba Sandoval.  
C.C. 100272696-5



Elsa Katherine Coba Sandoval.  
C.C.100196422-8

### **ACEPTACIÓN**

Lcda. Ximena Vallejo.  
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

## **DEDICATORIA**

Dedicamos el presente trabajo de investigación a nuestra familia.

A nuestros padres, quienes con su ejemplo impecable supieron guiarnos por el camino del bien y gracias a su esfuerzo hoy podemos hacer realidad un sueño.

A nuestros hijos, quienes día a día nos brindan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

Las Autoras.

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento de corazón a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, al personal docente que labora en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, al Ing. Manuel Chiliquinga por su apoyo incondicional, sincero y desinteresado en la dirección y tutoría del presente Trabajo de Grado.

De la misma manera un reconocimiento especial a todas las personas que directa e indirectamente aportaron en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Las Autoras.

## **PRESENTACIÓN**

El presente Trabajo está orientado hacia el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEL POLLO TEXAS CHICKEN EN LA CIUDAD DE ATUTAQUI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que permitirá diversificar y satisfacer las necesidades alimenticias del sector.

A continuación se detalla una síntesis de cada capítulo que comprende el informe final de trabajo de grado.

A través del diagnóstico situacional se logró identificar la situación socio-demográfica actual del contexto en el cual se pretende aperturar un local del Pollo Texas Chicken, cumpliendo con los objetivos generales y específicos, las variable con sus respectivos indicadores, los instrumentos de recolección de información y el diagnóstico externo donde se logró identificar que existe la necesidad de diversificar y satisfacer las necesidades alimenticias del cantón Atuntaqui.

En el marco teórico se establece el fundamento teórico del análisis conceptual de la investigación y de cada uno de los capítulos como son el estudio técnico, estudio de mercado, ingeniería del proyecto, evaluación económica-financiera.

El estudio de mercado contiene la situación actual del mercado, descripción de los productos que se ofrecerán en el local, busca conocer la oferta y demanda permitiendo establecer el precio, principales competidores y estrategias de ventas. Con la información obtenida se conoce que el local del pollo Texas Chicken si cuenta con la aceptación que se esperada.

En el estudio técnico se establece la macro y micro localización del local, así como también el Flujograma de su proceso producto, se determina la inversión requerida, valor de financiamiento, capital de trabajo; necesarias para la puesta en marcha del proyecto.

En el estudio económico se elabora balances: general, de resultados, evolución patrimonial, flujos de caja y el análisis de VAN, TIR, relación costo-beneficio, punto de equilibrio y periodo de recuperación; que facilitan el análisis del proyecto.

Dentro de la estructura organizacional se da a conocer la razón social, objetivos institucionales, valores corporativos, misión, visión, principios, estructura orgánica de la entidad con el respectivo perfil de cada cargo, además el reglamento interno de trabajo; y, código de ética y conducta.

El análisis de impactos permite determinar la incidencia del proyecto en el ámbito social, económico y ambiental, conociendo así que la ejecución del proyecto genera impactos positivos.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### I. SECCIÓN DE PRELIMINARES

Portada	i
Resumen Ejecutivo	ii
Executive Summary	iii
Autoría	iv
Certificación del Asesor	v
Cesión de Derechos de Autor del Trabajo de Grado a favor de la Universidad Técnica del Norte	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice	xiii

### II. CUERPO DEL INFORME

#### CAPÍTULO I

<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</b>	1
Antecedentes	1
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Variables Diagnósticas	4
Indicadores	4
Matriz de Relación Diagnóstica	6
Caracterización Social, Económica y Demográfica.	8
Matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	13
Análisis de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	14

<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>15</b>
La Empresa	15
Definición	15
Clasificación de las empresas	16
Requisitos Legales para el funcionamiento de una empresa	18
Aspectos contables y financieros de una empresa	19
Definición de contabilidad	19
Objetivo de la Contabilidad	19
Obligatoriedad para llevar contabilidad	20
Componentes de los Estados Financieros	21
Bases teóricas para el proyecto	21
Bases teóricas del Mercado	22
La Franquicia	24
Antecedentes históricos de la franquicia	24
Auge de la Franquicia	25
Definición	26
Componentes de una franquicia	27
Franquiciado – Franquiciante	27
Franquiciador – Franquiciatario	28
Inversión	28
Canon de entrada	28
Porcentaje de ventas o royalty	28
Canon de publicidad	29
Amortización de la inversión	29
Contrato de franquicia	29
Obligaciones del franquiciador	30
Obligaciones del franquiciado	31
Tipos de franquicia	32
Franquicia TEXAS CHICKEN	33

<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>35</b>
Presentación	35
Situación actual del mercado	35
Segmentación del mercado	36
Identificación del mercado	36
Identificación de la población	37
Cálculo de la muestra	38
Instrumentos de investigación	38
Evaluación de la información	39
Información de las encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Atuntaqui	39
Información de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan a la ciudad de Atuntaqui	49
Información del censo aplicado a los proveedores	56
Análisis de la demanda	61
Demanda actual	61
Proyección de la demanda	62
Análisis de la oferta	63
Oferta actual	63
Proyección de la oferta	64
Balance entre demanda y oferta	64
Análisis de precios	65
Análisis de comercialización	65
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>67</b>
Economía del tamaño de la empresa	67
Localización del proyecto	68
Ingeniería del proyecto	69
Equipamiento requerido	71
Vida útil del proyecto	73

Valoración de inversiones	73
Fuentes de financiamiento	75
Amortización del préstamo	76
Determinación de costos y gastos del proyecto	77
Determinación de costos	78
Determinación de gastos	79
Ingresos del proyecto	83

## **CAPÍTULO V**

<b>ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	84
Ingresos proyectados	84
Costo y gastos proyectados	85
Estados de resultados proyectados	88
Estado de flujos de caja proyectados	90
Estado de evolución patrimonial proyectado	92
Estado de situación financiera proyectado	94
Evaluación financiera	96
Valor actual neto (VAN).	97
Tasa interna de retorno (TIR)	97
Relación costo - beneficio (RCB)	98
Tiempo de recuperación de la inversión	99
Punto de equilibrio	100
Indicadores financieros	101
Economic Value Added (EVA)	102

## **CAPÍTULO VI**

<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA</b>	103
Denominación de la entidad	103
Importancia de la entidad	103
Beneficiarios	104
Sector Económico	104
Misión, Visión y Valores	104

Objetivos	105
Identificación de Puestos – Organigrama	106
Manual de Funciones	108
Reglamento Interno de Trabajo	119
Código de Ética y Conducta	144
<b>CAPÍTULO VII</b>	
<b>ANÁLISIS DE IMPACTOS</b>	147
Matriz de Evaluación de Impactos	147
Matriz de Evaluación de Impactos Sociales	148
Matriz de Evaluación de Impactos Económicos	149
Matriz de Evaluación de Impactos Ambientales	150
Matriz de Evaluación general de Impactos	151
CONCLUSIONES	153
RECOMENDACIONES	155
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	156
ANEXOS	159

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>	<b>Detalle</b>	<b>Pág.</b>
1	Población de Atuntaqui por grupos de edad y género	8
2	Población de Atuntaqui por género	9
3	Población de Atuntaqui según área y género	9
4	Índice de alfabetización de la población de Atuntaqui	10
5	Composición étnica de la población	10
6	Actividades económicas de la ciudad de Atuntaqui	11
7	Conocimiento de Pollo Texas Chicken	40
8	Apertura de Pollo Texas Chicken en Atuntaqui	41
9	Frecuencia de consumo de Pollo Texas Chicken	42
10	Expectativa de preferencias en el local de Pollo Texas	43
11	Precios de Venta de un Pollo asado Texas Chicken	44
12	Preferencias de producto	45
13	Productos complementarios	46
14	Promociones y/u ofertas	47
15	Ubicación geográfica de Pollos Texas Chicken	48
16	Frecuencia de visita a la ciudad de Atuntaqui	49
17	Razón de visita a la ciudad de Atuntaqui	50
18	Preferencias gastronómicas	51
19	Consumo de Pollo Texas Chicken	52
20	Experiencia en Pollo Texas Chicken	53
21	Precios de Venta de un Pollo asado Texas Chicken	54
22	Apertura de Pollo Texas Chicken en Atuntaqui	55
23	Tiempo de apertura	56
24	Ventas promedio de pollos al día	57
25	Crecimiento anual promedio en número de pollos	58
26	Precio de venta de pollos	59
27	Número de personal empleado	60
28	Demanda actual de pollos asados o broster	61
29	Demanda de turistas de pollos asados o broster	61

30	Proyección de la población económicamente activa	62
31	Proyección de la demanda de pollos de los habitantes locales	62
32	Demanda total de pollos asados o broster por turistas nacionales y extranjeros	63
33	Proyección de pollos asado o broster en la Ciudad de Atuntaqui	64
34	Análisis entre oferta y demanda	65
35	Análisis de inversiones	74
36	Estructura de las inversiones	74
37	Financiamiento	75
38	Costo del pasivo financiero	76
39	Depreciaciones	77
40	Amortizaciones	77
41	Materia Prima Directa	78
42	Mano de Obra Directa	78
43	Costos Indirectos de Fabricación	79
44	Resumen de Costos de Producción	79
45	Sueldos y demás Remuneraciones de Administración	80
46	Gastos de operación de Administración	80
47	Sueldos y demás Remuneraciones de Ventas	81
48	Gastos de operación de Ventas	81
49	Consolidación de costos y gastos del proyecto	82
50	Ingresos del Proyecto	83
51	Ingresos proyectados	84
52	Costo de Materia Prima Directa Proyectada	85
53	Costo de Mano de Obra Directa Proyectada	85
54	Costos Indirectos de Fabricación Proyectado	86
55	Sueldos y demás Remuneraciones de Administración Proyectado	86
56	Gastos de operación de Administración Proyectado	87
57	Sueldos y Beneficios Sociales de Ventas Proyectado	87

58	Gastos de operación de Ventas proyectado	88
59	Estado de Resultados Proyectado	89
60	Estado de Flujos de Caja Proyectados	91
61	Estado de Evolución Patrimonial Proyectado	93
62	Estado de Situación Financiera Proyectado	95
63	Valor Actual Neto	97
64	Costo Beneficio	98
65	Tiempo de recuperación de la inversión	99
66	Punto de Equilibrio	100
67	Indicadores de rentabilidad	101
68	Indicadores de endeudamiento	101
69	Indicadores de solvencia	102
70	Valor Económico Agregado	102
71	Requerimiento de personal	106
72	Matriz de evaluación de Impactos	147
73	Matriz de evaluación de Impactos sociales	148
74	Matriz de evaluación de Impactos económicos	149
75	Matriz de evaluación de Impactos ambientales	150
76	Matriz de evaluación general de impactos	151

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico</b>	<b>Detalle</b>	<b>Pág.</b>
1	Población de Atuntaqui según género y grupos de edad	8
2	Población de Atuntaqui según área	9
3	Clasificación de las empresas	16
4	Conocimiento de Pollo Texas Chicken	40
5	Apertura de Pollos Texas Chicken	41
6	Nivel de consumo de Pollo Texas Chicken	42
7	Preferencias en Pollo Texas Chicken	43
8	Precios de Venta de un Pollo asado Texas Chicken	44
9	Preferencias y gustos	45

10	Complementos	46
11	Promociones y/u ofertas	47
12	Ubicación geográfica de Pollos Texas Chicken en la ciudad de Atuntaqui	48
13	Frecuencia de visita a la ciudad de Atuntaqui	49
14	Motivo de visita a la ciudad de Atuntaqui	50
15	Preferencias gastronómicas	51
16	Consumo de productos Texas Chicken	52
17	Nivel de experiencia en Pollo Texas Chicken	53
18	Precios de Venta de un Pollo asado Texas Chicken	54
19	Apertura de Pollo Texas Chicken en Atuntaqui	55
20	Promedio de Ventas diarias	57
21	Nivel de crecimiento anual	58
22	Promedio de precios de venta	59
23	Personal ocupado	60

### ÍNDICE DE FLUJO

<b>Flujo</b>	<b>Detalle</b>	<b>Pág.</b>
1	Proceso productivo	70

### ÍNDICE DE ORGANIGRAMAS

<b>Organigrama</b>	<b>Detalle</b>	<b>Pág.</b>
1	Estructura funcional basado en el cliente	106
2	Estructura organizacional	107

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.**

A través del diagnóstico situacional se enfocó las características de interés del área donde se implementará el proyecto, resaltando aspectos como: históricos, geográficos, socio-demográficos, actividades económicas y en especial del sector alimenticio en la ciudad de Atuntaqui, los mismos que permitirán determinar la oportunidad de inversión de la nueva empresa.

#### **1.1. ANTECEDENTES.**

En la provincia de Imbabura se encuentra Atuntaqui, ubicada geográficamente a 103 kilómetros al noroeste de Quito, capital del Ecuador, alberga una gran variedad de atractivos naturales y culturales. La ciudad es reconocida a nivel nacional e internacional por la tradición textil iniciada hace casi un siglo con la Fábrica Imbabura.

La ciudad de Atuntaqui está limitada por las parroquias de San Roque, Andrade Marín, San Francisco de Natabuela, San José de Chaltura e Imbaya; dispone de un clima templado, con una temperatura media de 15,4 grados centígrados, lo que promueve el desarrollo de actividades agrícolas en el sector, entre los productos que se cosechan están: maíz, arveja, fréjol; frutas como el aguacate y tomate de árbol.

El crecimiento comercial en los últimos años ha sido muy significativo, la falta de fuentes de trabajo es la causa fundamental para que las personas sean generadoras de sus propios empleos que se ven plasmados en la aparición principalmente de microempresas textiles.

Atuntaqui es considerado el centro industrial de la moda; artesanos y pequeños microempresarios textiles, han forjado las más importantes Ferias Textiles como la Expo Atuntaqui en el mes de febrero y la Moda Verano en agosto, que cada año convocan a miles de turistas nacionales y extranjeros.

Actualmente son 450 pequeñas y medianas empresas y 150 vistosos almacenes que atienden las demandas de la población Imbabureña y turística.

Adicionalmente la ciudad de Atuntaqui es reconocida por su exquisita gastronomía como la fritada de carne de chanco, el cuy frito y los helados de crema, sin embargo es importante considerar la diversidad de gustos existentes en los turistas nacionales, internacionales y la población local, por lo que es necesario que exista un restaurante de alimentos preparados que pueda satisfacer las variadas preferencias.

Durante los últimos años el constante flujo turístico nacional, local e internacional en los fines de semana se ha incrementado de manera significativa, especialmente en los días festivos y ferias textiles, dinamizando la economía en todos los ámbitos. Esta situación genera la necesidad de diversificar los servicios como el de alimentación que se oferta actualmente en la ciudad.

El intenso tráfico que se presenta en esos días de afluencia turística, produce una movilización lenta y cansada entre los cantones de la provincia, ocasionando una pérdida de tiempo para el visitante. El mismo que podría aprovechar para recorrer la ciudad y sus almacenes.

El tiempo se reduce cuando se ve obligado a dejar la ciudad de Atuntaqui para satisfacer su necesidad de alimentación por no encontrar un lugar en los contados locales de comida establecidos cerca de la zona comercial

de la ciudad o en su defecto por ir en busca de otras opciones más saludables y acordes con sus preferencias.

Ante esta situación es necesario que turistas nacionales, internacionales y la población local encuentren en Atuntaqui una gran diversidad de opciones gastronómicas que satisfagan su elemental necesidad de alimentación y de esta manera contribuir al crecimiento del cantón a través de la sustentación del turismo.

## **1.2. OBJETIVOS.**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL.**

- Efectuar un diagnóstico situacional en la ciudad de Atuntaqui con el fin de identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la apertura de un local del pollo TEXAS CHICKEN; destacando características históricas, geográficas, demográficas y económicas en la zona objeto de estudio.

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Determinar la ubicación geográfica del área de influencia del proyecto de investigación.
- Determinar los aspectos socio-demográficos, considerando los diferentes indicadores económicos de la población de la ciudad de Atuntaqui.
- Establecer las variables e indicadores para el desarrollo del presente proyecto.
- Conocer las actividades económicas de la ciudad de Atuntaqui y la influencia en el proyecto.

- Determinar la disponibilidad de servicios básicos en el área donde se ubicará el proyecto.

### **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS.**

En el presente proyecto se consideran las variables que se presentan a continuación:

- Ubicación geográfica.
- Caracterización demográfica.
- Actividades económicas.
- Servicios básicos.

### **1.4. INDICADORES.**

#### **1.4.1. Variable 1: Ubicación geográfica.**

- Ubicación.
- Superficie.
- Límites.
- Clima.

#### **1.4.2. Variable 2: Caracterización demográfica.**

- Población por edades.
- Población por género.
- Población por área geográfica.
- Población según nivel de instrucción.
- Turistas que visitan la ciudad de Atuntaqui.

### **1.4.3. Variable 3: Actividades económicas.**

- Manufactura.
- Comercio por mayor.
- Comercio por menor.
- Servicios.

### **1.4.4. Variable 4: Servicios básicos**

- Agua.
- Energía eléctrica.
- Telefonía.
- Vialidad.

### 1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la ubicación geográfica del área de influencia del proyecto.	Ubicación geográfica	Ubicación. Superficie. Límites. Clima.	Secundaria	Bibliográfica Bibliográfica Bibliográfica Documental	Internet Internet Internet Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante 2011 – 2030
Determinar los aspectos socio-demográficos, considerando los diferentes indicadores económicos de la población de la ciudad de Atuntaqui	Caracterización demográfica	Población por edades. Población por género. Población por área geográfica. Población según nivel de instrucción. Turistas que visitan la ciudad de Atuntaqui.	Secundaria	Documental Documental Documental Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante 2011 – 2030. Información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Conocer las actividades económicas de la ciudad de Atuntaqui y la influencia en el proyecto.	Actividades económicas	Manufactura.	Secundaria	Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante 2011 – 2030. Información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
		Comercio al por mayor y menor.			
		Servicios.	Secundaria	Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante 2011 – 2030. Información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
Determinar la disponibilidad de servicios básicos en el área donde se ubicará el proyecto.	Servicios básicos	Agua. Energía eléctrica. Telefonía. Vialidad.	Secundaria	Documental	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante 2011 – 2030 Información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

## 1.6. CARACTERIZACIÓN SOCIAL, ECONÓMICA Y DEMOGRÁFICA.

Cuadro Nro. 1

### POBLACIÓN DE ATUNTAQUI POR GRUPOS DE EDAD Y GÉNERO.

Detalle	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
De 0 a 4 años	1,125.00	1,098.00	2,223.00	9.54%
De 5 a 65 años	9,168.00	9,944.00	19,112.00	82.03%
Más de 65 años	915.00	1,049.00	1,964.00	8.43%
<b>Totales</b>	<b>11,208.00</b>	<b>12,091.00</b>	<b>23,299.00</b>	<b>100.00%</b>

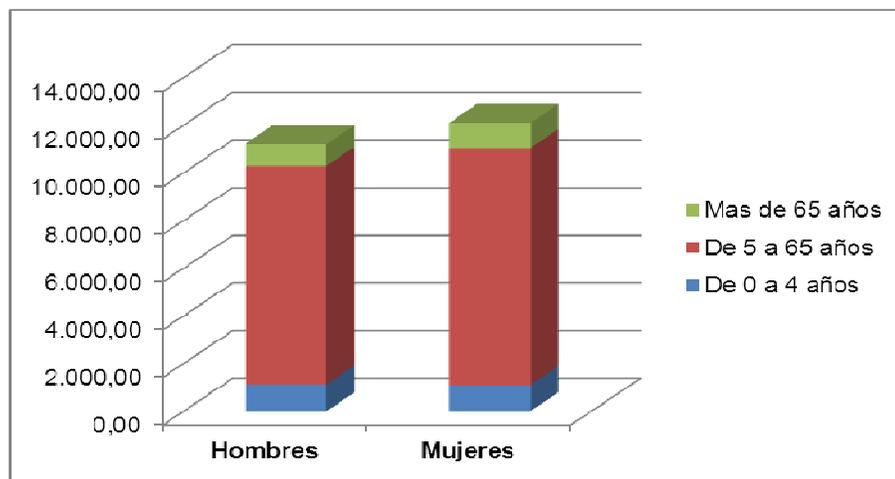
Fuente: INEC, Censo 2010.

Elaboración: Las Autoras.

La población que se ubica en el área de interés del presente proyecto se encuentra entre la edad de 5 a 65 años y corresponde al 82% de la población total de la ciudad de Atuntaqui.

Gráfico Nro. 1

### POBLACIÓN DE ATUNTAQUI SEGÚN GÉNERO Y GRUPOS DE EDAD.



Fuente: INEC, Censo 2010.

Elaboración: Las Autoras.

Cuadro Nro. 2

**POBLACIÓN DE ATUNTAQUI POR GÉNERO.**

Detalle	Total	Porcentaje
Hombres	11,208.00	48.11%
Mujeres	12,091.00	51.89%
<b>Totales</b>	<b>23,299.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: INEC, Censo 2010.

Elaboración: Las Autoras.

El 52% de la población de Atuntaqui aproximadamente está comprendida por el sexo femenino y equivale a 12,091 personas, mientras que el 48% se encuentra definido por el sexo masculino equivalente a 11,208 personas.

Cuadro Nro. 3

**POBLACIÓN DE ATUNTAQUI SEGÚN ÁREA Y GÉNERO.**

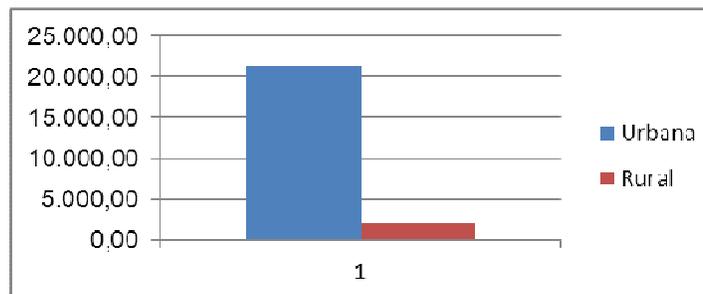
Detalle	Urbana	Rural	Total
Hombre	10,216.00	992.00	11,208.00
Mujer	11,070.00	1,021.00	12,091.00
<b>Total</b>	<b>21,286.00</b>	<b>2,013.00</b>	<b>23,299.00</b>

Fuente: INEC, Censo 2010.

Elaboración: Las Autoras.

Gráfico Nro. 2

**POBLACIÓN DE ATUNTAQUI SEGÚN ÁREA.**



Fuente: INEC, Censo 2010.

Elaboración: Las Autoras.

El 91% de la población aproximadamente pertenece al área Urbana; mientras que la diferencia se encuentra en el área Rural, es decir el 9% de la población.

Cuadro Nro. 4

**ÍNDICE DE ALFABETIZACIÓN DE LA POBLACIÓN DE ATUNTAQUI.**

<b>Detalle</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
Hombre	9,523.00	560.00	10,083.00
Mujer	10,094.00	899.00	10,993.00
<b>Total</b>	<b>19,617.00</b>	<b>1,459.00</b>	<b>21,076.00</b>

Fuente: INEC, Censo 2010.  
Elaboración: Las Autoras.

El 93% de la población de la ciudad de Atuntaqui se encuentra alfabetizado, información obtenida del Censo 2010 efectuado por el INEC.

La población étnica se encuentra conformada:

Cuadro Nro. 5

**COMPOSICIÓN ÉTNICA DE LA POBLACIÓN.**

<b>Detalle</b>	<b>%</b>
Mestiza	80.99%
Indígena	18.53%
Afro – ecuatoriano	0.48%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Municipio de Antonio Ante  
Elaboración: Las Autoras.

La mayor parte de la población es mestiza, esto es el 81%; mientras que la diferencia se encuentra definida por indígenas principalmente y afro – ecuatorianos.

Según información del último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010; la tasa de crecimiento poblacional de Atuntaqui

es del 2,09% frente a la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador que se sitúa en 1,95%.

La tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Atuntaqui de acuerdo con la información proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante es del 2.54%.

Cuadro Nro. 6

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.**

<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1,133.00
Explotación de minas y canteras	8.00
Industrias manufactureras	3,396.00
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	18.00
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de deshechos	19.00
Construcción	815.00
Comercio al por mayor y menor	1,734.00
Transporte y almacenamiento	484.00
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	302.00
Información y comunicación	103.00
Actividades financieras y de seguros	91.00
Actividades inmobiliarias	6.00
Actividades profesionales, científicas y técnicas	149.00
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	173.00
Administración pública y defensa	421.00
Enseñanza	502.00
Actividades de la atención de la salud humana	271.00
Artes, entretenimiento y recreación	49.00
Otras actividades de servicios	168.00
Actividades de los hogares como empleadores	273.00
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	3.00
No declarado	571.00
Trabajador Nuevo	195.00
<b>Totales</b>	<b>10,884.00</b>

Fuente: INEC, Censo 2010.

Elaboración: Las Autoras.

La ciudad de Atuntaqui dispone de un bajo índice de desempleo y subempleo debido a la gran presencia de industrias textiles que brindan oportunidades laborales a las personas de la localidad.

En tanto que la información proporcionada por Organismos como el INEC (2010) y el MUNICIPIO DE ANTONIO ANTE (2011) en Atuntaqui existe el 3% aproximadamente de desempleo.

Según la información que dispone el Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante, las visitas de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Atuntaqui son de 180.000 visitas anualmente; de los cuales el 4% son turistas del exterior.

De la misma manera de acuerdo con la información proporcionada por el Alcalde del Municipio de Antonio Ante en cuanto a la dotación de servicios básicos el nivel de cobertura se encuentra:

Agua potable aproximadamente el 90%;

Alcantarillado 88%;

Energía eléctrica 98%;

Servicio telefónico 40%; y,

Recolección de basura 95%.

### 1.7. MATRIZ DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidad de los bienes y servicios ofertados por el alto índice de crecimiento de la población.</li> <li>- Disponibilidad de equipos, insumos y talento humano a nivel local.</li> <li>- Servicios básicos disponibles en la ciudad.</li> <li>- Experiencia y reconocimiento en el mercado nacional del franquiciante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acelerado y cambiante crecimiento de los hábitos de consumo alimenticio.</li> <li>- Costos altos para la edificación de un local propio.</li> <li>- Tiempos de otorgamiento de líneas de crédito.</li> <li>- Fácil acceso de competencia al mercado.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formar alianzas estratégicas con las industrias y comercios textiles de la ciudad de Atuntaqui.</li> <li>- Rápido crecimiento de la empresa y pronta recuperación de la inversión inicial.</li> <li>- Estándares de calidad medios de los productos y servicios ofertados por la competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La competencia.</li> <li>- Desempleo y disminución en los ingresos por la baja productividad en las empresas textiles en ciertas temporadas.</li> <li>- Pérdida de credibilidad de la empresa si no se cumple con los objetivos propuestos.</li> </ul>

## **1.8. ANÁLISIS DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos**

Después de haber realizado el diagnóstico situacional de la ciudad de Atuntaqui se ha llegado a determinar que el presente proyecto es factible de ejecutar ya que el mercado al cual va dirigido nuestros productos y servicios no están saturados por que no se ha prestado la debida atención al problema.

Se puede incursionar en este mercado ofreciendo servicios de excelente calidad, es decir que satisfaga las necesidades y expectativas del cliente.

Los servicios básicos que se proveen en la ciudad cumplen con las características de calidad y contribuyen de manera positiva para el adecuado funcionamiento de la empresa.

También cabe mencionar que tanto en Atuntaqui como en todo el cantón Antonio Ante en aspectos como la alimentación tienen muchos requerimientos que permite una mayor aceptación del proyecto planteado el cual procura mejorar la calidad de vida de la población y de los turistas que visitan la ciudad.

Las situaciones antes mencionadas constituyen condiciones suficientes para la formulación y creación del proyecto de inversión denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN LOCAL DEL POLLO TEXAS CHICKEN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.”**

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO.**

#### **2.1. LA EMPRESA.**

##### **2.1.1. Definición.**

La empresa es una entidad que se establece en un determinado lugar para desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios con la finalidad de obtener lucro o un beneficio social.

Es un ente económico que encamina todos sus esfuerzos para la obtención de una meta específica, realizando varias operaciones dependiendo de su naturaleza y giro del negocio.

Víctor A. Reinoso. (2007) indica: “La empresa es toda organización de propiedad pública o privada cuyo objetivo primordial es fabricar o distribuir mercaderías o proveer servicios a la colectividad mediante el pago de los mismos.” (Pág. 278).

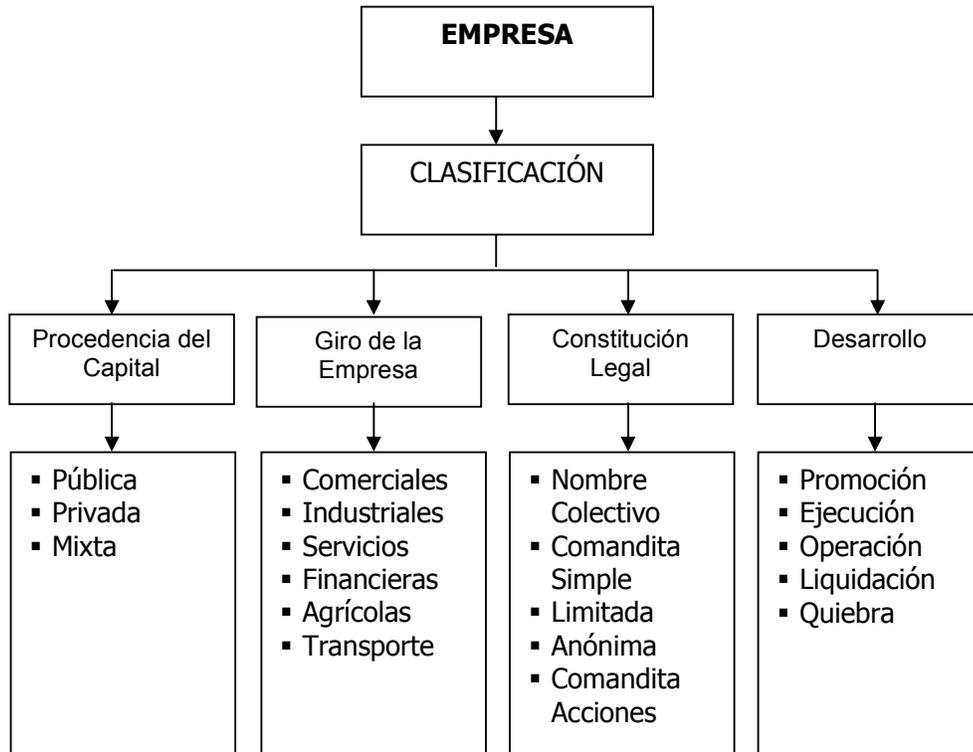
Satisface las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales, económicos y humanos, por lo tanto se encarga de la organización de los factores de producción, el capital y el trabajo.

Desde la antigüedad las empresas y los actos de comercio son de mucha importancia debido a que se satisfacen necesidades humanas, entre ellas: lucro o ganancia para los dueños y accionistas a través de la venta de productos o servicios; generación de fuentes de trabajo que permiten a las familias disponer de un ingreso económico mensual; satisfacción de la necesidad del demandante del producto o servicio.

## 2.1.2. Clasificación de las empresas.

Gráfico Nro. 3

Clasificación de las empresas.



Elaboración: Las Autoras.

Fuente: CHILQUINGA MANUEL, Costos, 2007.

Es importante enfatizar la clasificación de las empresas tomando como referencia el criterio del giro de la empresa.

- **Empresas Comerciales.**

Son todas aquellas empresas cuyo giro ordinario del negocio es la adquisición de productos elaborados o terminados con la finalidad de comercializarlos, aplicando márgenes de rentabilidad con el objetivo primordial de cubrir costos, gastos y generar excedentes o utilidades y/o obtener un beneficio social.

- **Empresas Industriales.**

Sobre la definición de las empresas industriales, Chiliquinga M. (2007) dice:

“Son aquellas que utilizando los factores de la producción (dinero, maquinaria, materiales, mano de obra y tecnología) se dedican a la transformación de forma o de fondo de materias primas en productos terminados o semielaborados, los mismos que posteriormente son comercializados generando un margen de utilidad” (Pág. 2).

La industria textil es el lugar de fabricación en el cual se trabaja y procesa materias primas, obteniendo como resultado productos terminados que luego son comercializados.

- **Empresas Financieras.**

Son aquellas empresas que se dedican a la intermediación financiera, es decir a captar el dinero de sus clientes o socios para posteriormente colocarlos en créditos. Entre las empresas financieras se encuentran: bancos, cooperativas y mutualistas; siendo en el sector ecuatoriano los bancos las instituciones que captan el mayor número de clientes, posteriormente por las cooperativas.

- **Empresas de Servicios.**

Son aquellas entidades que se caracterizan por la prestación de servicios con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener un beneficio económico o social.

### **2.1.3. Requisitos Legales para el funcionamiento de una empresa.**

Los requisitos para el funcionamiento se detallan a continuación:

**a) Registro Único de Contribuyentes RUC.**

Para obtener el RUC de personas naturales se requiere:

- Copia de Cédula de Identidad.
- Comprobante de venta de un servicio básico.
- Contrato de arrendamiento o carta de autorización de uso.

Para obtener el RUC de sociedades se requiere:

- Acta de constitución de la empresa.
- Comprobante de venta de un servicio básico de la empresa.
- Contrato de arrendamiento o carta de autorización de uso.
- Copia de Cédula del Representante Legal.
- Comprobante de venta de un servicio básico del Representante.
- Nombramiento del Representante Legal.
- Nómina de Accionistas.
- Llenar el formulario RUC 01A.
- Llenar el formulario RUC 01B.

**b) Patente Municipal.**

Es el permiso obligatorio para el desarrollo de actividades económicas, este requisito se debe obtener en cada Municipio donde funcione la matriz de la empresa.

**c) Permiso sanitario de funcionamiento.**

Es un permiso que deben obtener los locales comerciales y establecimientos de salud para poder iniciar sus actividades económicas, este permiso debe ser renovado anualmente.

## **2.1.4. Aspectos contables y financieros de una empresa.**

### **2.1.4.01 Definición de contabilidad**

Según Orozco J. (2004) define a la contabilidad de la siguiente manera:

“Es un campo especializado de las ciencias administrativas, que se sustenta en principios y procedimientos generalmente aceptados, destinados a cumplir con los objetivos de Análisis, Registro y Control de las transacciones u operaciones realizados por una empresa o institución en funcionamiento, con las finalidades de informar e interpretar la situación económica-financiera y los resultados operacionales alcanzados en un período o ejercicio contable, durante toda la existencia permanente de la entidad.” (Pág.17).

La contabilidad se fundamenta en: a) Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), normativa que aplicarán las empresas sujetas al control de la Superintendencia de Compañías, b) Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), estas últimas de aplicación nacional para empresas no sujetas al control de la Superintendencia de Compañías.

### **2.1.4.02 Objetivo de la Contabilidad.**

Concordando con García O. (2002), la contabilidad siendo un campo especializado de las ciencias administrativas (Pág. 23), busca los siguientes objetivos:

- a) Obtener información oportuna, ordenada, sistemática y razonable, que permita a los usuarios de la información financiera tomar decisiones adecuadas.
  
- b) Proporcionar la justificación de la correcta gestión de los recursos de la empresa.

- c) Llevar un control apropiado para salvaguardar los activos de la empresa, proteger a la entidad del mal uso de dichos activos, evitar que se incurra indebidamente en pasivos y gastos.
- d) Establecer a una fecha determinada la posición financiera en la que se encuentra la empresa, conocer su patrimonio y evaluar sus variaciones.

#### **2.1.4.03 Obligtoriedad para llevar contabilidad.**

El Art. 19 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (2010) establece:

“Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares”.

El Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno define los valores: capital propio: 60.000,00 Usd. (Sesenta mil dólares americanos); ingresos brutos: 100.000,00 Usd. (Cien mil dólares americanos); gastos anuales: 80.000,00 Usd. (Ochenta mil dólares americanos).

#### **2.1.4.04 Componentes de los Estados Financieros.**

La Norma Internacional de contabilidad (2009) establece los componentes de los estados financieros:

- “(a) un estado de situación financiera al final del periodo;
- (b) un estado del resultado integral del periodo;
- (c) un estado de cambios en el patrimonio del periodo;
- (d) un estado de flujos de efectivo del periodo;

(e) notas, que incluyan un resumen de las políticas contables más significativas y otra información explicativa; y

Una entidad puede utilizar, para denominar a los anteriores estados, títulos distintos a los utilizados en esta Norma.”

#### **2.1.4.05 Bases teóricas para el proyecto.**

Para el desarrollo del presente proyecto es importante definir las bases teóricas.

**Costo.**- El costo de un producto está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el funcionamiento de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria y de los edificios.

**Costo de adquisición.**- Representa el sacrificio económico para comprar el bien y poner en condiciones de producción o utilización.

**Costo de oportunidad.**- Según Michael Parkin (2009) “Es la alternativa de mayor valor a la que renunciamos para obtener algo” (Pág. 48).

**Costo beneficio.**- Este es un criterio financiero para evaluar el retorno de los ingresos en función a los egresos. Para realizar este cálculo es necesario realizar proyecciones tanto de los ingresos como de los costos y gastos.

**Inversiones.**- Para Alexander Gordon (2003) representa “el sacrificio de cierto valor presente por un posible valor futuro”. (Pág. 103).

**Balance de situación.**- Muestra el valor contable de una empresa en una fecha determinada.

**Estado de resultados.-** Mide el desempeño de una organización en un periodo determinado.

**Flujo de Caja.-** Representa el nivel de entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado.

**Tiempo de recuperación de la inversión.-** Es el plazo en tiempo en el cual una inversión es recuperada completamente mediante los flujos económicos que genera.

**Punto de equilibrio.-** Según Stephen Ross (2006) “Es el nivel de ventas que resulta en una utilidad neta del proyecto igual a cero” (Pág. 23).

**Tasa de redescuento.-** Se define como la tasa para operaciones que realizan los bancos comerciales con el banco central.

**Tasa interna de Retorno.-** Es el rendimiento requerido de una inversión que produce un valor actual neto cero cuando se usa como tasa de redescuento. Es uno de los indicadores más convenientes para determinar la factibilidad de un proyecto.

**Valor Actual Neto.-** Permite conocer el valor actual de los flujos económicos traídos a valor presente.

**Valor futuro.-** Es la cantidad que vale una inversión después de uno o más periodos.

## **2.1.5. Bases teóricas del Mercado.**

### **2.1.5.01 Definición**

Según Michael Parkin (2009) “El Mercado es cualquier acuerdo que permite a compradores y vendedores obtener información y hacer negocios entre sí” (Pág. 46).

El objetivo principal del mercado es el intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más personas.

#### **2.1.5.02 Clases de Mercados**

Existen varias clases de mercado entre las cuales se puede detallar:

**2.1.5.02.01 Mercado Total.-** Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

**2.1.5.02.02 Mercado Potencial.-** Formado por personas naturales y jurídicas que además de desear un producto o un servicio, disponen de las capacidades para adquirir.

**2.1.5.02.03 Mercado Meta.-** Comprende por parte del mercado potencial que han sido seleccionados de forma específica, es decir el mercado que se desea captar. La segmentación se puede realizar de diversas formas entre las que se encuentran: geográfica, demográfica y psicográfica.

**2.1.5.02.04 Mercado Real.-** Comprende el mercado que se ha logrado.

#### **2.1.5.03 Estudio de Mercado.**

“El estudio de mercado busca determinar objetivamente el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se comprende la necesidad que tienen los consumidores actuales, potenciales y también la capacidad de las empresas de proveer el bien o servicio.”

<http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

El estudio de mercado o de factibilidad sirve como antecedente para realizar los estudios técnicos, de ingeniería, económicos y financieros para determinar la viabilidad de un proyecto o un negocio.

El estudio de mercado busca determinar y probar que exista el número suficiente de demanda del producto o servicio a ofrecer.

#### **2.1.5.03.01 Demanda.**

Se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo en un momento determinado.

De acuerdo con Michael Parkin (2009) las clases de demanda son:

- **Demanda Efectiva.**- Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicio.
- **Demanda Satisfecha.**- Es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto o servicio y además está conforme con él.
- **Demanda Insatisfecha.**- Es la demanda en la que el público no a logrado acceder al producto o servicio y si accedió no se encuentra a conformidad del consumidor.
- **Demanda Potencial.**- Es la demanda futura, aquella que en algunas semanas, quincenas, meses o años será real.

#### **2.1.5.03.02 Oferta.**

Se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad ofertada del mismo en un momento determinado.

### **2.2. LA FRANQUICIA.**

#### **2.2.1. Antecedentes históricos de la franquicia.**

“El origen del contrato de franquicia se remonta a unos 150 años atrás. La franquicia moderna tuvo su espaldarazo en la década de 1950 con el auge de los restaurantes de comida rápida entre los cuales McDonald's fue el primero en cosechar un éxito global.”  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Franquicia>

El origen de la palabra franquicia se remonta a la edad media, época en la cual un soberano otorgaba o concedía un privilegio a sus súbditos, quienes en virtud del mismo podían realizar actividades tales como la pesca y la caza en determinadas zonas del reino. Tales autorizaciones o privilegios se designaban utilizando el término "franc".

Así mismo en Francia, las ciudades con "cartas francas" eran aquellas que tenían privilegios especiales que les garantizaban ciertas libertades o autonomías, tales como la dispensa permanente de pagar tributos al Rey o al señor de la región.

El primer antecedente de franquicia en los Estados Unidos fue probablemente el otorgamiento a particulares, por vía legislativa para la explotación de algunos servicios públicos o "public utilities" como fue el caso de los ferrocarriles y los bancos.

Aunque el otorgamiento de estos derechos implicaba vigilancia administrativa sobre la operación de los servicios, el derecho exclusivo de explotación permitía a los particulares obtener significativas ganancias.

### **2.2.2. Auge de la Franquicia.**

“Estados Unidos los protagonistas del desarrollo de las franquicias, a mediados del presente siglo. Los diferentes factores sociales, económicos, políticos y legales fueron los que hicieron que el periodo de la posguerra fuera un clima propicio para el desarrollo de la franquicia.”

<http://www.monografias.com/trabajos13/trafranq/trafranq.shtml>

Una economía y población en crecimiento, crearon una rápida demanda de bienes y servicios; y una oportunidad para desarrollar nuevas empresas.

### 2.2.3 Definición.

“La franquicia se define como un sistema de colaboración entre dos partes jurídicamente independientes, vinculadas entre sí a través de un contrato mediante el cual una de las partes, la empresa franquiciadora cede, a cambio de cierta remuneración económica, el derecho a utilizar su marca comercial y su "saber hacer" empresarial, por un tiempo limitado y en un territorio determinado.”

<http://franquicias.teletecnicos.com/franquicias-servicios.htm>

Las Franquicias son un tipo de relación contractual entre dos personas jurídicas: el franquiciador y el franquiciado. Mediante el contrato de franquicia el franquiciador cede al franquiciado la licencia de una marca así como los métodos y el saber hacer (Know-how) de su negocio a cambio de una cuota periódica (royalty).

La Franquicia responde a la necesidad de una renovación constante de la oferta de mercado, obligada por la imparable y creciente aparición de nuevos competidores y la exigencia de ofrecer nuevas prestaciones.

Según Phillips Kothler (2009) establece como concepto de franquicia a:

“Un convenio con el concesionario en el mercado extranjero, ofreciendo el derecho de utilizar el proceso de fabricación, la marca, la patente, el secreto comercial y otros puntos de valor, a cambio de honorarios o regalías” (Pág.311).

La franquicia es una técnica de desarrollo que permite a una empresa, la franquiciante, dar en licencia un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual relativos a marcas, nombres comerciales, enseñanzas comerciales, modelos de utilidad, diseños, derechos de autor, Know How; a una tercera persona, sea natural o jurídica, con el objeto de obtener rendimientos económicos de la reventa de productos o la prestación de servicios a usuarios finales.

## **2.2.4. Componentes de una franquicia.**

### **2.2.4.1 Franquiciado – Franquiciante.**

El Franquiciado es aquel que toma la decisión de iniciar una actividad empresarial para alcanzar una estabilidad económica y para lo cual adquiere mediante un contrato y por tiempo determinado la marca y la tecnología del negocio inicial.

“El franquiciado es el inversor, físico o jurídico, que adquiere el derecho de comercializar un determinado concepto de negocio y todos los métodos inherentes a él, desarrollados por el franquiciador. A su vez, mantendrá vínculos con este último para recibir asistencia tanto inicial como continuada”

<http://www.tormo.com/emprendedores/empezar/conceptos.asp>

### **2.2.4.2 Franquiciador – Franquiciatario.**

“El franquiciador es una persona física o jurídica que ha desarrollado un negocio bajo un método determinado, referente a un producto o servicio, y que busca su expansión a través de la búsqueda de inversores a los que otorgará el derecho a operar bajo su marca y con su método operativo y organizativo. El franquiciador prestará una asistencia inicial y continuada a dichos inversores –franquiciados, a través del asesoramiento, entrenamiento y orientación para el desarrollo del concepto de negocio”

<http://www.eumed.net/tesis/2006/mfm/2b.htm>

El franquiciador es el que inicia la empresa jurídica y económicamente independiente y que con su experiencia ha constatado el resultado del negocio; es el que proporciona a quien quiere convertirse en un empresario exitoso la fórmula del saber hacer (Know-how) comercial consolidada y con muchos años de experiencia en el mercado.

### **2.2.4.3 Inversión.**

“Cantidad en dinero que necesita aportar un emprendedor para iniciar un negocio y engloba las partidas iniciales necesarias para funcionar en el mercado”.

<http://www.infofranquicias.com/cd-7138/Definicion-defranquicias.aspx>

### **2.2.4.4 Canon de entrada.**

Es el importe que paga al inicio y por una sola vez el franquiciado por pertenecer a la cadena de franquicia con el cual puede obtener:

“Se trata de una cantidad que habrá de abonar el franquiciado para poder adherirse a una red de franquicias. El importe del canon o derecho variará en función de diversos aspectos, como el tiempo que lleve funcionando la red, la rentabilidad que ofrece”

<http://franquicias.teletécnicos.com/franquicias-servicios.htm>

- Derecho para utilizar la marca del franquiciador, sobre todo cuando ésta tiene prestigio en el mercado.
- Proceso de formación inicial que el franquiciador proporciona al franquiciado para la transmisión del know how e instrucción de los métodos del sistema.
- Compensación parcial al franquiciador de las inversiones que éste realizó para la puesta en marcha de su negocio.

### **2.2.4.5 Porcentaje de ventas o royalty.**

“Equivalente a un pago (fijo o variable), generalmente mensual, del franquiciado al franquiciador. Es una contraprestación por los servicios prestados por la central y por el uso y disfrute la marca franquiciada”.

[http://www.trabajo.com.mx/puntos\\_a\\_analizar\\_antes\\_de\\_adquirir\\_una\\_franquicia.htm](http://www.trabajo.com.mx/puntos_a_analizar_antes_de_adquirir_una_franquicia.htm)

Son importes periódicos que el franquiciado abona al franquiciador para obtener su apoyo y control continuo. Constituye la fuente principal de ingresos del franquiciador.

#### **2.2.4.6 Canon de publicidad.**

Son aportaciones monetarias periódicas ya sean del franquiciador como de los franquiciados, cuya finalidad es generar un fondo de marketing.

Todas estas inversiones tienen como fin garantizar:

- La estabilidad del negocio.
- El mayor crecimiento de las ventas.
- La investigación y el desarrollo de los futuros productos y servicios.
- La viabilidad del plan de negocio.

#### **2.2.4.7 Amortización de la inversión.**

Recuperación de la cantidad de dinero utilizada al poner en marcha un negocio. Normalmente, a mayor inversión, mayor será el plazo para recuperar la misma.

#### **2.2.4.8 Consultoría.**

Las consultoras en el ámbito de la franquicia actúan como un soporte integral, tanto para el franquiciador, como para el franquiciado. Asesorando y ayudando a determinar los objetivos a conseguir y los medios para llevarlos a cabo.

#### **2.2.5. Contrato de franquicia.**

El contrato de franquicia es el documento que pone en claro el tipo de relación existente entre el franquiciante y el franquiciado dentro del

sistema de franchising: mostrando qué papel le corresponde a cada uno en el desarrollo del negocio, sus responsabilidades, derechos y limitaciones.

De esta manera, una vez que está bien definida la operación de franchising, con sus manuales de operación elaborados, es que puede comenzar a pensar en la formalización del contrato de franquicia.

“El contrato de franquicia que firman el franquiciador y franquiciado. Constituye la base de la relación y contiene obligaciones y derechos para ambas partes. A través del mismo se transmiten los derechos sobre la marca y el Saber Hacer. Debe ser equilibrado y proteger los intereses por igual de franquiciado y franquiciador.”

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/franquiciasLynn.htm>

#### **2.2.5.1. Obligaciones de las partes.**

Los contratos son libres y pueden incluir una gran variedad de cláusulas. Sin embargo, estas son las más importantes.

##### **2.2.5.1.1. Obligaciones del franquiciador.**

El franquiciador o franquiciante se compromete a:

- Ceder la licencia de una marca, producto o servicio debidamente registrado e introducido en el mercado con éxito probado.
- Transmitir el saber hacer o 'know-how' al franquiciado a través de diversos métodos: formación del personal, prestación de apoyo continuo.
- Tener un manual operativo, que garantice el éxito comercial.

- Garantizar a sus franquiciados, servicio permanente de seguimiento, comunicación interna, investigación, marketing y asistencia tecnológica.
- Dedicar esfuerzos potentes para incrementar la notoriedad de su marca.

#### **2.2.4.1.2. Obligaciones del franquiciado.**

Son responsabilidades del franquiciado:

- Pagar un canon inicial y realizar unos desembolsos periódicos o royalties. Dichos royalties se pueden pactar como una cifra fija o bien como un porcentaje sobre las ventas.
- Preservar la imagen de la marca de la empresa franquiciada manteniendo un comportamiento honesto y unos requisitos estéticos y de limpieza en los establecimientos.
- Respetar los métodos comerciales y el 'know-how' transmitido.
- Seguir la política comercial de la red, común a todos los franquiciados.
- Adquirir los suministros del franquiciador, en muchas ocasiones, con exclusividad.
- Someterse al control del franquiciador.
- Se trata, de la venta que hace un productor original, de un negocio, que incluye derechos, estrategias de servicio e incluso el “good will”.

- El comprador se hace a unos derechos, para establecer su propio negocio, explotando los productos y marcas ya posicionadas en el mercado y que por ende, tienen un prestigio ganado.

### **2.2.5 Tipos de franquicia.**

- **Franquicia de producción.**

“Es aquella donde el franquiciador, además de ser el titular de la marca, fábrica los productos que comercializa en sus establecimientos franquiciados.

<http://www.eumed.net/libros/2009a/478/CLASES%20DE%20FRANQUICIAS.htm>

Aquí la empresa franquiciadora es la que fábrica los productos y es además propietaria de la marca, el Know-how por lo que otorga franquicias para que el franquiciado produzca los productos.

- **Franquicia de distribución.**

“El franquiciador actúa a modo de central de compras, seleccionando los mejores productos y negociando las condiciones más ventajosas con los proveedores.”

<http://franquicias.teletecnicos.com/franquicias-servicios.htm>

- **Franquicia de servicios.**

“El franquiciante transmite al franquiciado todo su Know How sobre la prestación de un determinado servicio al cliente.”

[http://www.franquiciasarg.com/que\\_es\\_el\\_franchising.php](http://www.franquiciasarg.com/que_es_el_franchising.php)

- **Franquicia industrial.**

Este tipo de franquicia se da cuando el fabricante del producto, traspasa tecnología al franquiciado y le cede el derecho a fabricar, comercializar y

distribuir el producto con su marca original. Este tipo de franquicia requiere de una fuerte inversión de capital pues el franquiciado requiere la maquinaria para producir el producto.

### **2.3 Franquicia TEXAS CHICKEN.**

La empresa Enmarsí Cía. Ltda., es una compañía dedicada a la apertura de restaurantes de comida rápida a nivel nacional. Para cumplir con este objetivo ha desarrollado un programa de franquicia, la misma que se denomina TEXAS CHICKEN.

“TEXAS CHICKEN inició sus actividades en la ciudad de Quito, en el año 1996. Su objetivo fue el establecimiento de una cadena de restaurantes dedicados a la preparación y expendio de pollos a la brasa y complementos, cumpliendo con los estándares más altos de calidad, servicio y funcionalidad, acorde a los requerimientos del cada día más sofisticado mercado ecuatoriano”.

<http://www.grupotexas.com.ec/>

TEXAS CHICKEN está enmarcado como una franquicia de servicios, cuenta aproximadamente con más de doce locales a nivel nacional, de los cuales diez se encuentran ubicados en la ciudad de Quito.

“TEXAS CHICKEN ofrece el Know How para convertir una inversión en un negocio que genere entre el 25 y el 100% de rentabilidad sobre su inversión en un año, con un significativo nivel de eficiencia basado en la experiencia vivida por la marca en estos trece años y por el conocimiento del negocio por parte de sus gerentes y funcionarios en labores similares durante los últimos quince años”.

Entre los beneficios en la adquisición de la franquicia se encuentra:

- Uso de la marca.
- Asesoría en la ubicación del local.
- Diseño de planos al interior del local.
- Listado de proveedores de muebles, enseres, rotulación, entre otros.

- Manuales de administración y logística de producto.
- Software de facturación y control de inventarios.
- Abastecimiento de productos claves.
- Capacitación al personal.
- Control y seguimiento a las actividades.
- Entrega de material publicitario.
- Asesoría en la obtención de los permisos de funcionamiento.

Los términos económicos para adquirir una franquicia en Enmarsí Cía. Ltda.:

Costo de la franquicia	10.000,00 Usd.
Regalías	1.5% del valor de las ventas, con un mínimo de 500,00 Usd, por cada mes.
Publicidad	1% del valor de las ventas.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO.**

#### **3.1. PRESENTACIÓN.**

El proceso de investigación se desarrolló en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, el estudio se efectuó con el objetivo de conocer la opinión de los habitantes de la localidad y de turistas sobre la apertura de un local del pollo TEXAS CHICKEN en la ciudad de Atuntaqui.

TEXAS CHICKEN, se desarrolla en un ambiente competitivo por lo cual se enmarca en una estructura de mercado perfecto.

Concretamente en la ciudad de Atuntaqui, lugar donde se desarrolla el proyecto no se evidencia monopolios, oligopolios, duopolios, entre otros que controlen las fuerzas del mercado.

El presente trabajo sustenta en la estructura actual y futura del mercado para lo cual se establece en forma objetiva factores determinantes como la oferta, demanda, precios de venta, identificación del mercado para el producto o servicio a comercializar.

El comportamiento de los factores económicos de un proyecto es afectado directamente por la estructura actual y esperada del mercado.

El mercado está conformado por la totalidad de los compradores y vendedores potenciales del producto o servicio que va a elaborar el proyecto.

#### **3.2. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO.**

Los turistas locales, nacionales e internacionales llegan a la ciudad de Atuntaqui por desarrollar distintas actividades y luego de realizar dichas

actividades buscan opciones gastronómicas atractivas, con altos estándares de calidad, servicio y funcionalidad.

Es importante considerar el dinamismo económico del sector textil de la ciudad de Atuntaqui, debido a la gran cantidad de turistas que atrae. Por esta razón la situación actual del mercado brinda varias oportunidades de negocio.

Estas oportunidades se maximizan considerando que pollo TEXAS CHICKEN es un local que tiene amplia y probada aceptación en todos los estratos de la población, ofrece una alimentación balanceada y saludable, confiable en cuanto a normas de higiene, cálido en su atención y decoración, que se encuentre cerca de la zona comercial de Atuntaqui.

### **3.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.**

Es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se asemejan más entre sí con algún criterio razonable y perciben o valoran el producto en sus patrones de compra.

Se ha considerado algunas variables para realizar la segmentación del mercado, tales como:

- Edad de los clientes.
- Gustos y preferencias.
- Capacidad económica.

### **3.4. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO.**

#### **3.4.1. Mercado real.**

Dentro del estudio de mercado se pudo determinar que los clientes reales son los habitantes cuyas edades se encuentran comprendidas entre los 5 a 65 años de edad.

Se ha considerado esta edad debido a que constituyen los clientes que pueden demandar los productos y servicios del presente proyecto.

### **3.4.2. Mercado meta.**

El principal mercado al cual se quiere llegar con los servicios que prestará la empresa a aquellas personas comprendidas entre los 5 y 65 años de la clase media baja, media y alta; tanto de habitantes de la ciudad de Atuntaqui así como los turistas.

Se pondrá principal énfasis a la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Atuntaqui, ya que ellos cuentan con recursos y la capacidad económica para poder cubrir los gastos que los productos y servicios pueden emanar.

### **3.4.3. Mercado potencial.**

El mercado potencial estará establecido por la capacidad que tendrá el centro para atender a los clientes que cada vez serán mayores, debido a que el crecimiento de la población será un factor fundamental para incrementar los clientes.

## **3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.**

Para el desarrollo del proyecto se consideró como base dos universos:

- Población Económicamente Activa de la ciudad de Atuntaqui que fueron tomados del último Censo de Población 2010, realizada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos.

- Turistas que ingresan anualmente a la ciudad de Atuntaqui datos obtenidos de Departamento de Turismo del MUNICIPIO DE ANTONIO ANTE. 2011.

### 3.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 \delta^2 N}{\varepsilon^2 (N-1) + Z^2 \delta^2}$$

**Donde:**

N = Tamaño de la población: 10.884 – PEA ATUNTAQUI.

Tamaño de la población: 180.000 – Visitas de turistas.

n = Tamaño de la muestra: ?

$\varepsilon$  = Error muestral: 5%

Z = Nivel de confianza 95%

Reemplazando la fórmula del tamaño de la muestra con los datos referentes al proyecto se tiene: **372 (Población Económicamente Activa)**

La muestra para la población de turistas es: **383**.

### 3.7. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

#### 3.7.1. Información primaria.

Se realizó encuestas a los habitantes de la ciudad de Atuntaqui, como también a los turistas que ingresan a la ciudad a realizar diferentes actividades.

Se efectuó entrevistas a propietarios de establecimientos que brinde el servicio de productos similares o sustitutos ubicados en la ciudad de Atuntaqui.

### **3.8. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.**

#### **3.8.1. INFORMACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.**

En la ciudad de Atuntaqui es importante resaltar el desarrollo económico existente resultante de varias fuentes de ingresos principalmente de la industria textil, desarrollo de turismo para nacionales y extranjeros, actividades agropecuarias, así como las remesas de divisas del exterior.

Las actividades económicas, por supuesto, dinamizan la economía de la sociedad, generan plazas de empleo, mejora la capacidad adquisitiva de los habitantes lo que permite disponer de mayores posibilidades de acceso a productos y servicios.

TEXAS CHICKEN inicia sus actividades en la ciudad de Quito, en el año 1996. Su objetivo fue el establecimiento de una cadena de restaurantes dedicados a la preparación y expendio de pollos a la brasa y complementos, cumpliendo con los estándares más altos de calidad, servicio y funcionalidad, acorde a los requerimientos del cada día más sofisticado mercado ecuatoriano.

Entre los productos que actualmente se encuentran a disposición de los clientes, están:

- Pollo asado.
- Pollo asado broster.
- Hamburguesa de res.
- Wrapper Texano.
- Fritada de pollo.

Cuadro Nro. 7

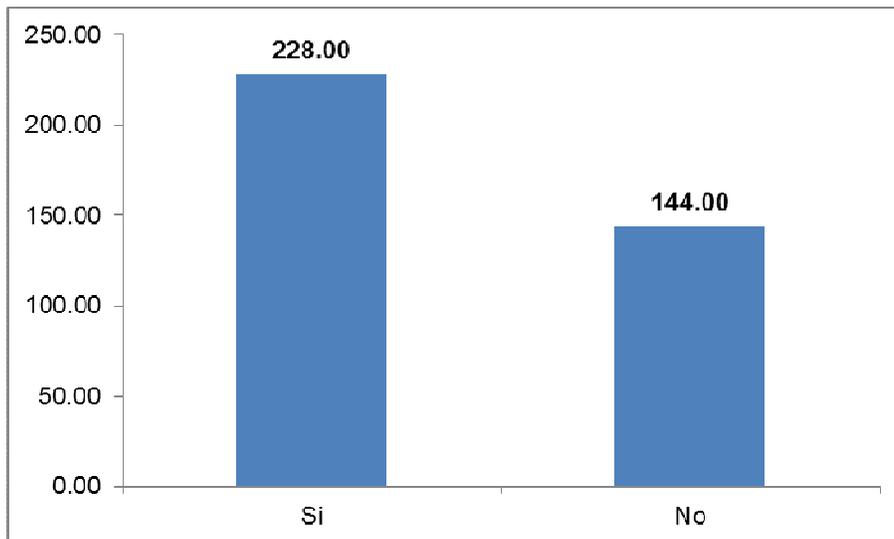
**CONOCIMIENTO DE POLLO TEXAS CHICKEN.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	228.00	61.29%
No	144.00	38.71%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 4

**CONOCIMIENTO DE POLLO TEXAS CHICKEN**



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

Del estudio efectuado se puede observar que el 61% de la muestra de la población conoce la existencia de pollo TEXAS CHICKEN; es decir 6.670 personas aproximadamente con capacidad adquisitiva, conocerían los productos y servicios de la empresa.

Cuadro Nro. 8

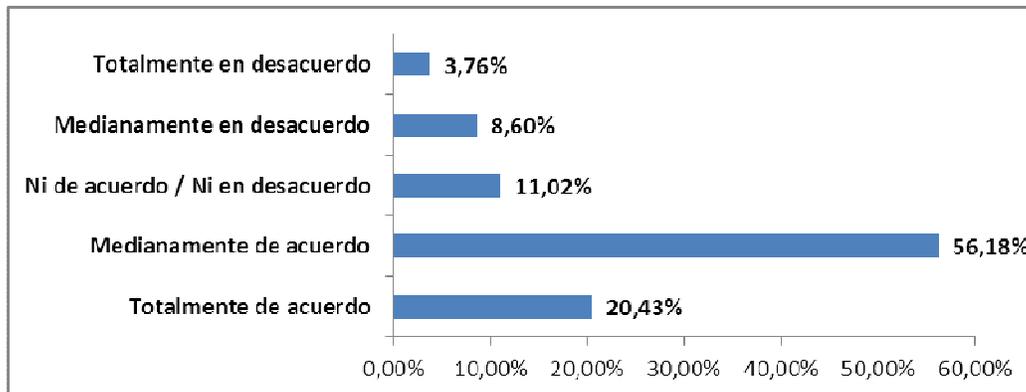
### APERTURA DEL LOCAL DE POLLO TEXAS CHICKEN EN ATUNTAQUI.

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	76.00	20.43%
Medianamente de acuerdo	209.00	56.18%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	41.00	11.02%
Medianamente en desacuerdo	32.00	8.60%
Totalmente en desacuerdo	14.00	3.76%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 5

### APERTURA DE POLLO TEXAS CHICKEN.



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

### ANÁLISIS:

De la población total el 76% estaría de acuerdo con la apertura de un local del pollo TEXAS CHICKEN en la ciudad de Atuntaqui esto equivale a 7.795 personas aproximadamente. El 24% restante de la muestra mencionan que no estarían de acuerdo con la apertura de un local de pollo TEXAS CHICKEN debido a que principalmente podría afectar a la tradición, costumbres y gastronomía local; por ende se estaría contribuyendo a la pérdida de identidad de la ciudad.

Cuadro Nro. 9

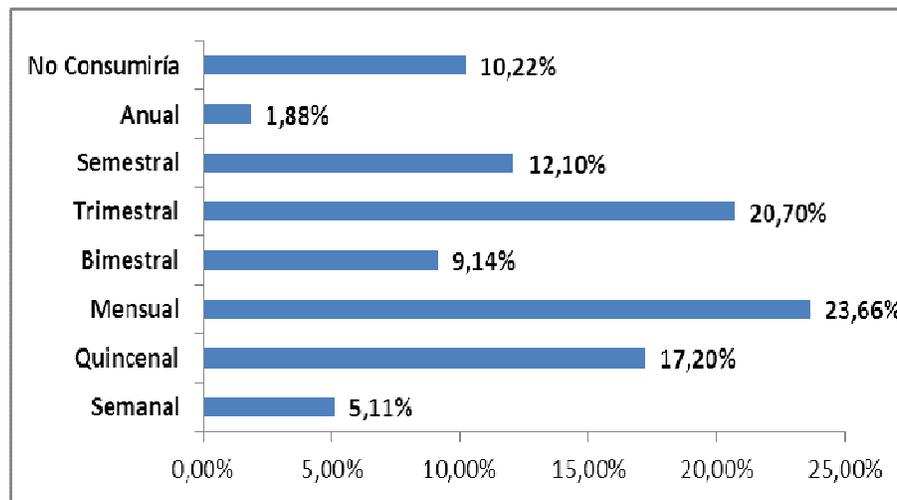
**FRECUENCIA DE CONSUMO DE POLLO TEXAS CHICKEN.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Semanal	19.00	5.11%
Quincenal	64.00	17.20%
Mensual	88.00	23.66%
Bimestral	34.00	9.14%
Trimestral	77.00	20.70%
Semestral	45.00	12.10%
Anual	7.00	1.88%
No Consumiría	38.00	10.22%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 6

**NIVEL DE CONSUMO DE POLLO TEXAS CHICKEN.**



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

El 24% de los encuestados manifiestan que consumirían pollo TEXAS CHICKEN mensualmente, mientras que el 21% de manera trimestral, el 17% consumiría con una frecuencia quincenal y el 12% semestralmente.

Cuadro Nro. 10

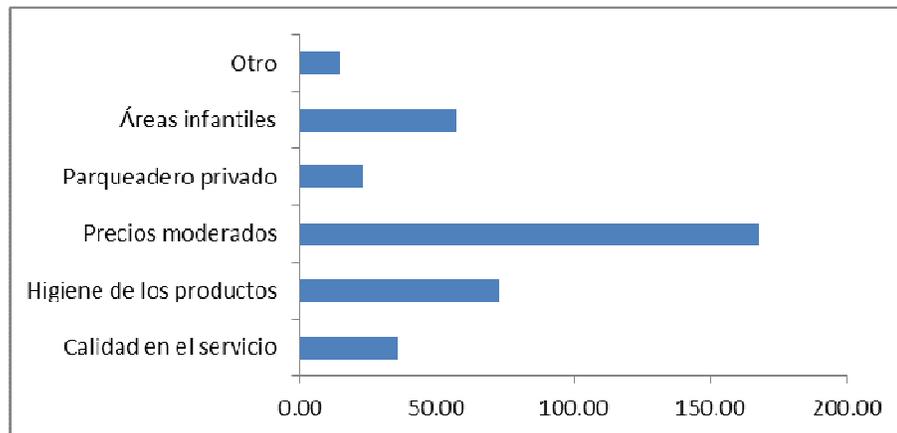
**EXPECTATIVAS Y PREFERENCIAS EN EL LOCAL DE POLLOS TEXAS.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Calidad en el servicio	36.00	9.68%
Higiene de los productos	73.00	19.62%
Precios moderados	168.00	45.16%
Parqueadero privado	23.00	6.18%
Áreas infantiles	57.00	15.32%
Otro	15.00	4.03%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 7

**PREFERENCIAS EN POLLO TEXAS CHICKEN.**



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

El 45% de los encuestados manifiesta su preferencia sobre precios moderados; el 20% en la higiene de los productos preparados; mientras que el 15% requiere la existencia de áreas infantiles. Un aspecto importante a considerar es que el 4% manifiesta su preferencia por un área exclusiva para clientes fumadores.

Cuadro Nro. 11

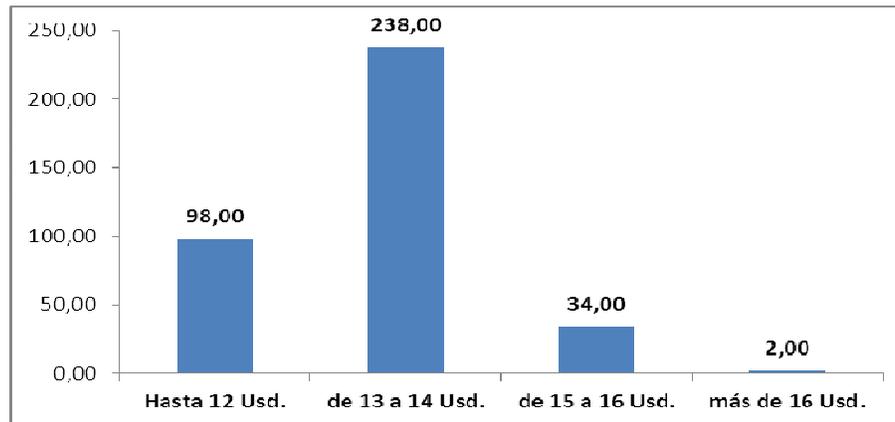
**PRECIOS DE VENTA DE UN POLLO ASADO TEXAS CHICKEN.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Hasta 12 Usd.	98.00	26.34%
de 13 a 14 Usd.	238.00	63.98%
de 15 a 16 Usd.	34.00	9.14%
más de 16 Usd.	2.00	0.54%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 8

**PRECIOS DE VENTA DE UN POLLO ASADO TEXAS CHICKEN.**



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

Con el fin de analizar el precio de venta dispuestos a pagar por un pollo asado Texas Chicken que viene acompañado de una porción de arroz, una porción de menestra y dos porciones de papas rancheras; el 64% de los encuestados manifiesta su voluntad de cancelar entre 13 y 14 Usd.; el 26% manifiesta que cancelaría hasta 12 Usd. Se puede evidenciar que el precio de venta no puede exceder los 14 Usd., debido a que no tendría aceptación.

Cuadro Nro. 12

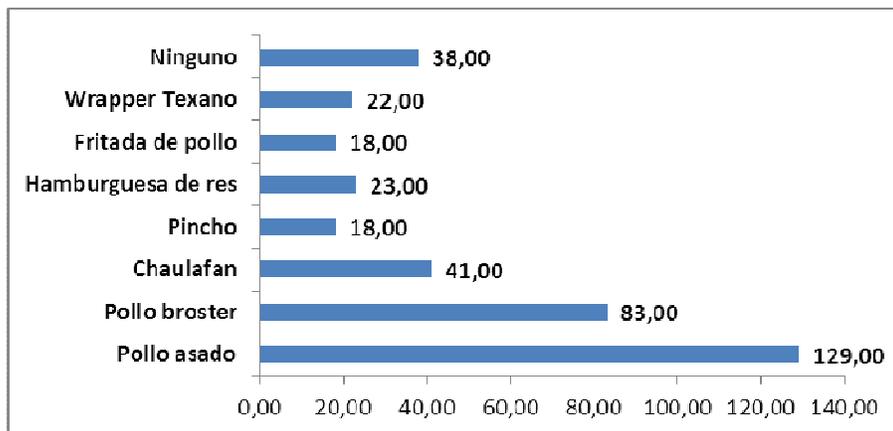
**PREFERENCIAS DE PRODUCTO.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Pollo asado	129.00	34.68%
Pollo broster	83.00	22.31%
Chaulafán	41.00	11.02%
Pincho	18.00	4.84%
Hamburguesa de res	23.00	6.18%
Fritada de pollo	18.00	4.84%
Wrapper Texano	22.00	5.91%
Ninguno	38.00	10.22%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 9

**PREFERENCIAS Y GUSTOS.**



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

El 57% de los encuestados prefieren el consumo del pollo Texas Chicken en sus dos presentaciones principales asado y broster; el 33% prefiere consumir productos sustitutos mientras que el 10% aproximadamente no lo define.

Cuadro Nro. 13

**PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.**

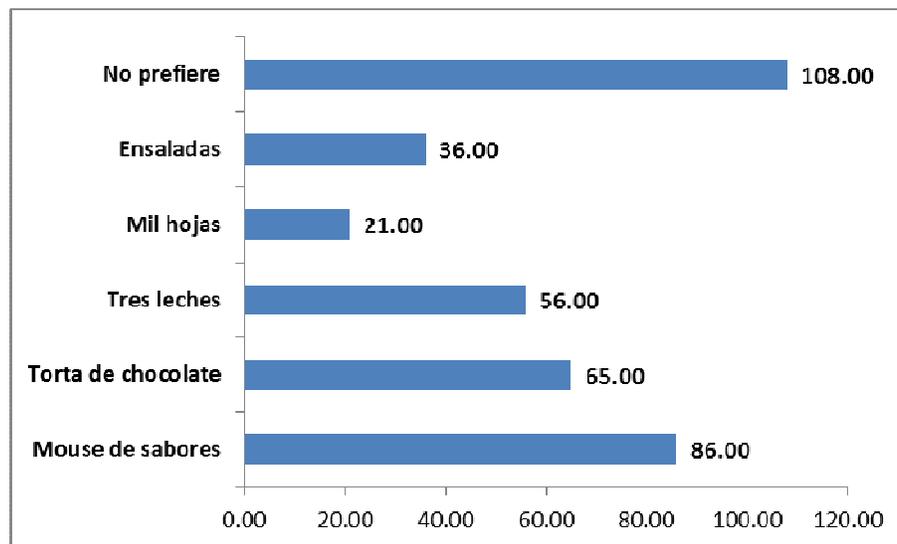
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mouse de sabores	86.00	23.12%
Torta de chocolate	65.00	17.47%
Tres leches	56.00	15.05%
Mil hojas	21.00	5.65%
Ensaladas	36.00	9.68%
No prefiere	108.00	29.03%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.

Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 10

**COMPLEMENTOS.**



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.

Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

Aproximadamente el 71% de los encuestados establecen que a su orden regular agregarían un producto complementario como: ensaladas, tortas, mouse de sabores, mil hojas, entre otros; mientras que el 29% de la población restante opina que no realizaría pedidos adicionales a su orden regular.

Cuadro Nro. 14

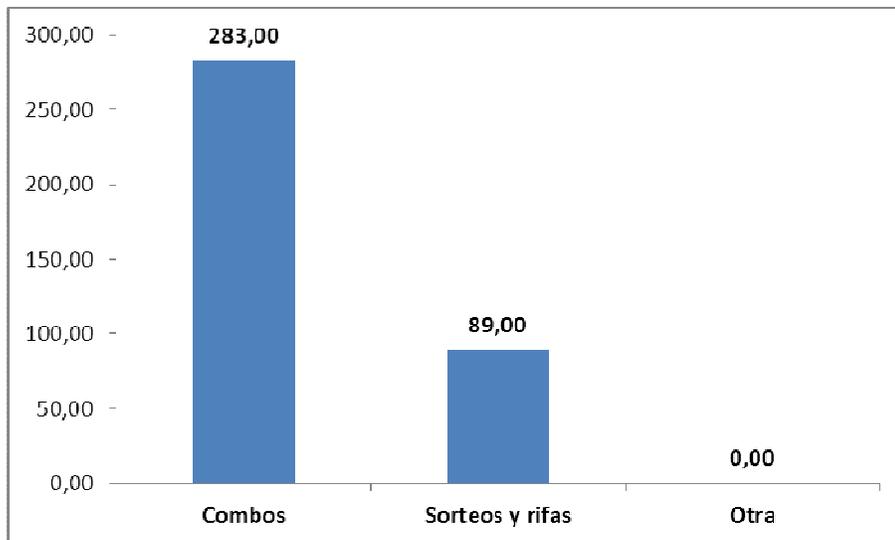
**PROMOCIONES Y/U OFERTAS.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Combos	283.00	76.08%
Sorteos y rifas	89.00	23.92%
Otra	0.00	0.00%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 11

**PROMOCIONES Y/U OFERTAS.**



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

El 24% de los encuestados manifiestan la preferencia de recibir sorteos y rifas como parte promocional de pollo TEXAS CHICKEN, mientras que el 76% restante prefiere los combos. Esta preferencia beneficia la comercialización de los productos que dispone la empresa, puesto que actualmente existen varios combos que permiten maximizar el nivel de ventas y obtener mejores resultados financieros.

Cuadro Nro. 15

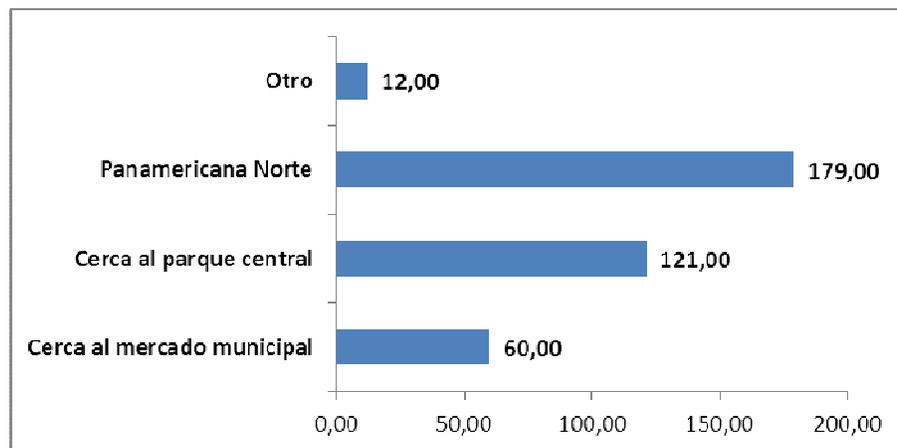
**UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE POLLO TEXAS CHICKEN.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Cerca al mercado municipal	60.00	16.13%
Cerca al parque central	121.00	32.53%
Panamericana Norte	179.00	48.12%
Otro	12.00	3.23%
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 12

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE POLLO TEXAS CHICKEN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.**



Fuente: Encuesta realizada en la ciudad de Atuntaqui. Junio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

El 48% de la población encuestada manifiesta que prefiere que pollo TEXAS CHICKEN se encuentre ubicado en la panamericana norte, principalmente debido a que permitiría disponer de áreas de fácil acceso y contar con parqueadero privado. El 32% expresa su preferencia de ubicación en el parque central, mientras que la diferencia establece su preferencia por otros lugares como por ejemplo cerca al mercado municipal.

### 3.8.2. INFORMACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.

Cuadro Nro. 16

#### FRECUENCIA DE VISITA A LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.

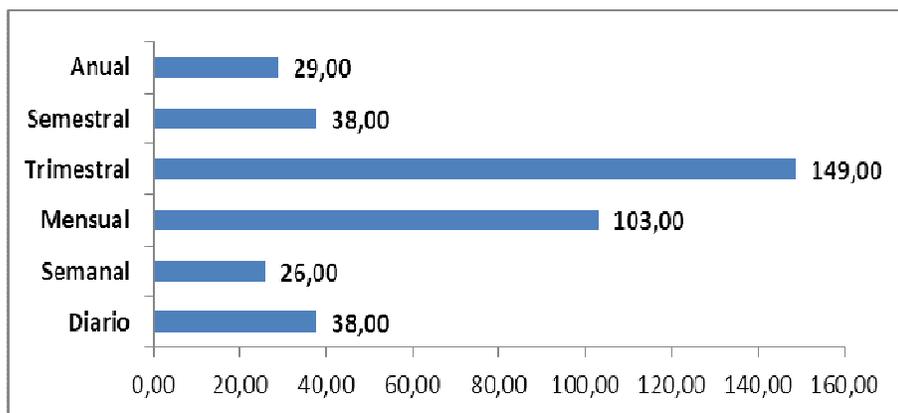
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Diario	38.00	9.92%
Semanal	26.00	6.79%
Mensual	103.00	26.89%
Trimestral	149.00	38.90%
Semestral	38.00	9.92%
Anual	29.00	7.57%
<b>Total</b>	<b>383.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.

Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 13

#### FRECUENCIA DE VISITA A LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.



Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.

Elaboración: Las Autoras

#### ANÁLISIS:

El 39% de los encuestados manifiestan que visitan a la ciudad de Atuntaqui cada tres meses; mientras que el 27% generalmente acuden de forma mensual. El 82.5% de los encuestados realiza visitas de manera recurrente lo que mejora sustancialmente las posibilidades de negocio.

Cuadro Nro. 17

**RAZÓN DE VISITA A LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.**

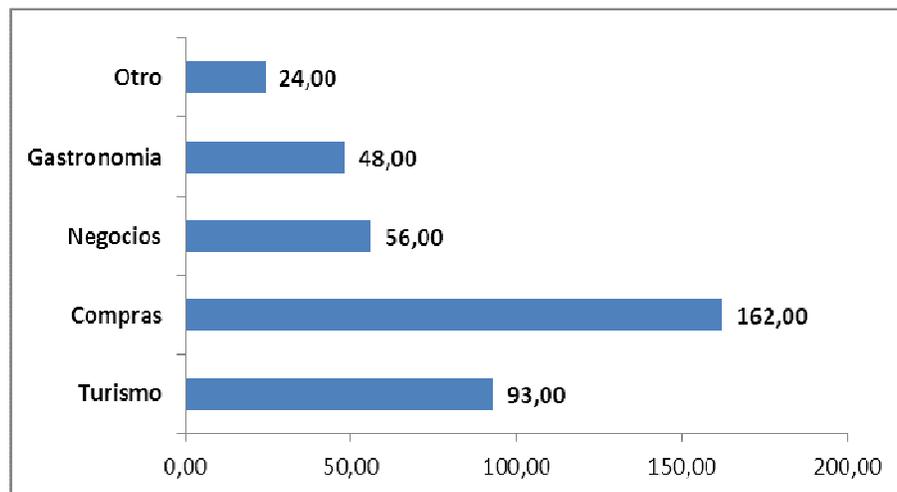
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Turismo	93.00	24.28%
Compras	162.00	42.30%
Negocios	56.00	14.62%
Gastronomía	48.00	12.53%
Otro	24.00	6.27%
<b>Total</b>	<b>383.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.

Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 14

**MOTIVO DE VISITA A LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.**



Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.

Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

Existe anualmente gran afluencia de turistas a la ciudad de Atuntaqui; el principal motivo por el cual llegan los turistas es para realizar compras de productos textiles en los almacenes existentes, esto es el 42%; el 24% realiza su visita a la ciudad para conocer sus distintos atractivos, entre ellos por ejemplo la Ex Fábrica Imbabura. El 13% visita la ciudad por disfrutar la gastronomía local.

Cuadro Nro. 18

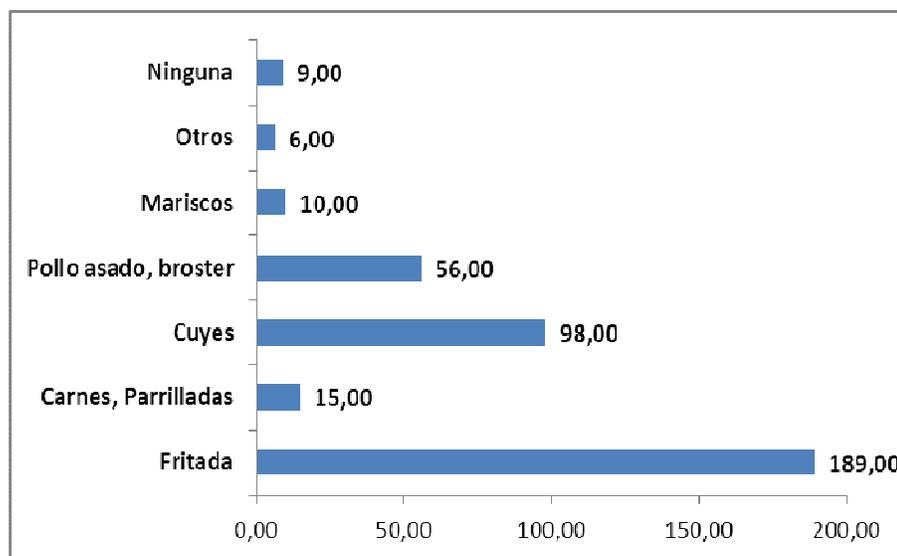
**PREFERENCIAS GASTRONÓMICAS.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Fritada	189.00	49.35%
Carnes, Parrilladas	15.00	3.92%
Cuyes	98.00	25.59%
Pollo asado, broster	56.00	14.62%
Mariscos	10.00	2.61%
Otros	6.00	1.57%
Ninguna	9.00	2.35%
<b>Total</b>	<b>383.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 15

**PREFERENCIAS GASTRONÓMICAS.**



Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

El 75% de los encuestados manifiestan su preferencia por degustar la gastronomía de la localidad, es decir la exquisita fritada y los cuyes; el 15% de la población encuestada prefiere pollo broster o asado; las otras opciones no son muy aceptadas por los turistas.

Cuadro Nro. 19

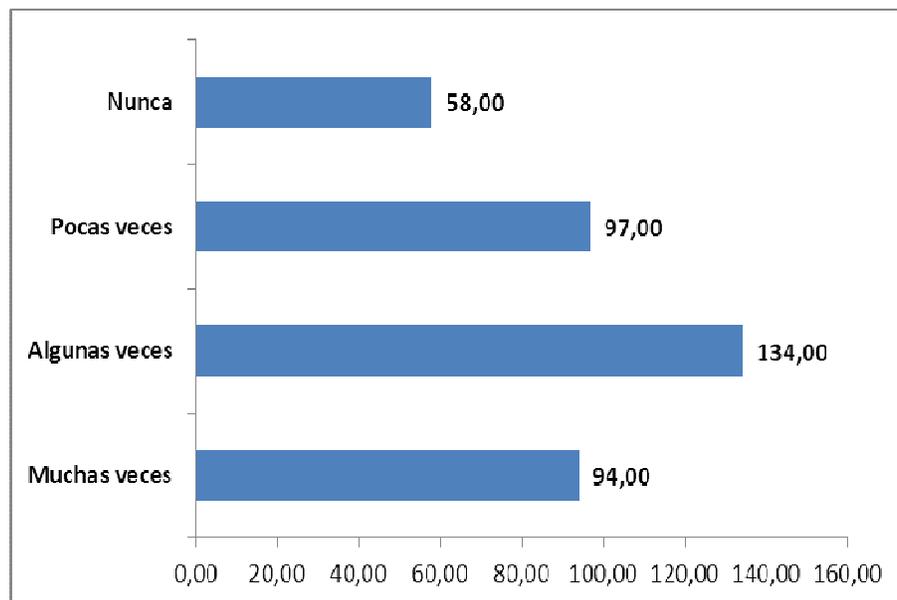
**CONSUMO DE POLLO TEXAS CHICKEN.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muchas veces	94.00	24.54%
Algunas veces	134.00	34.99%
Pocas veces	97.00	25.33%
Nunca	58.00	15.14%
<b>Total</b>	<b>383.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 16

**CONSUMO DE PRODUCTOS TEXAS CHICKEN.**



Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

Aproximadamente el 85% de los encuestados manifiestan que han consumido algún producto de TEXAS CHICKEN; es importante considerar que la mayor parte de turistas nacionales provienen de las ciudades de Quito y Guayaquil; lugares en los cuales actualmente existen locales de expendio de pollo TEXAS CHICKEN.

Cuadro Nro. 20

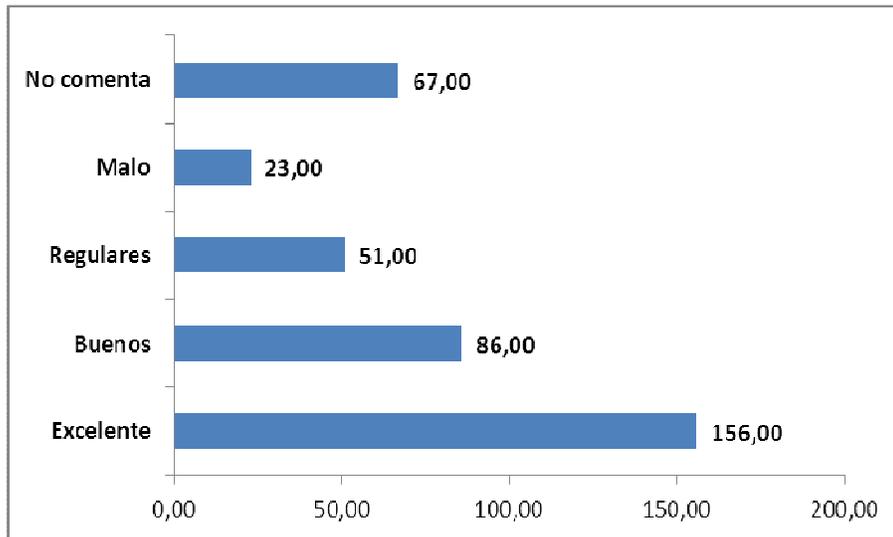
**EXPERIENCIA EN POLLO TEXAS CHICKEN.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	156.00	40.73%
Buenos	86.00	22.45%
Regulares	51.00	13.32%
Malo	23.00	6.01%
No comenta	67.00	17.49%
<b>Total</b>	<b>383.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 17

**NIVEL DE EXPERIENCIA EN POLLO TEXAS CHICKEN.**



Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

Pollo TEXAS CHICKEN actualmente cuenta con un nivel de aceptación del 63% de los encuestados aproximadamente. Como opinión desfavorable se sitúa en un 20%; mientras que el 17% restante de los encuestados no comentan sobre su experiencia en pollo TEXAS CHICKEN debido a que no conocen ningún local.

Cuadro Nro. 21

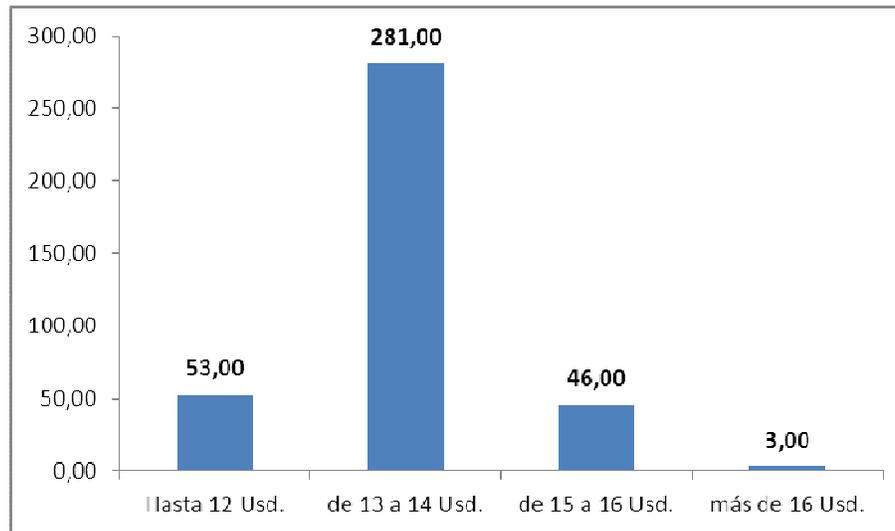
**PRECIOS DE VENTA DE UN POLLO ASADO TEXAS CHICKEN.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Hasta 12 Usd.	53.00	13.84%
de 13 a 14 Usd.	281.00	73.37%
de 15 a 16 Usd.	46.00	12.01%
más de 16 Usd.	3.00	0.78%
<b>Total</b>	<b>383.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 18

**PRECIOS DE VENTA DE UN POLLO ASADO TEXAS CHICKEN.**



Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

Con el fin de analizar el precio de venta dispuestos a pagar por un pollo asado Texas Chicken que viene acompañado de una porción de arroz, una porción de menestra y dos porciones de papas rancheras; el 73% de los encuestados manifiesta su voluntad de cancelar de 13 a 14 Usd.; el 14% manifiesta que cancelaría hasta 12 Usd. Se puede evidenciar que el precio de venta no puede exceder los 14 Usd.

Cuadro Nro. 22

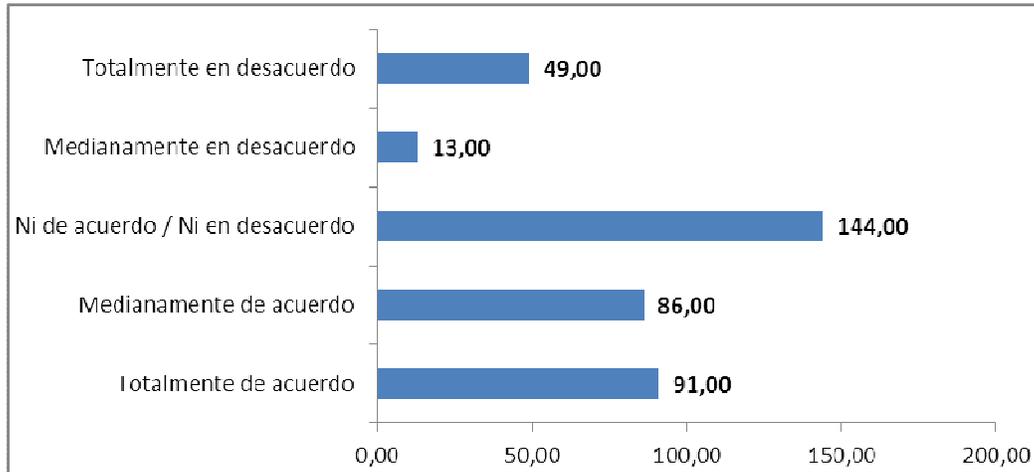
**APERTURA DEL LOCAL TEXAS CHICKEN EN ATUNTAQUI.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	91.00	23.76%
Medianamente de acuerdo	86.00	22.45%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	144.00	37.60%
Medianamente en desacuerdo	13.00	3.39%
Totalmente en desacuerdo	49.00	12.79%
<b>Total</b>	<b>383.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 19

**APERTURA DE POLLO TEXAS CHICKEN EN ATUNTAQUI.**



Fuente: Encuesta realizada a turistas de Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

El 46% de los encuestados muestran su opinión favorable a la apertura del local del pollo TEXAS CHICKEN; el 37% no manifiesta su opinión, por lo que se aplicarán estrategias de marketing para captar esta población; finalmente el 16% no está de acuerdo con la apertura debido a que prefieren visitar a lugares de expendio de comida típica y tradicional del Cantón Antonio Ante.

### 3.8.3. INFORMACIÓN DEL CENSO APLICADO A LOS PROVEEDORES.

Para el análisis de proveedores se consideró aquellas empresas que se encuentran ofertando en la ciudad de Atuntaqui la venta de pollos asados y/o broster.

Al mes de Julio de 2012 en la ciudad de Atuntaqui existen 6 lugares de expendio de pollos asados o broster. Entre los proveedores de mayor presencia se encuentran: La braza roja; Ranchito, Pollo loco, Mi chocita.

Para el análisis de los proveedores se realizó un censo.

Cuadro Nro. 23

#### TIEMPO DE APERTURA.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 años.	2.00	33.33%
3 a 5 años.	1.00	16.67%
5 a 10 años.	3.00	50.00%
Más de 10 años.	0.00	0.00%
<b>Total</b>	<b>6.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.

Elaboración: Las Autoras

#### ANÁLISIS:

El 50% de los locales existentes que se dedican a la prestación del servicio de venta de pollos asados o broster en la ciudad de Atuntaqui cuentan con una trayectoria en el mercado de 5 a 10 años, por lo que se puede observar que disponen de una posición consolidada en el mercado. Un proveedor del servicio mencionado, el cual constituye el 17% aproximadamente cuenta entre 3 a 5 años de experiencia en el mercado; sin embargo en los últimos 3 años han ingresado en el mercado dos nuevos competidores y han captado en poco tiempo un gran número de clientes.

Cuadro Nro. 24

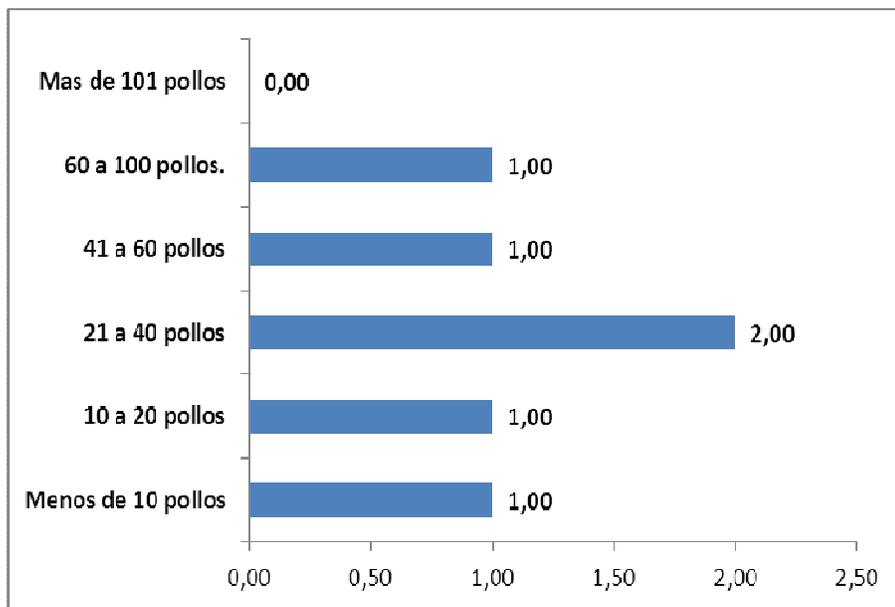
**VENTAS PROMEDIO DE POLLOS AL DÍA.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 10 pollos	1.00	16.67%
10 a 20 pollos	1.00	16.67%
21 a 40 pollos	2.00	33.33%
41 a 60 pollos	1.00	16.67%
60 a 100 pollos.	1.00	16.67%
Más de 101 pollos	0.00	0.00%
<b>Total</b>	<b>6.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 20

**PROMEDIO DE VENTAS DIARIAS.**



Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

La oferta en promedio diario de ventas de pollos broster o asados se encuentra en 270 unidades. El proveedor de mayor representación dispone una participación del mercado actual de un 35%

Cuadro Nro. 25

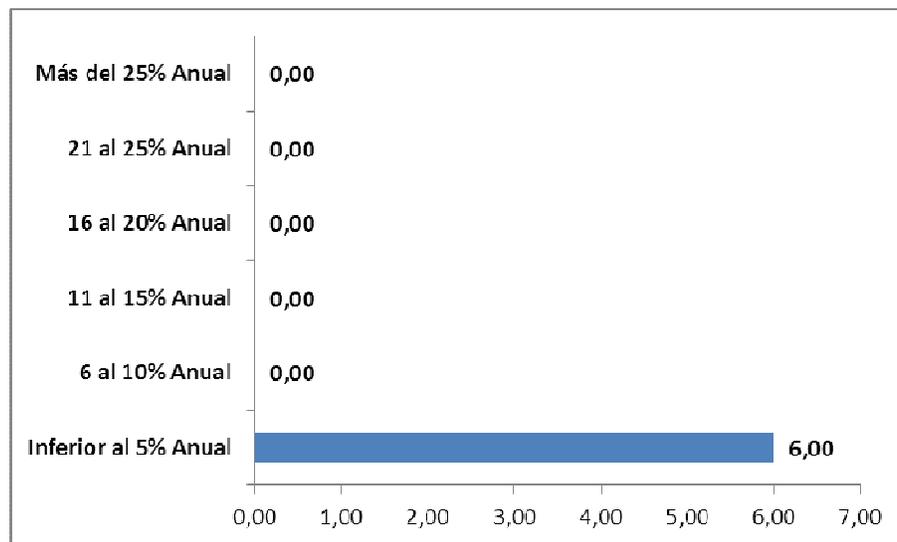
**CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO EN NÚMERO DE POLLOS.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Inferior al 5% Anual	6.00	100.00%
6 al 10% Anual	0.00	0.00%
11 al 15% Anual	0.00	0.00%
16 al 20% Anual	0.00	0.00%
21 al 25% Anual	0.00	0.00%
Más del 25% Anual	0.00	0.00%
<b>Total</b>	<b>6.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 21

**NIVEL DE CRECIMIENTO ANUAL.**



Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

Del análisis efectuado a los proveedores actuales de acuerdo con los registros de ingresos y egresos y en algunos casos en función a los registros contables el crecimiento anual de la oferta de pollos en promedio es del 5%.

Cuadro Nro. 26

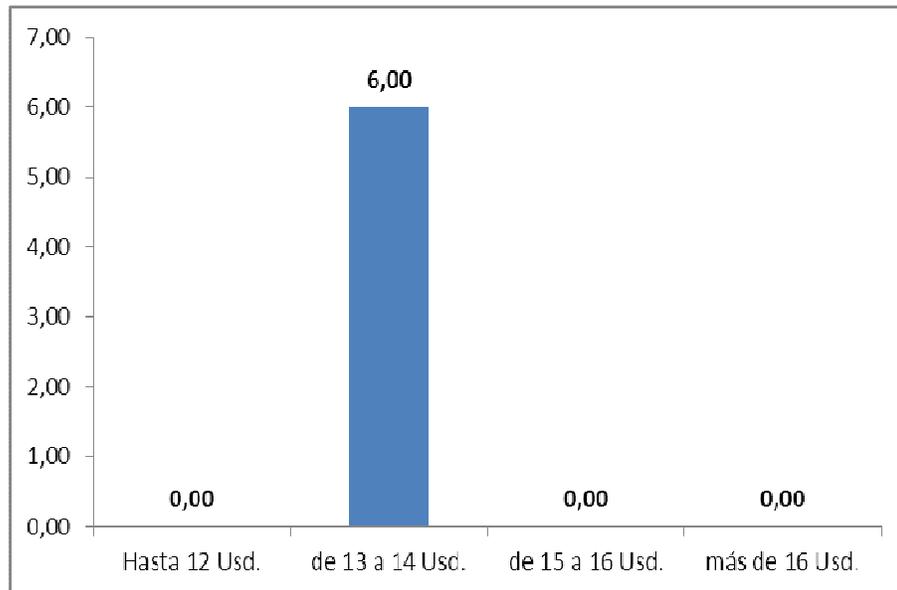
**PRECIO DE VENTA DE POLLOS.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Hasta 12 Usd.	0.00	0.00%
de 13 a 14 Usd.	6.00	100.00%
de 15 a 16 Usd.	0.00	0.00%
más de 16 Usd.	0.00	0.00%
<b>Total</b>	<b>6.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 22

**PROMEDIO DE PRECIO DE VENTAS.**



Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.  
 Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

El precio básicamente lo define las fuerzas del mercado; el 100% de los censados indicaron que el precio de venta por un pollo asado o broster que contenga algunos complementos como por ejemplo porciones de arroz, papas fritas o cocidas, ensalada, entre otros; los consumidores están de acuerdo en pagar un valor entre 13 a 14 dólares americanos.

Cuadro Nro. 27

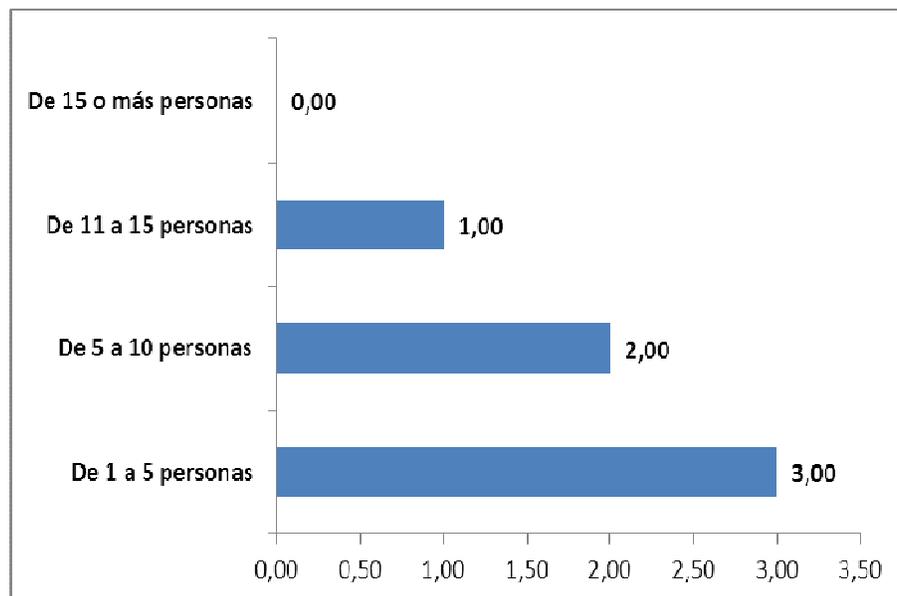
**NÚMERO DE PERSONAL EMPLEADO.**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De 1 a 5 personas	3.00	50.00%
De 5 a 10 personas	2.00	33.33%
De 11 a 15 personas	1.00	16.67%
De 15 o más personas	0.00	0.00%
<b>Total</b>	<b>6.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nro. 23

**PERSONAL OCUPADO.**



Fuente: Censo realizado a proveedores en Atuntaqui. Julio 2012.  
Elaboración: Las Autoras

**ANÁLISIS:**

La estructura administrativa de las empresas no es muy amplia en 3 locales de expendio, esto es el 50% de los actuales proveedores emplean un máximo de 5 personas para el desarrollo de sus actividades económicas. El 33% de los censados emplean entre 5 a 10 personas y finalmente el 17% ocupa de 11 a 15 personas.

### 3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

La demanda es el número de bienes o servicios que un grupo determinado de personas adquiere o adquiriría con el fin de satisfacer sus necesidades o deseos, además de aprovechar los beneficios que se pueden derivar de la adquisición.

#### 3.9.1. DEMANDA ACTUAL.

Considerando la información recolectada en las encuestas efectuadas la demanda actual se encuentra constituida de la siguiente manera:

Cuadro Nro. 28

#### DEMANDA ACTUAL LOCAL DE POLLOS ASADOS O BROSTER.

Detalle	Encuesta	%	Universo	Número	Demanda
Semanal	19.00	5.11%	556.00	52.00	28,912.00
Quincenal	64.00	17.20%	1,873.00	26.00	48,698.00
Mensual	88.00	23.66%	2,575.00	12.00	30,900.00
Bimestral	34.00	9.14%	995.00	6.00	5,970.00
Trimestral	77.00	20.70%	2,253.00	4.00	9,012.00
Semestral	45.00	12.10%	1,317.00	2.00	2,634.00
Anual	7.00	1.88%	205.00	1.00	205.00
No Consumiría	38.00	10.22%	1,110.00	0.00	0.00
<b>Total</b>	<b>372.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,884.00</b>		<b>126,331.00</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras

La demanda anual de pollos asados y broster en la población existente en la ciudad de Atuntaqui es de 126,331.00.

Es importante considerar que se debe incluir la demanda de los productos y servicios de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro Nro. 29

#### DEMANDA DE TURISTAS DE POLLOS ASADOS O BROSTER.

Detalle	Encuesta	%	Universo	Demanda
Pollos	56.00	14.62%	180,000.00	26,319.00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras

La demanda anual total que estaría integrada por el consumo de los habitantes de la ciudad de Atuntaqui y por los turistas que visitan la ciudad sería de 152,650.00 unidades.

### 3.9.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

Con la información actual se realizará la proyección de la demanda para los próximos cinco años, considerando para los habitantes de la ciudad de Atuntaqui la población económicamente activa y la tasa de crecimiento poblacional. En el caso de la proyección de los turistas durante los últimos años la concurrencia en promedio ha sido similar por lo que no se efectuará una proyección sino que se tomará en cuenta la misma demanda para los próximos cinco años.

Cuadro Nro. 30

#### PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.

Año	PEA	% TCP	Valor	Proyección PEA
2012	10,884.00	0.00	0.00	10,884.00
2013	10,884.00	2.54%	276.00	11,160.00
2014	11,160.00	2.54%	283.00	11,443.00
2015	11,443.00	2.54%	291.00	11,734.00
2016	11,734.00	2.54%	298.00	12,032.00
2017	12,032.00	2.54%	306.00	12,338.00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras

Cuadro Nro. 31

#### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE POLLOS DE LOS HABITANTES LOCALES.

Año	Población	Demanda
2012	10,884.00	126,331.00
2013	11,160.00	129,535.00
2014	11,443.00	132,819.00
2015	11,734.00	136,197.00
2016	12,032.00	139,656.00
2017	12,338.00	143,208.00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras

La proyección se realiza para los próximos 5 años en función a la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Atuntaqui.

Cuadro Nro. 32

**DEMANDA TOTAL DE POLLOS ASADOS O BROSTER POR TURISTAS Y HABITANTES LOCALES.**

<b>Año</b>	<b>Local</b>	<b>Turistas</b>	<b>Total</b>
2012	126,331.00	26,319.00	152,650.00
2013	129,535.00	26,319.00	155,854.00
2014	132,819.00	26,319.00	159,138.00
2015	136,197.00	26,319.00	162,516.00
2016	139,656.00	26,319.00	165,975.00
2017	143,208.00	26,319.00	169,527.00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras

La visita promedio de los turistas nacionales y del exterior no fluctúa de manera significativa como se explicó anteriormente la demanda de pollos asados o broster por parte de turistas no dispone de una tendencia de incremento o decremento, para determinar la demanda total se incluye la demanda proyectada de los habitantes de la ciudad de Atuntaqui.

**3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA.**

Para el análisis de la oferta se considera los actuales proveedores que se encuentran ubicados en la ciudad de Atuntaqui y que brindan productos similares; es decir pollos asados y/o broster.

**3.10.1. OFERTA ACTUAL.**

Considerando la información recolectada en el censo efectuado a los proveedores de pollos asados y/o broster en la ciudad de Atuntaqui la oferta actual anual se encuentra en 98,550.00 unidades.

### 3.10.2 . PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

Cuadro Nro. 33

#### PROYECCIÓN DE POLLOS ASADOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>	<b>% Incremento</b>	<b>Incremento</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
2012	98550	0%	0.00	98,550.00
2013	98550	5%	4,928.00	103,478.00
2014	103478	5%	5,174.00	108,652.00
2015	108652	5%	5,433.00	114,085.00
2016	114085	5%	5,704.00	119,789.00
2017	119789	5%	5,989.00	125,778.00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras

Tomando en consideración los actuales proveedores de pollos asados y/o broster la oferta para los próximos años crecería a razón del 5% anual aproximadamente. Es importante recalcar que no se ha considerado el ingreso de nuevos competidores.

### 3.11. BALANCE ENTRE DEMANDA Y OFERTA.

El objetivo de realizar el balance entre oferta y demanda es determinar la demanda insatisfecha, que para el proyecto es la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada.

Cuadro Nro. 34

#### ANÁLISIS ENTRE OFERTA Y DEMANDA.

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Oferta Proyectada</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2012	152,650.00	98,550.00	54,100.00
2013	155,854.00	103,478.00	52,376.00
2014	159,138.00	108,652.00	50,486.00
2015	162,516.00	114,085.00	48,431.00
2016	165,975.00	119,789.00	46,186.00
2017	169,527.00	125,778.00	43,749.00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras

Hay una oportunidad debido a que existe una gran demanda insatisfecha que con el paso del tiempo tiende a disminuir, sin embargo parte de la estrategia de la empresa será lograr una diferenciación que permita cada año incrementar el volumen de ventas a través de la entrega de productos y servicios de calidad.

### **3.12. ANÁLISIS DE PRECIOS.**

El precio de un bien es su relación de cambio por el dinero, es decir, el número de unidades monetarias que se necesitan para obtener una unidad del bien o servicio.

Los precios normalmente se establecen y fijan de acuerdo a las fuerzas del mercado tales como oferta y demanda.

Es importante considerar otros aspectos importantes como la estrategia global de la empresa, características esenciales del producto o servicio a comercializar, nivel del poder adquisitivo de los consumidores o demandantes.

Los precios de acuerdo con el análisis de los actuales competidores se encuentran en similares condiciones por lo que la diferenciación principalmente se va incorporar en el servicio.

La relación costo – beneficio de un proyecto depende en gran medida de la política de precios y de la estrategia empresarial adoptada.

Es importante para la empresa adoptar una estrategia en el mediano plazo el liderazgo en costos y con una economía de escala; es decir; el precio relativamente bajo de acuerdo a los respectivos costos de producción y comercialización de tal manera que permita alcanzar mayores ventas en un menor plazo.

### **3.13. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.**

Para realizar la comercialización se instalará un local en la ciudad de Atuntaqui y se brindará el servicio de entrega de los productos a domicilio

sin ningún costo adicional cuando sea en la ciudad. El local se encontrará situado en la panamericana norte.

Para ocasiones especiales y días festivos se implementará un sistema de promociones basado principalmente en la entrega de combos, lo cual garantizará un incremento del volumen de ventas y por ende mejorar los resultados financieros de la entidad.

Una de las alternativas más eficaces para aperturar nuevos mercados es la promoción y publicidad de los bienes y servicios que pollo TEXAS CHICKEN brindará.

Para realizar las campañas promocionales se empleará medios de comunicación masivos como:

- ❖ Prensa Escrita
- ❖ Radio

### **PRENSA ESCRITA.**

En cuanto a la prensa escrita, los diarios de mayor circulación dentro del cantón Antonio Ante son: el Diario del Norte y La Hora, en estos medios de comunicación se publicará y promocionará los productos y servicios que ofrece el local de pollo TEXAS CHICKEN.

### **RADIO.**

Para la promoción y publicidad, se empleará a las tres empresas difusoras más escuchadas en el cantón Antonio Ante y dentro de la provincia de Imbabura, como son la Radio Canela, Radio Caricia y Radio La Mega en estas radiodifusoras se transmitirá anuncios publicitarios sobre los productos y servicios a ofertar así como las promociones diarias que se brindará en la entidad.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO.**

El estudio técnico comprende el análisis de infraestructura y de aspectos técnicos que permitan la elaboración y comercialización de un determinado producto o prestación de un servicio.

El objetivo del estudio técnico comprende determinar los componentes para la implementación de la entidad, señalando básicamente cuales son los factores referentes a su ubicación, tamaño y equipamiento.

#### **4.1. ECONOMÍA DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA.**

Para determinar el tamaño de la empresa de manera óptima se toma en cuenta indicadores como volumen de la demanda, estructura de inversiones, ubicación, inversiones, entre otros.

##### **4.1.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN DEMANDA INSATISFECHA.**

Demanda insatisfecha para el año 2012:

54,100.00 unidades anuales, lo que en promedio mensual equivale a 4,508.00 unidades y por ende un valor en promedio de ventas de 150.00 pollos asados o broster. De acuerdo con la demanda insatisfecha el proyecto tiene un tamaño de PYME.

##### **4.1.2. TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN INVERSIÓN.**

El tamaño de la empresa según la estructura de inversiones determina niveles de financiamiento tanto de fuentes propias como fuentes de terceros.

<b>Inversión</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Propia	77,000.00	55.00%
Instituciones Financieras	63,000.00	45.00%
<b>Total</b>	<b>140,000.00</b>	<b>100.00%</b>

La inversión propia representa un 55% del total de la inversión, mientras que el 45% será financiado a través de fuentes de terceros, específicamente por Instituciones del Sistema Financiero.

Tomando en cuenta la inversión propia y de terceros, el tamaño del proyecto califica como PYME.

#### **4.1.3. TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.**

Para efectuar este análisis se considera la inversión a realizar en tecnología y equipos, los mismos se comprarán con el nivel estimado de producción y comercialización. TEXAS CHICKEN requiere una inversión en tecnología y equipos de 20,915.00 Usd. (Veinte mil novecientos quince dólares americanos), los mismos que serán empleados en la vida útil del proyecto.

#### **4.1.4. TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN ORGANIZACIÓN Y PERSONAL EMPLEADO.**

Para el desarrollo de las actividades operativas de la entidad, se requiere en total 21 personas que brindarán la atención a los consumidores y clientes en dos horarios continuos de trabajo.

### **4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.**

#### **4.2.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.**

El local de pollo TEXAS CHICKEN estará ubicado en la Provincia de Imbabura, en el Cantón Antonio Ante y en la Parroquia Urbana de Atuntaqui.

#### **4.2.2. MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.**

TEXAS CHICKEN se encontrará establecido en la Panamericana Norte Km. 93; cuenta con todos los servicios básicos; estacionamientos privados y dispone de una área total de construcción de 120 metros cuadrados con una capacidad de atención de 65 personas.

#### **4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

La ingeniería del proyecto tiene como finalidad principal seleccionar el proceso productivo, especificaciones de actividades y subactividades y rendimientos técnicos esperados.

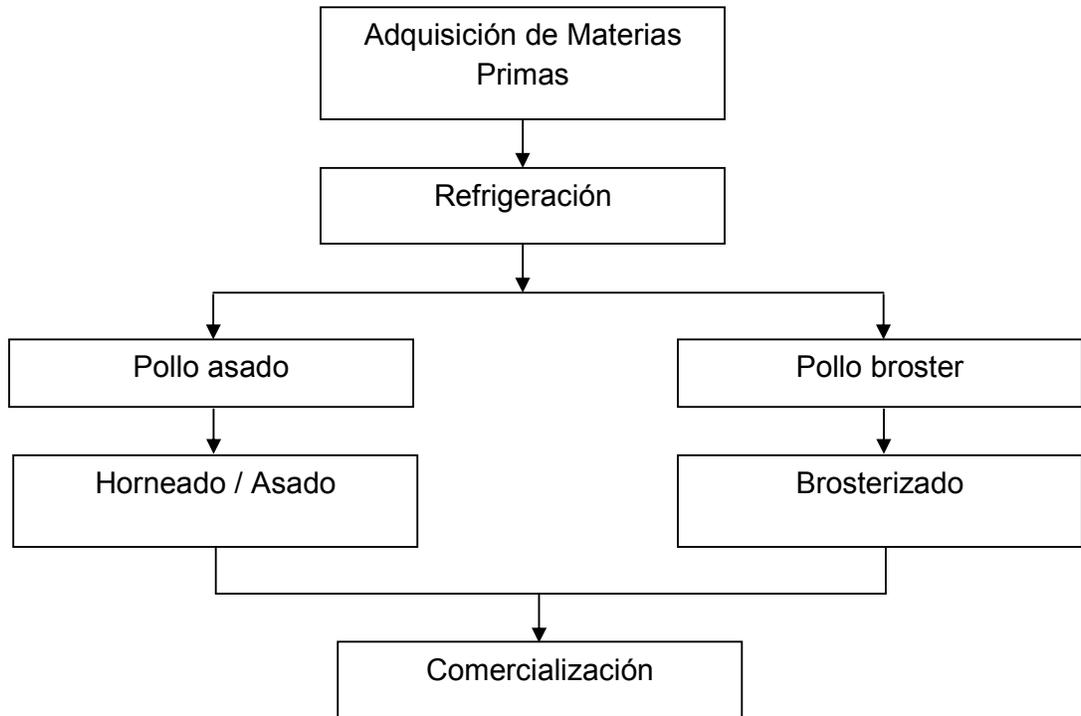
##### **4.3.1. DEFINICIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.**

El proceso productivo no es complejo debido a que el proveedor "ENMARSI CIA. LTDA." en su calidad de franquiciante tiene definidos los procesos y procedimientos que el franquiciado debe cumplir a cabalidad para asegurar la calidad de los productos y servicios.

El objetivo es lograr la estandarización y de esta manera que los consumidores perciban que el producto dispone de las mismas características y cualidades en cualquier local a nivel nacional.

Flujo Nro. 1

**PROCESO PRODUCTIVO.**



Fuente: ENMARSI CIA. LTDA

Elaboración: Las Autoras

Con respecto a materia prima “ENMARSI CIA. LTDA” envía el pollo con todos los aditamentos listo para la preparación, por lo que la entidad únicamente debe proceder a conservar las materias primas en lugares que permitan mantener el producto. Las materias primas llegan tres veces en semana para garantizar el expendio de productos que incluyan alta cantidad de nutrientes.

En cuanto al proceso de preparación del pollo asado así como del pollo broster los equipos cuentan con controles de tiempo automáticos que muestran cuando los productos han logrado su grado óptimo de cocción.

#### 4.3.2. EQUIPAMIENTO REQUERIDO.

Los equipos requeridos para el proceso productivo y administrativo se detallan a continuación:

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
01	Asador de pollos a motor (36 pollos) eléctrico o carbón	1,800.00	1,800.00
01	Asador de pollos broster a gas	2,900.00	2,900.00
01	Mesa para picar inoxidable	500.00	500.00
01	Freidora abierta de 2 canastillas y 3 picadores	500.00	500.00
01	Temporizador electrónico	1,015.00	1,015.00
01	Congelador estándar	1,300.00	1,300.00
01	Nevera	1,100.00	1,100.00
20	Mesas y sillas de madera	250.00	5,000.00
01	Plancha asadora	400.00	400.00
	<b>Subtotal Equipamiento</b>		<b>14,515.00</b>

Fuente: ENMARSI CIA. LTDA

Elaboración: Las Autoras

Para efectuar el proceso de entrega a domicilio se requiere la adquisición de una motocicleta:

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
01	Motocicleta	2,600.00	2,600.00
	<b>Subtotal equipo de distribución</b>		<b>2,600.00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Las Autoras

La inversión para la adquisición de la franquicia por un plazo de cinco años se presenta a continuación:

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
01	Franquicia TEXAS CHICKEN	10,000.00	10,000.00
	<b>Subtotal Franquicias</b>		<b>10,000.00</b>

Fuente: ENMARSI CIA. LTDA

Elaboración: Las Autoras

El requerimiento en inmuebles e infraestructura:

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
01	Terreno (250 metros cuadrados)	20,000.00	20,000.00
120	Construcción y Edificación	395.00	47,400.00
	<b>Subtotal Infraestructura</b>		<b>67,400.00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Las Autoras

El costo total en infraestructura es de sesenta y siete mil cuatrocientos dólares americanos.

La inversión en muebles y enseres se presenta a continuación:

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
01	Escritorio tipo gerente	700.00	700.00
01	Silla giratoria tipo gerente	200.00	200.00
02	Escritorio tipo secretaria	500.00	1,000.00
02	Silla giratoria tipo secretaria	120.00	240.00
06	Archivadores	200.00	1,200.00
06	Sillas fijas	47.50	285.00
01	Counter de atención al cliente	1,850.00	1,850.00
02	Mesas para cocina	250.00	500.00
02	Divisiones de trabajo cajeros	800.00	1,600.00
01	Paneles divisorios	510.00	510.00
	<b>Subtotal Muebles y Enseres</b>		<b>8,085.00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Las Autoras

Determinado básicamente por los equipos para comunicaciones con la finalidad de desarrollar todas las actividades de manera eficiente.

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
01	Central telefónica	400.00	400.00
04	Teléfonos	55.00	220.00
01	Fax (Multifunción)	380.00	380.00
	<b>Subtotal Equipo de Oficina</b>		<b>1,000.00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Las Autoras

En cuanto al Equipo de Cómputo existe el siguiente requerimiento:

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
03	Computadores fijos	600.00	1,800.00
01	Servidor Básico	1,000.00	1,000.00
01	Computador portátil	1,250.00	1,250.00
02	Impresoras térmicas	385.00	770.00
01	Impresora láser	380.00	380.00
	<b>Subtotal Equipo de Cómputo</b>		<b>5,200.00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Las Autoras

Existe un requerimiento de software para el manejo de la información y el procesamiento de datos:

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
01	Software contable administrativo	1,200.00	1,200.00
	<b>Subtotal Software</b>		<b>1,200.00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Las Autoras

#### **4.3.3. VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.**

La vida útil del proyecto se encuentra definido por el plazo de cinco años debido a que es el tiempo que consta en el contrato de franquicia del intangible "TEXAS CHICKEN"; dependiendo de los resultados operacionales del proyecto se puede ampliar los años de vigencia del contrato.

#### **4.3.4. VALORACIÓN DE INVERSIONES.**

Para realizar la ejecución del proyecto se requiere de las siguientes inversiones:

Cuadro Nro. 35

**ANÁLISIS DE INVERSIONES.**

Inversión Variable		<u><b>30,000.00</b></u>
Capital de Trabajo	30,000.00	
Inversión Fija		<u><b>110,000.00</b></u>
Terreno	20,000.00	
Edificio	47,400.00	
Equipamiento	14,515.00	
Muebles y Enseres	8,085.00	
Equipos de Oficina	1,000.00	
Equipo de Cómputo	5,200.00	
Software	1,200.00	
Transporte	2,600.00	
Franquicia	10,000.00	
<b>Total Inversiones</b>		<u><b>140,000.00</b></u>

Elaboración: Las Autoras

El 55% de la inversión inicial se financia con recursos propios y el 45% se financiará con Instituciones del Sistema Financiero.

Cuadro Nro. 36

**ESTRUCTURA DE LAS INVERSIONES.**

DETALLE	VALOR	%	TASA	VALOR
			PONDERADA	PONDERADO
Inversión Propia	77,000.00	55.00%	25.00%	19,250.00
Inversión IFIS	63,000.00	45.00%	9.00%	5,670.00
Inversionistas	0.00	0.00%	0.00%	0.00
<b>Inversión Total</b>	<b>140,000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>17.80%</b>	<b>24,920.00</b>

Elaboración: Las Autoras

**Costo de Oportunidad: 2.49%**

La inversión variable está conformada por el capital de trabajo que requiere para iniciar el proyecto. En la inversión fija se encuentran los rubros que conforman los activos a largo plazo.

La estructura de inversiones se desarrolla con recursos provenientes de varios sectores, en el presente proyecto se financiará con recursos propios y con fondos de terceros a través de una Institución del Sistema Financiero formal.

Los inversionistas por la colocación de sus recursos esperan la obtención de una tasa de rendimiento, estas tasas son ponderadas de acuerdo a los valores invertidos.

El costo de oportunidad se refiere al valor que renuncia un inversionista cuando hace una elección o toma una decisión.

#### 4.3.5. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Cuadro Nro. 37

##### FINANCIAMIENTO.

<b>Nro.</b>	<b>Concepto</b>	<b>Recursos Propios</b>	<b>Recursos Financiados</b>	<b>Total</b>
01	Capital de Trabajo	30,000.00	0.00	30,000.00
02	Franquicia	10,000.00	0.00	10,000.00
03	Terreno	20,000.00	0.00	20,000.00
04	Propiedad y Equipo	17,000.00	63,000.00	80,000.00
	<b>Total General</b>	<b>77,000.00</b>	<b>63,000.00</b>	<b>140,000.00</b>

Elaboración: Las Autoras

El financiamiento para la creación de la empresa está constituido por fondos propios equivalente al 55% de la inversión inicial y el 45% financiado con fondos de terceros específicamente por Instituciones del Sector Financiero.

El capital propio es aportado por las autoras de la presente investigación, quienes disponen de los recursos económicos para financiar, implementar y ejecutar el proyecto.

#### 4.3.5. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.

Cuadro Nro. 38

##### **COSTO DEL PASIVO FINANCIERO.**

Valor del Préstamo: 63.000,00 Usd.

Tasa de interés: 9% anual

Periodicidad: Anual.

Plazo: 5 años

Pagos: Anual

Pago	Fecha	S. Inicial	Pago	Capital	Interés	Saldo Final
01	2013	63,000.00	16,196.82	10,526.82	5,670.00	52,473.18
02	2014		16,196.82	11,474.24	4,722.59	40,998.94
03	2015		16,196.82	12,506.92	3,689.90	28,492.02
04	2016		16,196.82	13,632.54	2,564.28	14,859.48
05	2017		16,196.82	14,859.48	1,337.35	0,00
				63,000.00	17,984.12	

Fuente: Institución Financiera (Banco de Guayaquil).

Elaboración: Las Autoras

Para la creación del local de pollo TEXAS CHICKEN en la ciudad de Atuntaqui es necesario contar con un financiamiento de 63.000,00 Usd. (Sesenta y tres mil dólares americanos).

Cuadro Nro. 39

**DEPRECIACIONES.**

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>	<b>Valor Rescate</b>	<b>Importe Depreciable</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciación.</b>
Edificio	47,400.00	9,480.00	37,920.00	30	1,264.00
Equipamiento	14,515.00	515.00	14,000.00	7	2,000.00
Muebles y Enseres	8,085.00	0.00	8,085.00	10	808.50
Equipos de Oficina	1,000.00	0.00	1,000.00	10	100.00
Equipos de Cómputo	5,200.00	0.00	5,200.00	5	1,040.00
Equipo de Transporte	2,600.00	600.00	2,000.00	5	400.00

Elaboración: Las Autoras

El cálculo de las depreciaciones se encuentra en función a la vida útil estimada de cada activo, tomando en cuenta que al final del periodo de uso del bien algunos activos poseen un valor de rescate.

Cuadro Nro. 40

**AMORTIZACIONES.**

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Amortización</b>
Franquicia	10,000.00	5	2,000.00
Software contable	1,200.00	5	240.00

Elaboración: Las Autoras

La amortización de la franquicia se calcula considerando el plazo de vigencia del contrato mientras que el software de acuerdo a la vida útil estimada del activo intangible.

La implementación del proyecto requiere un sin número de recursos los cuales deben ser identificados y analizados en forma minuciosa, oportuna y adecuada.

**4.4. DETERMINACIÓN DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO.**

Para la determinación de costos y gastos se consideró aspectos de orden técnico, legislación laboral, leyes tributarias y otras normas y regulaciones. La determinación de costos y gastos se lo realiza en base a

la demanda insatisfecha que es la cantidad que pollo TEXAS CHICKEN espera cubrir en el mercado local.

Los costos y gastos se establecen para el primer año de ejecución del proyecto, es decir para el ejercicio económico 2013.

#### 4.4.1. DETERMINACIÓN DE COSTOS.

Para la determinación de los costos del proyecto se analizan tres componentes: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Cuadro Nro. 41

##### MATERIA PRIMA DIRECTA.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
52,376.00	Pollos	6.00	314,256.00
104,752.00	Papas	0.20	20,950.40
52,376.00	Arroz	0.15	7,856.40
52,376.00	Menestra	0.20	10,475.20
<b>Total</b>			<b><u>353,538.00</u></b>

Elaboración: Las Autoras

La materia prima es proporcionada por "ENMARSI CIA. LTDA.", por ser una franquicia es una de las condiciones del contrato, por lo que las proporciones y costos se encuentran establecidos. De esta manera se garantiza la calidad de los productos y la estandarización a nivel nacional.

Cuadro Nro. 42

##### MANO DE OBRA DIRECTA.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	SUELDO	TOTAL
03	Asadores	3,960.00	11,880.00
06	Meseros y posilleros	3,960.00	23,760.00
09	Beneficios Sociales MOD	1,297.34	11,676.06
<b>Total</b>			<b><u>47,316.06</u></b>

Elaboración: Las Autoras

Se considera el número de personal requerido para cubrir los requerimientos de los clientes.

Cuadro Nro. 43

**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1.00	Servicios básicos	2,220.00	2,220.00
52,376.00	Material de despacho	0.02	1,047.52
1.00	Material de aseo	800.00	800.00
52,376.00	Sal / Mayonesas y otros	0.04	2,095.04
1.00	Depreciaciones	2,000.00	2,000.00
<b>Total</b>			<b><u>8,162.56</u></b>

Elaboración: Las Autoras

Son costos relacionados con la actividad productiva y prestación del servicio.

Cuadro Nro. 44

**EL RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN.**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
1.00	Materia prima directa	353,538.00
1.00	Mano de Obra Directa	47,316.06
1.00	Costos Indirectos de Fabricación	8,162.56
<b>Total</b>		<b><u>409,016.62</u></b>

Elaboración: Las Autoras

**4.4.2. DETERMINACIÓN DE GASTOS.**

Los gastos son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio, distintos de los relacionados con las distribuciones realizadas a los inversores de patrimonio. Los costos financieros se contabilizan en los gastos de administración.

Cuadro Nro. 45

**SUELDOS Y DEMÁS REMUNERACIONES DE ADMINISTRACIÓN.**

<b>Detalle</b>	<b>Gerente</b>	<b>Contador</b>	<b>Asistente</b>	<b>Guardias</b>	<b>Cajeros</b>
Sueldo	6,600.00	5,400.00	4,800.00	11,880.00	11,880.00
Aporte Patronal	801.90	656.10	583.20	1,443.42	1,443.42
Décimo T. Sueldo	550.00	450.00	400.00	990.00	990.00
Décimo C. Sueldo	321.20	321.20	321.20	963.60	963.60
Vacaciones	275.00	225.00	200.00	495.00	495.00
<b>Total</b>	<b>8,548.10</b>	<b>7,052.30</b>	<b>6,304.40</b>	<b>15,772.02</b>	<b>15,772.02</b>

Elaboración: Las Autoras

Corresponde al pago por los servicios prestados bajo relación de dependencia, los gastos por servicios administrativos ascienden a Usd. 53,448.84 (Cincuenta y tres mil cuatrocientos cuarenta y ocho, 84/100 dólares).

Cuadro Nro. 46

**GASTOS DE OPERACIÓN DE ADMINISTRACIÓN.**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>MESES</b>	<b>TOTAL</b>
Servicios básicos	75.00	12.00	900.00
Suministros oficina	100.00	12.00	1,200.00
Depreciaciones	267.71	12.00	3,212.50
Amortizaciones	186.67	12.00	2,240.00
Varios	50.00	12.00	600.00
<b>Total</b>			<b><u>8,152.50</u></b>

Elaboración: Las Autoras

Para un adecuado funcionamiento es necesario disponer de un equipo administrativo profesional en diferentes áreas como: administración y contabilidad; dotarles con los elementos materiales y económicos necesarios para una buena gestión administrativa.

Cuadro Nro. 47

**SUELDOS Y DEMÁS REMUNERACIONES VENTAS.**

<b>DETALLE</b>	<b>MOTOCICLISTAS</b>
Sueldo	11,880.00
Aporte Patronal	1,443.42
Décimo T. Sueldo	990.00
Décimo C. Sueldo	963.60
Vacaciones	495.00
<b>Total</b>	<b>15,772.02</b>

Elaboración: Las Autoras

Se considera el personal que realizará las entregas de los pedidos a domicilio, se requieren tres personas para cubrir los dos turnos establecidos.

Cuadro Nro. 48

**GASTOS DE OPERACIÓN VENTAS.**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>MESES</b>	<b>TOTAL</b>
Combustible	120.00	12.00	1,440.00
Publicidad	600.00	12.00	7,200.00
Regalía	788.91	12.00	9,466.96
Depreciaciones	33.33	12.00	400.00
Otros	50.00	12.00	600.00
<b>Total</b>			<b><u>19,106.96</u></b>

Elaboración: Las Autoras

Gastos necesarios para efectuar la operación de la entidad, relacionados con el área de comercialización.

A continuación se presenta la consolidación de costos y gastos del proyecto.

Cuadro Nro. 49

**CONSOLIDACIÓN DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO.**

<b>DETALLE</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>COSTOS</b>		
<b>COSTO DE VENTAS</b>		409,016.62
Materia prima directa	353,538.00	
Mano de obra directa	47,316.06	
Costos indirectos de fabricación	8,162.56	
<b>GASTOS</b>		
<b>ADMINISTRACIÓN</b>		67,271.34
Sueldos	40,560.00	
Aporte Patronal	4,928.04	
Décimo T. Sueldo	3,380.00	
Décimo C. Sueldo	2,890.80	
Vacaciones	1,690.00	
Servicios básicos	900.00	
Suministros de oficina	1,200.00	
Depreciaciones	3,212.50	
Amortizaciones	2,240.00	
Financiero	5,670.00	
Varios	600.00	
<b>VENTAS</b>		34,878.98
Sueldos	11,880.00	
Aporte Patronal	1,443.42	
Décimo T. Sueldo	990.00	
Décimo C. Sueldo	963.60	
Vacaciones	495.00	
Combustible	1,440.00	
Publicidad	7,200.00	
Regalías	9,466.96	
Depreciaciones	400.00	
Otros	600.00	
<b>Total Costos y Gastos</b>		<b><u>511,166.94</u></b>

Elaboración: Las Autoras

#### 4.5. INGRESOS DEL PROYECTO.

Los ingresos por ventas son los recursos económicos que recibiría la entidad debido a la transferencia de los bienes y productos a un determinado precio durante la vida útil de la entidad, afectando de esta manera los resultados operativos de la empresa.

El precio de venta de cada unidad será fijado para el primer año en 13,50 Usd. (Trece, 50/100 dólares americanos), este precio es el que exige el mercado de acuerdo con el estudio efectuado.

Pese a que el precio de venta a los consumidores es de 13,50 Usd. (Trece, 50/100 dólares americanos); el valor de los ingresos para la entidad por cada unidad vendida es de 12,05 Usd. (Doce, 05/100 dólares americanos), el 1,45 Usd. (Un, 45/100 dólares americanos) corresponde al Impuesto al Valor Agregado.

Los ingresos por ventas para el primer año de ejecución del proyecto se presentan a continuación.

Cuadro Nro. 50

#### INGRESOS DEL PROYECTO.

AÑO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2013	52,376.00	12.05	631,130.80

Elaboración: Las Autoras

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.

En el presente capítulo se detalla la información financiera del proyecto, así como aquellos elementos que ayudarán a evaluar el proyecto en términos económicos y determinar la factibilidad del mismo.

#### 5.1. INGRESOS PROYECTADOS.

Los ingresos estimados para la entidad se lo establecieron considerando la cantidad de la demanda insatisfecha por cada año establecido en el estudio de mercado. A continuación se detalla la proyección para los próximos 5 años:

Cuadro Nro. 51

#### INGRESOS DEL PROYECTO.

<b>AÑO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
2013	52,376.00	12.05	631,130.80
2014	50,486.00	12.50	631,075.00
2015	48,431.00	12.95	627,181.45
2016	46,186.00	13.39	618,430.54
2017	43,749.00	13.84	605,454.91

Elaboración: Las Autoras

Los ingresos únicamente se encuentran proyectados en base a la cantidad de la demanda insatisfecha sin embargo se debe considerar que se pretende conseguir más clientes que actualmente están con la competencia.

## 5.2. COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS.

Los costos y gastos son proyectados considerando un incremento porcentual definidos en algunos casos por “ENMARSI CIA. LTDA.”; la tasa de inflación histórica o por las decisiones que establecen los administradores de la entidad.

Cuadro Nro. 52

### COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA.

<b>DETALLE</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Pollos	314,256.00	318,061.80	320,371.07	320,796.41	319,063.10
Papas	20,950.40	21,204.12	21,358.07	21,386.43	21,270.87
Arroz	7,856.40	7,951.55	8,009.28	8,019.91	7,976.58
Menestra	10,475.20	10,602.06	10,679.04	10,693.21	10,635.44
<b>Total</b>	<b>353,538.00</b>	<b>357,819.53</b>	<b>360,417.45</b>	<b>360,895.96</b>	<b>358,945.98</b>

Fuente: ENMARSI CIA. LTDA.

Elaboración: Las Autoras

En el caso de la mano de obra directa únicamente se considera el rubro de sueldos y salarios, los beneficios sociales se registran como CIF.

Cuadro Nro. 53

### COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA PROYECTADA.

<b>Detalle</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Sueldo	35,640.00	39,204.00	43,124.40	47,436.84	52,180.52
Aporte Patronal	4,330.26	4,763.29	5,239.61	5,763.58	6,339.93
Décimo T. Sueldo	2,970.00	3,267.00	3,593.70	3,953.07	4,348.38
Décimo C. Sueldo	2,890.80	3,179.88	3,497.87	3,847.65	4,232.42
Vacaciones	1,485.00	1,633.50	1,796.85	1,976.54	2,174.19
Fondos de Reserva	0.00	3,267.00	3,593.70	3,953.07	4,348.38
<b>Totales</b>	<b>47,316.06</b>	<b>55,314.67</b>	<b>60,846.13</b>	<b>66,930.75</b>	<b>73,623.82</b>

Fuente: ENMARSI CIA. LTDA.

Elaboración: Las Autoras

Los beneficios sociales consideran la normativa laboral y con un incremento de los sueldos del 10%, porcentaje que se ha mantenido en los últimos años.

Los costos indirectos de fabricación se proyectan de acuerdo a los índices inflacionarios que el Ecuador ha mantenido en los últimos años.

Cuadro Nro. 54

**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN PROYECTADO.**

<b>DETALLE</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Servicios básicos	2,220.00	2,286.60	2,355.20	2,425.85	2,498.63
Material despacho	1,047.52	1,078.95	1,111.31	1,144.65	1,178.99
Material de aseo	800.00	824.00	848.72	874.18	900.41
Sal / Mayonesa	2,095.04	2,157.89	2,222.63	2,289.31	2,357.99
Depreciaciones	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
<b>Total</b>	<b>8,162.56</b>	<b>8,347.44</b>	<b>8,537.86</b>	<b>8,734.00</b>	<b>8,936.02</b>

Elaboración: Las Autoras

Para la proyección de los gastos se aplicó los mismos criterios que se emplearon en la proyección de los costos de producción.

Cuadro Nro. 55

**SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES DE ADMINISTRACIÓN PROYECTADOS.**

<b>Detalle</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Sueldo	40,560.00	44,616.00	49,077.60	53,985.36	59,383.90
Aporte Patronal	4,928.04	5,420.84	5,962.93	6,559.22	7,215.14
Décimo T. Sueldo	3,380.00	3,718.00	4,089.80	4,498.78	4,948.66
Décimo C. Sueldo	2,890.80	3,179.88	3,497.87	3,847.65	4,232.42
Vacaciones	1,690.00	1,859.00	2,044.90	2,249.39	2,474.33
Fondos de Reserva	0.00	3,718.00	4,089.80	4,498.78	4,948.66
<b>Total</b>	<b>53,448.84</b>	<b>62,511.72</b>	<b>68,762.90</b>	<b>75,639.19</b>	<b>83,203.10</b>

Elaboración: Las Autoras

Los sueldos y salarios se proyectan con un incremento del 10% anual, considerando los aumentos que ha efectuado el Gobierno en los dos últimos años y la normativa legal en la cual establece que al menos el ingreso promedio por familia debe permitir cubrir la canasta básica familiar.

Cuadro Nro. 56

**GASTOS DE OPERACIÓN DE ADMINISTRACIÓN PROYECTADO.**

<b>Detalle</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Servicios básicos	900.00	927.00	954.81	983.45	1,012.96
Suministros oficina	1,200.00	1,236.00	1,273.08	1,311.27	1,350.61
Depreciaciones	3,212.50	3,212.50	3,212.50	3,212.50	3,212.50
Amortizaciones	2,240.00	2,240.00	2,240.00	2,240.00	2,240.00
Varios	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
<b>Total</b>	<b>8,152.50</b>	<b>8,245.50</b>	<b>8,341.89</b>	<b>8,441.80</b>	<b>8,545.37</b>

Elaboración: Las Autoras

El gasto depreciación y amortización se mantienen constantes en el tiempo debido a que se emplea el método de línea recta y la administración no tiene planificado realizar adiciones o bajas en propiedad y equipo.

Cuadro Nro. 57

**SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES DE VENTAS PROYECTADO.**

<b>DETALLE</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Sueldo	11,880.00	13,068.00	14,374.80	15,812.28	17,393.51
Aporte Patronal	1,443.42	1,587.76	1,746.54	1,921.19	2,113.31
Décimo T. Sueldo	990.00	1,089.00	1,197.90	1,317.69	1,449.46
Décimo C. Sueldo	963.60	1,059.96	1,165.96	1,282.55	1,410.81
Vacaciones	495.00	544.50	598.95	658.85	724.73
Fondos de Reserva	0.00	1,089.00	1,197.90	1,317.69	1,449.46
<b>Total</b>	<b>15,772.02</b>	<b>18,438.22</b>	<b>20,282.04</b>	<b>22,310.25</b>	<b>24,541.27</b>

Elaboración: Las Autoras

Representan los costos del personal del área comercial, se presenta los sueldos y beneficios sociales. Para la proyección se considera un incremento del 10% en cada ejercicio económico. Los beneficios sociales determinados de acuerdo a la normativa laboral.

Cuadro Nro. 58

**GASTOS DE OPERACIÓN DE VENTAS PROYECTADO.**

<b>Detalle</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Combustible	1,440.00	1,440.00	1,483.20	1,483.20	1,527.70
Publicidad	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
Regalías	9,466.96	9,466.13	9,407.72	9,276.46	9,081.82
Depreciaciones	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Otros	600.00	650.00	700.00	750.00	800.00
<b>Total</b>	<b>19,106.96</b>	<b>19,156.12</b>	<b>19,190.92</b>	<b>19,109.66</b>	<b>19,009.52</b>

Elaboración: Las Autoras

El gasto publicidad depende del nivel de ingresos, sin embargo con el transcurso del tiempo disminuye y la decisión de la administración es por lo menos realizar la misma inversión en publicidad y promoción.

El gasto depreciación corresponde a la distribución sistemática del importe depreciable en el tiempo esperado de vida útil del activo, el método empleado es el lineal, la administración no tiene planificado realizar adiciones o bajas en los próximos cinco años, por ende el valor de la depreciación se mantiene fijo en el tiempo.

Con respecto al combustible por políticas económicas y al ser un producto de alta sensibilidad e impacto en la fijación de precios del mercado, la política nacional propende a que no se incremente el valor de los combustibles.

**5.3. ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS.**

El estado de resultados es un reporte financiero que muestra los resultados operativos generados por una entidad en un tiempo determinado, para el efecto se presenta anualmente la proyección esperada de los resultados operacionales en el tiempo de vida del proyecto.

Cuadro Nro. 59

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS.**

<b>DETALLE</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
INGRESOS					
Ventas	631,130.80	631,075.00	627,181.45	618,430.54	605,454.91
COSTOS					
Costo de Ventas	409,016.62	421,481.63	429,801.44	436,560.70	441,505.82
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	<b>222,114.18</b>	<b>209,593.37</b>	<b>197,380.01</b>	<b>181,869.84</b>	<b>163,949.09</b>
Gastos de Administración	67,271.34	75,479.81	80,794.68	86,645.26	93,085.82
Gastos de Ventas	34,878.98	37,594.35	39,472.97	41,419.91	43,550.79
<b>UTILIDAD ANTES I - PL</b>	<b>119,963.86</b>	<b>96,519.22</b>	<b>77,112.36</b>	<b>53,804.67</b>	<b>27,312.47</b>
15% Participación Laboral	17,994.58	14,477.88	11,566.85	8,070.70	4,096.87
22% Impuesto a la Renta	22,433.24	18,049.09	14,420.01	10,061.47	5,107.43
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>79,536.04</b>	<b>63,992.24</b>	<b>51,125.50</b>	<b>35,672.49</b>	<b>18,108.17</b>

Elaboración: Las Autoras

#### **5.4. ESTADO DE FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS.**

El estado de flujos de caja proyectados muestra la capacidad que tiene la entidad para generar efectivo y sus equivalentes.

En el flujo de caja se incrementan las partidas virtuales debido a que efectivamente no representan salidas de efectivo o sus equivalentes, entre las partidas virtuales que mantiene el proyecto se encuentran las depreciaciones y amortizaciones.

Por el modelo de negocios y la industria hace que el 100% de los ingresos sean en efectivo, sin embargo el pago de los principales rubros es decir pago a proveedores y empleados disponen de un financiamiento implícito de 30 días.

Considerando lo expuesto anteriormente se puede concluir que el ciclo de caja siempre debe ser positivo, lo que brinda varias posibilidades a la entidad para realizar inversiones de efectivo a corto plazo y generar ingresos adicionales para la compañía.

Cuadro Nro. 60

**ESTADO DE FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS.**

<b>Detalle</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>INVERSIÓN</b>							
Propia	-77,000.00						
Terceros	-63,000.00						
<b>INGRESOS</b>							
Utilidad antes de I y PL	119,963.86	96,519.22	77,112.36	53,804.67	27,312.47		0.00
Depreciaciones	5,612.50	5,612.50	5,612.50	5,612.50	5,612.50		0.00
Amortizaciones	2,240.00	2,240.00	2,240.00	2,240.00	2,240.00		0.00
Disposición de Activos Fijos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		70,737.50
<b>Ingresos de Efectivo</b>	<b>127,816.36</b>	<b>104,371.72</b>	<b>84,964.86</b>	<b>61,657.17</b>	<b>35,164.97</b>		<b>70,737.50</b>
<b>EGRESOS</b>							
Pago de Principal	10,526.82	11,474.24	12,506.92	13,632.54	14,859.48		0.00
Impuesto a la Renta	0.00	22,433.24	18,049.09	14,420.01	10,061.47		5,107.43
Participación Laboral	0.00	17,994.58	14,477.88	11,566.85	8,070.70		4,096.87
<b>Egresos de Efectivo</b>	<b>10,526.82</b>	<b>51,902.06</b>	<b>45,033.90</b>	<b>39,619.41</b>	<b>32,991.65</b>		<b>9,204.30</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>117,289.54</b>	<b>52,469.65</b>	<b>39,930.97</b>	<b>22,037.76</b>	<b>2,173.32</b>		<b>61,533.20</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-140,000.00</b>	<b>-22,710.46</b>	<b>29,759.20</b>	<b>69,690.16</b>	<b>91,727.92</b>	<b>93,901.25</b>	<b>155,434.44</b>

Elaboración: Las Autoras

#### **5.4. ESTADO DE EVOLUCIÓN PATRIMONIAL PROYECTADO.**

El estado de evolución patrimonial es un reporte financiero que tiene por finalidad mostrar los movimientos existentes en las aportaciones efectuadas por los accionistas o socios.

El patrimonio puede incrementar por los aportes adicionales que efectúen los inversionistas de la entidad, por la generación de utilidades operacionales resultantes de la actividad de la empresa o por la compensación de créditos.

El patrimonio puede sufrir un decremento debido a los retiros que efectúen los inversionistas de la entidad, por las pérdidas operacionales resultantes de la actividad de la empresa.

Cuadro Nro. 61

**ESTADO DE EVOLUCIÓN PATRIMONIAL PROYECTADO.**

DETALLE	Capital Social	Aportes Fut. Capital.	Resultado del Ejercicio	Resultados Acumulados	Total
Aporte Inicial de Accionistas	77,000.00				
<b>PATRIMONIO AL FINAL 2012</b>	<b>77,000.00</b>				<b>77,000.00</b>
Resultado 2013			79,536.04		
<b>PATRIMONIO AL FINAL 2013</b>	<b>77,000.00</b>		<b>79,536.04</b>		<b>156,536.04</b>
Reclasificación Resultados Resultado 2014			-79,536.04	79,536.04	
<b>PATRIMONIO AL FINAL 2014</b>	<b>77,000.00</b>		<b>63,992.24</b>	<b>79,536.04</b>	<b>220,528.28</b>
Reclasificación Resultados Resultado 2015			-63,992.24	143,528.28	
<b>PATRIMONIO AL FINAL 2015</b>	<b>77,000.00</b>		<b>51,125.50</b>	<b>143,528.28</b>	<b>271,653.78</b>
Reclasificación Resultados Resultado 2016			-51,125.50	35,672.49	
<b>PATRIMONIO AL FINAL 2016</b>	<b>77,000.00</b>		<b>35,672.49</b>	<b>194,653.78</b>	<b>307,326.27</b>
Reclasificación Resultados Resultado 2017			-35,672.49	230,326.27	
<b>PATRIMONIO AL FINAL 2017</b>	<b>77,000.00</b>		<b>18,108.17</b>	<b>230,326.27</b>	<b>325,434.44</b>

Elaboración: Las Autoras

## **5.5. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO.**

El estado de Situación Financiera es un reporte financiero que muestra la posición actual de la entidad. Indica los activos y como dichos recursos fueron financiados por recursos propios y de terceros.

Los activos son recursos controlados por la entidad que surgen de hechos pasados de los cuales se espera obtener beneficios económicos futuros.

Un pasivo es una obligación presente surgida de hechos pasados que para su cancelación al vencimiento la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.

El patrimonio técnicamente es la diferencia entre el activo y pasivo; constituye la participación que tienen los socios y accionistas en la entidad.

Cuadro Nro. 62

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA – PROYECTADO.**

<b>Detalle</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>ACTIVOS</b>	<b>140,000.00</b>	<b>249,437.04</b>	<b>294,054.20</b>	<b>326,132.66</b>	<b>340,317.92</b>	<b>334,638.75</b>
Efectivo y Equivalentes	30,000.00	147,289.54	199,759.20	239,690.16	261,727.92	263,901.25
Propiedad y Equipo	98,800.00	98,800.00	98,800.00	98,800.00	98,800.00	98,800.00
Depreciaciones Acumuladas	0.00	-5,612.50	-11,225.00	-16,837.50	-22,450.00	-28,062.50
Activos Intangibles	11,200.00	11,200.00	11,200.00	11,200.00	11,200.00	11,200.00
Amortización de Intangibles	0.00	-2,240.00	-4,480.00	-6,720.00	-8,960.00	-11,200.00
<b>PASIVOS</b>	<b>63,000.00</b>	<b>92,901.00</b>	<b>73,525.92</b>	<b>54,478.89</b>	<b>32,991.65</b>	<b>9,204.30</b>
Préstamos Financieros	63,000.00	52,473.18	40,998.94	28,492.02	14,859.48	0.00
Participación Laboral	0.00	17,994.58	14,477.88	11,566.85	8,070.70	4,096.87
Impuestos	0.00	22,433.24	18,049.09	14,420.01	10,061.47	5,107.43
<b>PATRIMONIO</b>	<b>77,000.00</b>	<b>156,536.04</b>	<b>220,528.28</b>	<b>271,653.78</b>	<b>307,326.27</b>	<b>325,434.44</b>
Capital Social	77,000.00	77,000.00	77,000.00	77,000.00	77,000.00	77,000.00
Resultados Acumulados	0.00	0.00	79,536.04	143,528.28	194,653.78	230,326.27
Resultado del Ejercicio	0.00	79,536.04	63,992.24	51,125.50	35,672.49	18,108.17

Elaboración: Las Autoras



Cuadro Nro. 63

**VALOR ACTUAL NETO.**

<b>DESEMBOLSO</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>FLUJO DE FONDOS</b>
	00	-140,000.00
<b>Cash Flows</b>	01	117,289.54
	02	52,469.65
	03	39,930.97
	04	22,037.76
	05	2,173.32
	06	61,533.20
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>		<b>\$ 91,686.40</b>

Elaboración: Las Autoras

El proyecto es aceptable por disponer de un VAN positivo.

**5.6.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).**

Se denomina Tasa Interna de Retorno (TIR) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) sea igual a cero.  $VAN = 0$

Este análisis considera que la inversión es aconsejable si la Tasa Interna de Retorno es igual o superior a la Tasa Mínima de Rendimiento, según la estructura de las inversiones y el riesgo país.

La tasa mínima de rendimiento es equivalente al **9.89%**.

Para el presente proyecto existe una Tasa Interna de Retorno (TIR) del **39.68%**.

Por disponer de una Tasa Interna de Retorno mayor a la Tasa Mínima de Rendimiento la ejecución del proyecto si es viable.

### 5.6.3. RELACIÓN COSTO - BENEFICIO (RCB).

Este indicador relaciona los ingresos con los costos y gastos a valor presente neto.

Cuadro Nro. 64

#### COSTO – BENEFICIO

AÑOS	INGRESOS	COSTOS	INGRESO ACTUAL	COSTO ACTUAL
2012			9.89%	9.89%
2013	631,130.80	551,594.76	574,329.60	501,951.73
2014	631,075.00	567,082.76	522,594.25	469,602.17
2015	627,181.45	576,055.95	472,627.17	434,100.36
2016	618,430.54	582,758.05	424,090.20	399,627.70
2017	605,454.91	587,346.74	377,825.22	366,525.08
<b>Totales</b>	<b>3,113,272.70</b>	<b>2,864,838.26</b>	<b>2,371,466.44</b>	<b>2,171,807.05</b>

Elaboración: Las Autoras

La Relación Costo – Beneficio se calcula con la siguiente fórmula:

$$\text{RCB} = \frac{\text{Sumatoria Ingresos Actualizados}}{\text{Sumatoria Costos Actualizados}}$$

$$\text{RCB} = \frac{2.371.466,44}{2.171.807,05}$$

$$\text{RCB} = \mathbf{9.19\%}$$

En la ejecución del proyecto existe una Relación Costo – Beneficio del **9.19%**, este indicador muestra que existe un beneficio en la vida útil del proyecto. Es aceptable el proyecto de acuerdo a este indicador.

#### 5.6.4. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Este indicador muestra el tiempo en el cual podría recuperarse la inversión inicial del proyecto.

Cuadro Nro. 65

#### TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

AÑOS	FLUJO	FLUJO ACTUAL	ACUMULADO
2012		9.89%	
2013	117,289.54	106,733.59	106,733.59
2014	52,469.65	43,450.21	150,183.80
2015	39,930.97	30,090.91	180,274.71
2016	22,037.76	15,112.45	195,387.15
2017	2,173.32	1,356.23	196,743.38
2018	61,533.20	34,943.02	231,686.40
<b>Totales</b>	<b>295,434.44</b>	<b>231,686.40</b>	

Elaboración: Las Autoras

La recuperación de la inversión se realiza en el año 2014.

El tiempo de recuperación de la inversión es de un año, nueve meses y diez días, es decir la inversión se recuperaría en un mediano plazo, aspecto que viabiliza el proyecto.

#### 5.6.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Este indicador muestra en que momento la empresa podría iniciar a generar utilidades para la entidad, la fórmula se presenta a continuación:

$$P.E. = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{COSTOS VARIABLES} / \text{VENTAS})}$$

Cuadro Nro. 66

**PUNTO DE EQUILIBRIO.**

<b>DETALLE</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Costos Fijos	102,150.32	113,074.16	120,267.65	128,065.17	136,636.62
Costos Variables	449,444.44	454,008.60	455,788.31	454,692.88	450,710.12
Costos Totales	551,594.76	567,082.76	576,055.95	582,758.05	587,346.74
Ventas	631,130.80	631,075.00	627,181.45	618,430.54	605,454.91
Constante	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Costos Variables / Ventas	0.7121	0.7194	0.7267	0.7352	0.7444
Factor	0.2879	0.2806	0.2733	0.2648	0.2556
<b>Punto de Equilibrio Anual</b>	<b>354,843.44</b>	<b>403,002.91</b>	<b>440,097.17</b>	<b>483,696.97</b>	<b>534,604.83</b>

Elaboración: Las Autoras

Para que la empresa alcance el punto de equilibrio, es decir el momento en el cual la entidad no genera utilidades ni pérdidas debe alcanzar el nivel de ventas que se detalla en el cuadro actual.

### 5.6.6. INDICADORES FINANCIEROS.

Los indicadores financieros a partir de los reportes financieros muestran la gestión y resultados obtenidos por la administración de la entidad, a partir de los estados financieros proyectados se pueden analizar los indicadores financieros que podría tener la entidad al finalizar cada ejercicio económico.

Cuadro Nro. 67

#### INDICADORES DE RENTABILIDAD.

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Utilidad Bruta en Ventas	19.01%	15.29%	12.30%	8.70%	4.51%
Utilidad Neta en Ventas	12.60%	10.14%	8.15%	5.77%	2.99%
Utilidad Neta sobre el patrimonio	50.81%	29.02%	18.82%	11.61%	5.56%
Costo de Ventas / Ventas	64.81%	66.79%	68.53%	70.59%	72.92%

Elaboración: Las Autoras

Los indicadores de rentabilidad muestran un resultado favorable para la entidad en términos de resultados operacionales.

Cuadro Nro. 68

#### INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO.

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
Endeudamiento Total	45.00%	37.35%	25.60%	17.15%	11.34%
Razón de Propiedad	55.00%	62.65%	74.40%	82.85%	88.66%

Elaboración: Las Autoras

El nivel de endeudamiento disminuye en el tiempo debido a la capitalización de utilidades en cada período económico.

Cuadro Nro. 69

**INDICADORES DE SOLVENCIA.**

<b>DETALLE</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Capital de Trabajo	96,334.90	155,757.98	201,196.38	229,963.21	239,837.46
Liquidez	2.89	4.54	6.23	8.24	10.97
Disponibilidad Inmediata	2.89	4.54	6.23	8.24	10.97

Elaboración: Las Autoras

Al disponer de un modelo de negocios en el cual el flujo de efectivo y el ciclo de caja son muy favorables para la entidad se puede disponer de recursos líquidos, los mismos que pueden coadyuvar a realizar nuevas inversiones.

**5.6.7 ECONOMIC VALUE ADDED (EVA).**

Cuadro Nro. 70

**VALOR ECONÓMICO AGREGADO.**

<b>DETALLE</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
ROI	50.81%	29.02%	18.82%	11.61%	5.56%
WACC	9.89%	9.89%	9.89%	9.89%	9.89%
ROI - WACC	40.92%	19.13%	8.93%	1.72%	-4.33%
Capital	156,536.04	220,528.28	271,653.78	307,326.27	325,434.44
<b>EVA</b>	<b>64,054.63</b>	<b>42,181.99</b>	<b>24,258.94</b>	<b>5,277.93</b>	<b>-14,077.30</b>

Elaboración: Las Autoras

El EVA puede definirse como el importe que queda una vez que se han deducido de los ingresos la totalidad de los gastos, incluidos el costo de oportunidad del capital y los impuestos. El EVA considera la productividad de todos los factores utilizados para desarrollar la actividad empresarial.

El EVA es lo que queda una vez que se han cubierto todos los gastos y satisfecho una rentabilidad mínima esperada por parte de los accionistas.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.

#### 6.1. DENOMINACIÓN DE LA ENTIDAD.

Luego de realizar un análisis de la posible denominación; los accionistas deciden por unanimidad tomar el nombre “**EDIPOL S.A.**”

Es importante recalcar que el nombre comercial de la entidad es “**TEXAS CHICKEN**”. Todo el desarrollo de las actividades económicas principalmente el área comercial se desarrolla con el nombre comercial.

#### 6.2 IMPORTANCIA DE LA ENTIDAD.

Sustentando la importancia de la empresa en el estudio de mercado y el trabajo de campo desplegado en el sector, se puede detallar los siguientes aspectos:

Solventará la demanda insatisfecha existente en la ciudad de Atuntaqui, mediante la oferta de un producto de calidad y que conserve los nutrientes necesarios.

La generación de fuentes de empleo que mitigará en parte un problema social y permitirá mejorar las condiciones de vida.

Coadyuvará a dinamizar la economía del sector, debido a la inversión que requiere la ejecución de un proyecto.

### **6.3. BENEFICIARIOS.**

Como beneficiarios directos especialmente se encuentran las familias que requieren degustar de opciones variadas de alimentación sana, contando con un local que disponga espacios y áreas que permitan disfrutar al máximo la gastronomía local.

Directamente se benefician los trabajadores de la entidad debido a que dispondrán de una remuneración acorde a su perfil y competencias que les permitirá mejorar su nivel de vida.

En cuanto a los beneficiarios indirectos se encuentra el sector empresarial de la zona, debido a la reactivación económica que generará el proyecto en la ciudad de Atuntaqui, son cientos de familias beneficiadas indirectamente.

### **6.4. SECTOR ECONÓMICO.**

La entidad se encuentra en la industria de preparación de alimentos de consumo humano, el principal producto de expendio es el pollo asado o broster destinado a todos los estratos socio – económicos de la ciudad de Atuntaqui.

### **6.5. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.**

#### **6.5.1. MISIÓN.**

Ofrecer productos alimenticios preparados de calidad y variedad bajo estándares internacionales de higiene y respaldados por una infraestructura de servicio al cliente que refleje nuestro deseo de que cada visita se convierta en una experiencia inolvidable.

### **6.5.2. VISIÓN.**

En cinco años ser la empresa líder en el mercado de alimentos preparados en la provincia de Imbabura, respaldados con un talento humano calificado y comprometido, que proyecte a la comunidad una imagen de excelencia, con una estructura moderna que le permita adaptarse a las exigencias del mercado y precautelando la conservación del ambiente.

### **6.5.3. VALORES.**

La cultura organizacional de la entidad se encuentra basada y cimentada en varios valores corporativos, los mismos que definen nuestro compromiso profesional, nuestro compromiso social y nuestro código de ética.

- Solidaridad.
- Trabajo en equipo.
- Excelencia.
- Innovación continua y permanente.
- Honestidad.

### **6.6. OBJETIVOS.**

- Brindar productos alimenticios preparados con un alto nivel de nutrientes que aporten a una dieta sana y balanceada; diferenciados por un servicio personalizado.
- Gestionar el desarrollo del talento humano a través de la aplicación de políticas laborales justas que brinden mayores oportunidades a quienes demuestren mejores capacidades y un mayor compromiso con la entidad.

## 6.7. IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS – ORGANIGRAMA.

Le entidad para el funcionamiento requiere del siguiente personal:

Cuadro Nro. 71

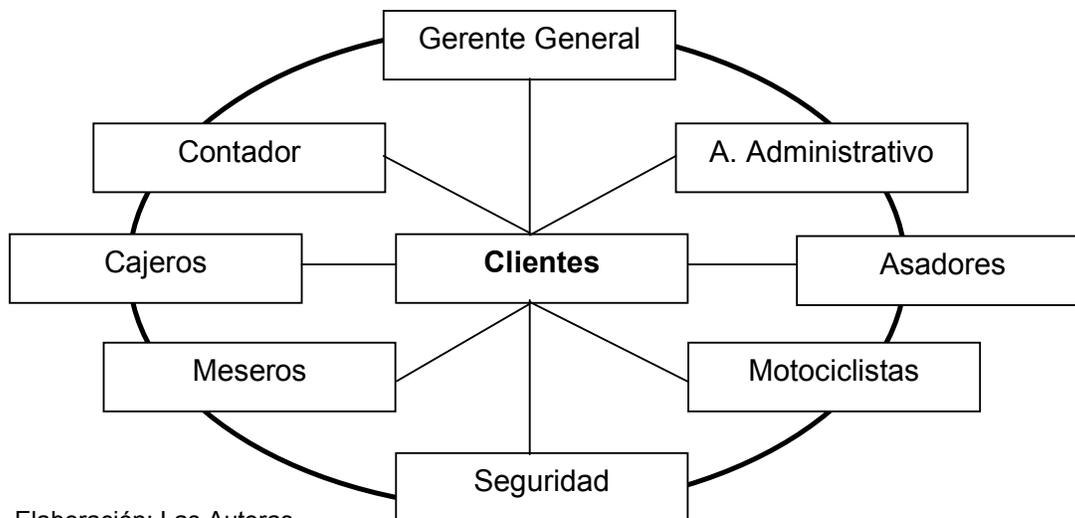
### REQUERIMIENTO DE PERSONAL.

CANT.	DESCRIPCION
01	Gerente.
01	Contador
01	Asistente administrativo
03	Cajeros
03	Asadores
06	Meseros y posilleros
03	Motociclistas
03	Guardias de seguridad

Elaboración: Las Autoras

ORGANIGRAMA Nro. 1

### ESTRUCTURA FUNCIONAL BASADO EN EL CLIENTE

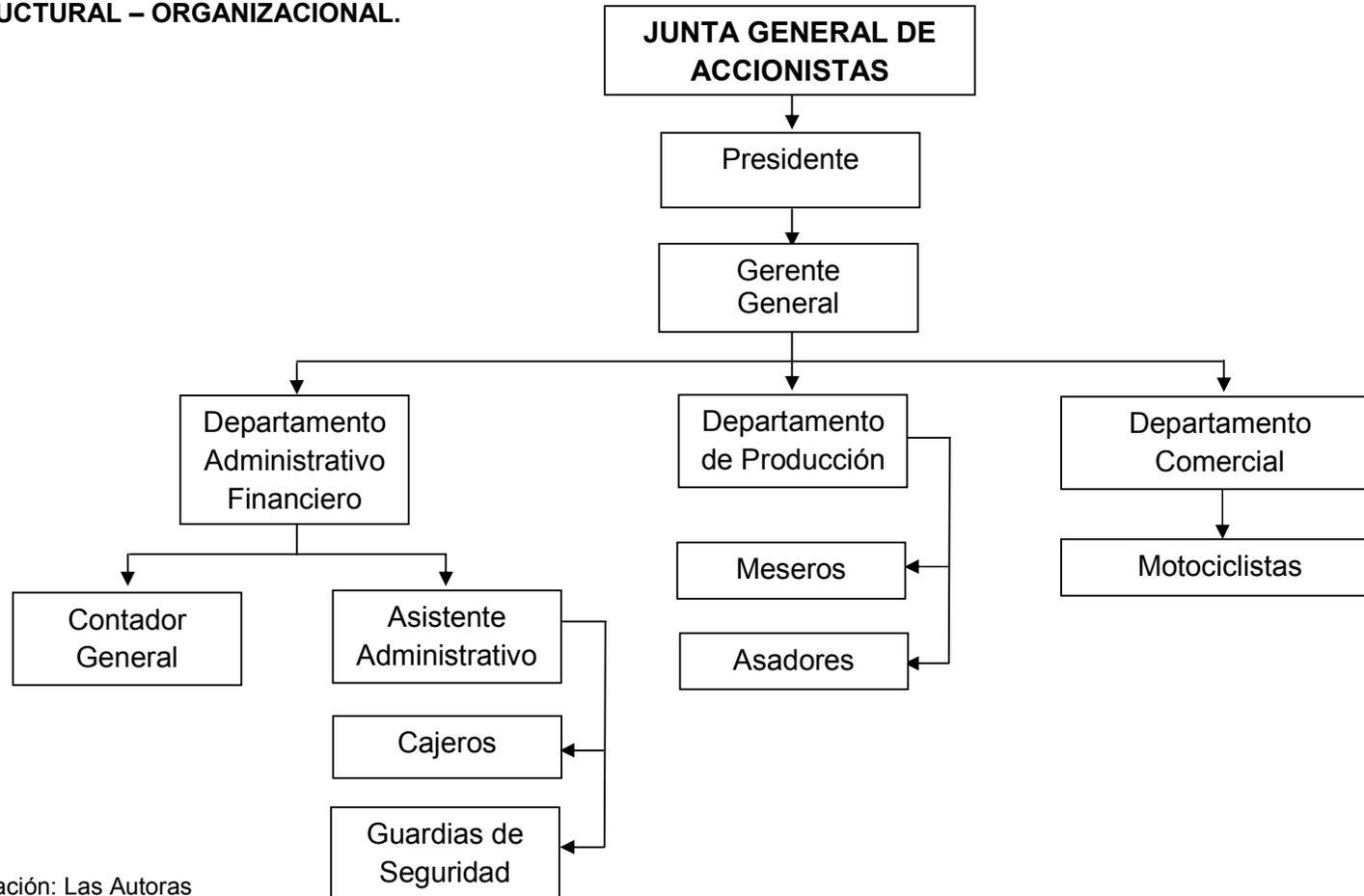


Elaboración: Las Autoras

Toda la estructura organizacional se encuentra orientada al servicio del cliente.

ORGANIGRAMA Nro. 2

**ESTRUCTURAL – ORGANIZACIONAL.**



Elaboración: Las Autoras

## **6.8. MANUAL DE FUNCIONES.**

### **6.8.1. OBJETO.**

Este documento tiene como finalidad definir una guía de la estructura orgánica – funcional de la entidad en cada uno de los departamentos de la organización, con respecto a su ámbito de competencia.

### **6.8.2. ALCANCE.**

En el presente manual contempla las funciones del personal, considerando las competencias, responsabilidad y autoridad en el desempeño de los distintos procesos.

### **6.8.3. ÁMBITOS DE COMPETENCIA.**

**Nivel Director.-** Comprendido por la Junta General de Accionistas y Presidencia.

**Nivel de Apoyo.-** Conformado por el departamento administrativo.

**Nivel Operativo.-** Se encuentra el personal que se define a continuación: cajeros, meseros, motociclistas y asadores.

### **JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.**

Las funciones y atribuciones de la Junta General de Accionistas se encuentran establecidas en la escritura de constitución de la empresa, entre las principales funciones que desempeña la Junta General de Accionistas se encuentra:

- a) Elegir, designar y remover al presidente de la compañía.

- b) Designar al gerente, quien será a la vez el Representante Legal de la compañía.
- c) Estudiar y resolver las reformas a los estatutos, las mismas que serán consideradas en dos discusiones y aprobadas cuando se encuentren por lo menos la tercera parte de la Junta General de Accionistas.
- d) Aprobar los reportes financieros anualmente así como el presupuesto general de la compañía.

#### **PRESIDENCIA.**

De la misma manera que la Junta General de Accionistas las funciones de la Presidencia se encuentran establecidas en la escritura de constitución.

A continuación se describen las funciones y atribuciones de la Presidencia de la entidad:

- Suscribir conjuntamente con el Gerente General los Títulos de Acción y las Actas de la Junta General.
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones y acuerdos de la Junta General.
- Presidir las juntas Generales de Accionistas.
- Convocar a los Accionistas a la Junta General a las sesiones ordinarias y extraordinarias.
- Legalizar con su firma los egresos económicos hasta el monto que defina la Junta General.

## GERENTE GENERAL

### a) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Alta Dirección.
<b>Nombre del cargo:</b>	Gerente General.
<b>Reporta a:</b>	Presidencia – Junta General de Accionistas.
<b>Supervisa a:</b>	Todos los puestos.
<b>Educación:</b>	Título Universitario en Administración de Empresas.
<b>Formación:</b>	Planificación Estratégica. Regulaciones Legales. Gestión del Talento Humano.
<b>Competencias:</b>	Capacidad de manejos de grupos. Trabajo bajo presión y Adaptación al cambio. Liderazgo. Capacidad de Negociación. Capacidad de Trabajo en Equipo.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 3 años en posiciones similares.

### b) Funciones.

- Cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y leyes aplicables al funcionamiento de la entidad.
- Supervisar cumplimiento cabal del contrato de la franquicia.
- Participar en el establecimiento de la estrategia de la compañía.
- Implementar sistemas de gestión y evaluación del personal que labora en la entidad.
- Informar y comunicar a la Presidencia, la Junta General de Accionistas los resultados obtenidos.
- Colaborar en la mejora continua de la Institución.

## CONTADOR(A) GENERAL

### a) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Nivel de Apoyo
<b>Nombre del cargo:</b>	Contador (A) General
<b>Reporta a:</b>	Gerencia General
<b>Supervisa a:</b>	Asistente Administrativo
<b>Educación:</b>	Título Universitario en Contabilidad y Auditoría.
<b>Formación:</b>	Conocimientos en Normativa Laboral y Tributaria. Conocimientos en Normativa Contable NIIF. Planificación. Técnicas Estadísticas y en gestión financiera.
<b>Competencias:</b>	Liderazgo. Habilidad para trabajar bajo presión. Capacidad de Trabajo en equipo. Manejo de software empresarial.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 2 años en posiciones similares.

### b) Funciones:

Planificar, dirigir y supervisar la aplicación y procedimientos contables, con la finalidad de optimizar los recursos humanos, económicos, financieros y materiales en el marco de las políticas Institucionales.

- Registrar las transacciones económicas.
- Controlar la documentación de soporte en documentos fuente.
- Cumplir y hacer cumplir las normas, leyes y reglamentos aplicables.
- Administrar el mantenimiento y control de bienes del departamento.
- Preparación y presentación de Estados Financieros.
- Presentación de la información contable a Organismos de Control.

## ASISTENTE ADMINISTRATIVO

### a) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Nivel de Apoyo
<b>Nombre del cargo:</b>	Asistente Administrativo
<b>Reporta a:</b>	Contador General – Gerencia General.
<b>Supervisa a:</b>	Personal operativo.
<b>Educación:</b>	Estudios superiores en Administración de Empresas.
<b>Formación:</b>	Conocimientos en Normativa Laboral y Tributaria. Conocimientos en Normativa Contable. Conocimientos en gestión administrativa.
<b>Competencias:</b>	Habilidad para trabajar bajo presión. Capacidad de negociación. Capacidad de Trabajo en equipo. Manejo de software empresarial.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 1 años en posiciones similares.

### b) Funciones:

Ejecutar la aplicación y procedimientos administrativos, con la finalidad de optimizar los recursos humanos, económicos, financieros y materiales en el marco de las políticas Institucionales.

- Control de turnos y horarios del personal.
- Registrar las transacciones económicas.
- Controlar la documentación de soporte en documentos fuente.
- Elaborar roles de pago y transferencias al personal.
- Emisión de comprobantes de egreso.
- Apoyo a contador general, sugerir las mejoras para la entidad.

## CAJERO (A)

### a) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Nivel Operativo
<b>Nombre del cargo:</b>	Cajero (a)
<b>Reporta a:</b>	Contador General
<b>Supervisa a:</b>	Ninguno
<b>Educación:</b>	Título bachiller en Contabilidad y Administración.
<b>Formación:</b>	Manejo de inventarios. Conocimiento en verificación del efectivo. Conocimientos básicos en comprobantes de venta.
<b>Competencias:</b>	Habilidad para trabajar bajo presión. Capacidad de Trabajo en equipo. Buenas relaciones interpersonales. Manejo de sistemas de facturación.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 6 meses en posiciones similares.

### b) Funciones:

Recibir, clasificar y precautelar el efectivo recibido de los clientes, así como controlar los recursos económicos en su ámbito de aplicación de acuerdo con los planes de la Institución.

- Facturación a los clientes por la venta de los productos y servicios.
- Realización del depósito bancario por las ventas realizadas en máximo en 24 horas.
- Mantener limpio y ordenado los puntos de venta.
- Abrir y cerrar las puertas de acceso a los puntos de venta.
- Informar a la administración cualquier aspecto que permita una mejora organizacional.

## MESERO (A)

### a) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Nivel Operativo
<b>Nombre del cargo:</b>	Mesero (a)
<b>Reporta a:</b>	Asistente Administrativo
<b>Supervisa a:</b>	Ninguno
<b>Educación:</b>	Título de bachiller.
<b>Formación:</b>	Manejo de inventarios. Conocimiento en verificación del efectivo. Atención al cliente
<b>Competencias:</b>	Habilidad para trabajar bajo presión. Capacidad de Trabajo en equipo. Buenas relaciones interpersonales. Manejo de sistemas de facturación.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 6 meses en posiciones similares.

### b) Funciones:

Recibir, clasificar y precautelar por brindar un buen servicio al cliente, así como controlar los recursos económicos en su ámbito de aplicación de acuerdo con los planes de la Institución.

- Recibir con atención y amabilidad a los clientes en todo momento.
- Tomar los pedidos de los clientes y remitirlos para que el personal proceda con la preparación.
- Despachar y entregar en la mesas los pedidos a los clientes.
- Recibir los cobros de los clientes y entregar al personal responsable.
- Mantener limpias las mesas para uso de los clientes.
- Entregar el cambio a los clientes.

## POSILLERO

### c) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Nivel Operativo
<b>Nombre del cargo:</b>	Posillero
<b>Reporta a:</b>	Asistente Administrativo
<b>Supervisa a:</b>	Ninguno
<b>Educación:</b>	Título de bachiller.
<b>Formación:</b>	Manejo de inventarios. Conocimiento en seguridad alimentaria.
<b>Competencias:</b>	Habilidad para trabajar bajo presión. Capacidad de Trabajo en equipo. Buenas relaciones interpersonales.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 6 meses en posiciones similares.

### d) Funciones:

Higienizar, limpiar, lavar y arreglar la loza, cubiertos, cristales, ollas, utensilios, y equipo de cocina, de acuerdo con los estándares de higiene y seguridad alimentaria.

- Limpiar, lavar e higienizar utensilios y equipos de cocina.
- Almacenar y organizar utensilios. Apoyar en los inventarios de utensilios.
- Cuidar de la seguridad alimentaria. Aplicar los procedimientos de seguridad alimentaria.
- Apoyar al equipo, auxiliar en la limpieza de área externa a la cocina.
- Mantener limpio y organizado el lugar de trabajo. Limpiar lavar y conservar piso, paredes, corredores, ventanas, lavabos, locales de basura, vidrios, rejillas, desagües y locales de almacenamiento.

## ASADORES (AS)

### a) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Nivel Operativo
<b>Nombre del cargo:</b>	Asador (ra)
<b>Reporta a:</b>	Asistente Administrativo
<b>Supervisa a:</b>	Ninguno
<b>Educación:</b>	Título de bachiller.
<b>Formación:</b>	Manejo de cocción y preparación de alimentos. Conocimiento de los tiempos de cocción. Atención al cliente.
<b>Competencias:</b>	Habilidad para trabajar bajo presión. Capacidad de Trabajo en equipo. Buenas relaciones interpersonales. Manejo de instrumentos de cocción.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 6 meses en posiciones similares.

### b) Funciones:

Preparar los alimentos y brindar un buen servicio al cliente, así como controlar los recursos económicos en su ámbito de aplicación de acuerdo con los planes de la Institución.

- Recibir los alimentos y congelarlos adecuadamente.
- Preparar los pedidos de los clientes garantizando el aseo y salubridad de los mismos.
- Considerar los procedimientos establecidos para la preparación en cuanto a tiempos de cocción.
- Mantener limpios los instrumentos e trabajo empleados.
- Garantizar el buen orden de los implementos asignados.

## MOTOCICLISTAS.

### a) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Nivel Operativo
<b>Nombre del cargo:</b>	Motociclistas
<b>Reporta a:</b>	Asistente Administrativo
<b>Supervisa a:</b>	Ninguno
<b>Educación:</b>	Título bachiller con licencia para conducir motos.
<b>Formación:</b>	Manejo rutas y sistemas de localización. Conocimiento en leyes de tránsito. Atención al cliente.
<b>Competencias:</b>	Habilidad para trabajar bajo presión. Capacidad de Trabajo en equipo. Buenas relaciones interpersonales. Conocimientos de ventas y telemarketing.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 6 meses en posiciones similares.

### b) Funciones:

Transportar los alimentos y brindar un buen servicio al cliente, así como controlar los recursos económicos en su ámbito de aplicación.

- Recibir los alimentos adecuadamente.
- Transportar los pedidos de los clientes garantizando el aseo y salubridad de los mismos.
- Recaudar el dinero al momento de efectuar las entregas a los clientes.
- Entregar el dinero recaudado al personal responsable.
- Mantener bien cuidados los instrumentos de trabajo.
- Garantizar el buen orden y atención inmediata a los clientes.
- Actividades de telemarketing y toma de pedidos de clientes en línea.

## GUARDIAS DE SEGURIDAD

### c) Perfil del Cargo

<b>Ámbito de Competencia:</b>	Nivel Operativo
<b>Nombre del cargo:</b>	Guardias de seguridad
<b>Reporta a:</b>	Asistente Administrativo
<b>Supervisa a:</b>	Ninguno
<b>Educación:</b>	Título bachiller.
<b>Formación:</b>	Instrucción militar. Atención al cliente.
<b>Competencias:</b>	Habilidad para trabajar bajo presión. Capacidad de Trabajo en equipo. Buenas relaciones interpersonales.
<b>Experiencia:</b>	Al menos 6 meses en posiciones similares.

### d) Funciones:

Brindar seguridad al cliente, empleados y a la entidad, así como controlar los recursos económicos en su ámbito de aplicación de acuerdo con los planes de la Institución.

- Aperturar el local conjuntamente con el personal asignado.
- Brindar seguridad a los clientes que visitan las instalaciones.
- Velar por la seguridad del personal que labora en el local de Pollo Texas Chicken.
- Cuidar los recursos empresariales de la entidad.
- Garantizar el buen orden y atención inmediata a los clientes.

## **6.9. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.**

En cumplimiento con lo dispuesto en el Art. 64 del Código del Trabajo y a fin de que surtan los efectos legales de los artículos 42 numeral 12; 44, literal a; 45, literal e; 172, numeral 2 y más disposiciones que el mencionado código preceptúa, y para mejorar el cumplimiento de las obligaciones originadas en la relación Laboral y Administrativa, “EDIPOL S.A.” que se encuentra domiciliada en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura, expide el presente Reglamento Interno de Trabajo, que se aplicará una vez que se encuentre legalmente aprobado.

### **CAPÍTULO I**

#### **ESTABLECIMIENTO DEL REGLAMENTO INTERNO.**

Art. 1.- El presente reglamento regula la relación laboral entre “EDIPOL S.A.” y sus trabajadores. Para efectos de identificación, esta empresa a lo largo del presente reglamento se denominará la Institución y en lo que respecta a sus empleados, se denominarán los Trabajadores.

Art. 2.- Son trabajadores de “EDIPOL S.A.”, todas las personas que presten servicios lícitos y personales a estos bajo relación de dependencia, en virtud de contratos de trabajo, y que reciben remuneración en forma directa de la Institución.

Art. 3.- Para la debida información de los trabajadores, la empresa mantendrá en permanente exhibición, en lugares adecuados, un ejemplar de este reglamento certificado por el Ministerio del Trabajo sin perjuicio de entregar un ejemplar a cada trabajador.

Art. 4.- Las disposiciones del presente reglamento forman parte integral del contrato de trabajo individual de cada trabajador de “EDIPOL S.A.”, porque todo el personal tiene obligación de regirse al mismo.

Las instrucciones y directivas que emita la Presidencia de “EDIPOL S.A.”, sobre todo aquellas relacionadas con la seguridad y protección de sus trabajadores, así como las que favorezcan el control interno y la disciplina para la aplicación de este reglamento, tendrán el carácter de obligatorio. Tanto la Institución como sus trabajadores están sujetos al estricto cumplimiento de las disposiciones de este reglamento, y su desconocimiento no podrá ser alegado como excusa a ningún trabajador ni a los personeros de la Institución.

## **CAPÍTULO II**

### **REQUISITOS PARA SER TRABAJADOR DE “EDIPOL S.A.”**

Art. 5.- Para ser trabajador de “EDIPOL S.A.” debe cumplirse con los siguientes requisitos:

Ser plenamente capaz de contratar en materia laboral, de conformidad, con la disposición del artículo 35 del Código del Trabajo; esto es, poseer certificados de solvencia moral y buena conducta; tener cédula de ciudadanía; certificado de antecedentes penales; para los mayores de edad presentar la cédula militar o el certificado de haber pagado la multa respectiva de remiso sancionado; suscribir el contrato de trabajo correspondiente; gozar de buena salud certificado por el médico de la Institución, o de cualquier otro facultativo.

Proporcionará por escrito al empleador su dirección domiciliaria, debiendo comunicar de inmediato y por escrito cualquier cambio relativo a su domicilio.

Ningún trabajador será contratado sin previa aprobación del chequeo médico de admisión, debiendo presentar también el certificado de salud ocupacional otorgado por el Ministerio de Salud.

Rendir garantía o caución legal y suficiente a satisfacción de la Institución, cuando se trate de trabajadores que tengan que manejar fondos o tener en custodia bienes de la Institución; por el monto que se vaya a manejar y que no atente contra la economía del trabajador.

Los contratos de trabajo se celebran por escrito y se registran en el Ministerio de Relaciones Laborales.

### **CAPÍTULO III**

#### **CLASES DE TRABAJADORES**

Art. 6.- Los trabajadores de “EDIPOL S.A.”, están clasificados de la siguiente manera:

a.- Estables: Trabajadores cuya función y deberes tienen el carácter de permanentes o plazo indefinido de conformidad con los contratos de trabajo celebrados por cada trabajador y lo establecido en el Código de Trabajo.

b.- A plazo fijo: Aquellos que tengan contratos de uno a dos años de duración no renovables por tiempo fijo;

c.- Eventuales: Ocasionales y de temporada.- Son los trabajadores que fueron contratados para una labor eventual ocasional, o de temporada, de conformidad con los contratos de trabajo celebrados por cada trabajador.

d.- A prueba: Aquellos trabajadores comprendidos en el Art. 15 del Código del Trabajo, que tienen una duración máxima de noventa días, pudiendo cualquiera de las partes dar por terminado el contrato de trabajo con simple aviso, dentro del mencionado período de prueba.

Las clases de trabajadores constan de acuerdo con lo que establece el Código de trabajo.

## **CAPÍTULO IV**

### **JORNADAS Y HORARIOS DE TRABAJO**

Art.7.- El “EDIPOL S.A.” establece sus labores diarias en jornadas acorde con sus necesidades de trabajo y producción:

a.- La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera en que no exceda de cuarenta horas semanales conforme al Art. 47 de Código de Trabajo. Los días sábados y domingos serán días de descanso forzoso; sin embargo en razón de la naturaleza del servicio que presta el “EDIPOL S.A.” que no puede interrumpirse estos días, se destinará otro tiempo igual a la semana para el descanso mediante acuerdo entre la Institución y el trabajador.

b.- El trabajador que faltara injustificadamente, se atrase o dejare de trabajar sin justificación previa, perderá la parte proporcional de su sueldo, sin perjuicio de la sanción respectiva; la Institución a través de la oficina de personal llevará un registro diario de las novedades suscitadas en la asistencia del trabajador. En cualquier caso, la ausencia al trabajo sin previo aviso, ni justificación será sancionado de acuerdo a lo estipulado en los artículos 54 y 59 del Código del Trabajo.

Art.8.- Los trabajadores se sujetarán estrictamente al horario de trabajo asignado, el que podrá ser modificado por el Empleador, según sus necesidades y de conformidad con la ley.

Art.9.- Si las jornadas de trabajo deben exceder de las 40H00 Hebdomadarias, la Institución se sujetará a lo que la ley prescribe en relación con las horas extraordinarias y suplementarias de trabajo.

Art. 10.- El trabajo que se ejecutare el sábado, el domingo o en día de descanso obligatorio deberá ser pagado con un ciento por ciento de recargo, a excepción de los que trabajan por turnos en esos días, para

quienes se designará otro tiempo igual en la semana para el descanso, mediante acuerdo entre el empleador y trabajador.

Art. 11.- Para efectos de las jornadas, turnos que cumplen los trabajadores, deberá tenerse en cuenta siempre que la empresa por razones de carácter técnico y por la naturaleza de sus actividades no puede interrumpir su labor hasta que se concluya la atención al cliente, conforme lo dispone el artículo 52 inciso 2 del Código del Trabajo.

Art.12.- Las horas fijadas en el horario de trabajo inician y dan término a la labor efectiva. En consecuencia, a la hora del inicio el trabajador deberá estar en su puesto de trabajo laborando, lo mismo que se entenderá a la hora fijada para la terminación de la jornada. Queda prohibido a los trabajadores permanecer en el lugar de trabajo, fuera de su respectivo horario, a no ser que tengan autorización del funcionario competente de la Institución.

Art.13.- El Empleador de “EDIPOL S.A.”, se reserva siempre el derecho de poder variar los horarios de trabajo, en conformidad sobre las disposiciones legales sobre la materia.

Debido a la naturaleza de la actividad de la empresa para efectos de experiencia y capacitación de los trabajadores en atención de las necesidades de esta y de conformidad de los términos de los contratos individuales que cada trabajador celebre con la empresa, los trabajadores eventualmente podrán desempeñar actividades diferentes a la de su labor normal, sin que por ello tengan derecho a efectuar reclamo alguno.

Inclusive en forma rotativa los trabajadores podrán desempeñar diferentes puestos o funciones, sin que ello implique mengua en su remuneración o categoría, ni tampoco despido intempestivo, siempre y cuando estos

requerimientos consten en el contrato de trabajo legalmente celebrado o caso contrario debe existir la aprobación por escrito del trabajador.

Art.14.- Si el trabajo se interrumpe por motivos ajenos a la voluntad del Empleador o de los trabajadores el empleador puede recuperar las horas perdidas conforme a lo determinado por el Art.60 del Código del Trabajo.

Art.15.- El pago por trabajo suplementario y recargo por trabajo nocturno se efectuara previa autorización de la Presidencia o de quien lo represente y se liquidará junto con la remuneración correspondiente al periodo o a más tardar junto con el salario del periodo siguiente.

## **CAPÍTULO V**

### **CONTROL DEL TIEMPO**

Art. 16.- El control del tiempo de labor, en el “EDIPOL S.A.”, lo efectuará a través de relojes digitales, libro o tarjetas de asistencia las que deberán ser firmadas o marcadas en el reloj marcador con el debido cuidado de manera que estas queden impresas cada vez con absoluta claridad.

Las firmas o marcas defectuosas, confusas, manchadas, extrañas, etc. que no se deban a desperfectos del reloj, no se considerarán válidas hasta que el trabajador haya aclarado la anormalidad ante su superior y este rubrique la decisión en la correspondiente tarjeta. Cuando por cualquier motivo o circunstancia no sea posible la utilización del sistema de la tarjeta de asistencia, la Institución utilizará una hoja de control adicional.

Art.17.- La omisión de firmas en la hoja o marca en la tarjeta de asistencia, sea a la hora de entrada o salida o en cualquier momento que se deba firmar o marcar la tarjeta de control, hará presumir ausencia correspondiente a la jornada, para suprimir ausencia a la fracción

correspondiente de la jornada, toda vez que este sistema constituye el medio de control de asistencia a menos que el trabajador justifique que estuvo laborando o que el reloj no funcionó.

Art.18.- Las tarjetas serán marcadas en el reloj marcador por el trabajador de manera personal e indelegable. El incumplimiento de esta disposición reglamentaria será sancionado como falta grave, tanto como para el infractor como para el beneficiario, quedando la empresa facultada para solicitar el visto bueno de los trabajadores involucrados en esta falta. Sin embargo, los trabajadores involucrados podrán demostrar que se trató de un error o acto involuntario.

Art.19.- Los trabajadores que llegaren con cinco minutos de retraso serán sancionados de acuerdo a este reglamento. La falta de puntualidad al trabajo por más de tres veces en un período mensual será causa suficiente para dar por terminada la relación de trabajo, previo visto bueno. Se considera como falta grave.

Art.20.- Si el trabajador incurriera en falta de asistencia injustificada por más de tres días consecutivos en un periodo mensual de labores, o más de cuatro no consecutivos, dará derecho a que la Institución de por terminado el contrato de trabajo, previo visto bueno pues se considera como falta grave.

Art.21.- También se utilizará la tarjeta con el fin de registrar las autorizaciones para abandonar los sitios de trabajo por situaciones tales como: servicio médico, servicio social, otros, con la autorización del jefe inmediato, caso de calamidad doméstica, y en los casos que se solicite permisos ocasionales para abandonar el sitio de trabajo, llenando el formulario existente para el efecto.

Art.22.- Los servidores de confianza y de dirección, sin perjuicio del cumplimiento de horario y turnos establecidos legalmente por la

Institución, no habrá límite de jornada para los colaboradores que desempeñen cargos de confianza o dirección, tales como: Jefes de Área, Supervisores, Asesores, Asistentes Administrativos y Vendedores. Los mismos que deberán trabajar todo el tiempo que fuere necesario para cumplir a cabalidad su obligación, sin que el servicio prestado fuera del horario antes dicho constituya trabajo suplementario, ni implique remuneración extra alguna, todo de conformidad con art.58 del Código de Trabajo, tomando en consideración que este servidor recibirá remuneraciones superiores a los mínimos sectoriales.

Se aclara que la remuneración o salario que se paga a los colaboradores encargados de las actividades o tareas mencionadas en este artículo, comprende e incluye el trabajo que deban o tengan que desempeñar durante la prolongación de la jornada ordinaria. Por consiguiente una vez convenida la remuneración o salario con dicho colaborador, de acuerdo con las disposiciones laborales que regula la materia, se presumirá que las partes, han tenido previamente en cuenta la índole de sus funciones, sin que posteriormente pueda haber lugar a reclamo adicional alguno por tal concepto, lo que deberá constar en el contrato de trabajo.

## **CAPÍTULO VI**

### **DE LAS REMUNERACIONES Y GARANTÍAS**

Art.23.- La remuneración que recibirán los trabajadores se sujetará a la ley y a las convenciones contractuales, pero no podrá ser inferior a la remuneración básica unificada o al establecido en las tablas sectoriales.

El trabajador que no estuviera de acuerdo con la liquidación de su remuneración mensual reclamará de forma inmediata a contabilidad y de no ser subsanado o aclarado por esta dependencia, podrá acudir ante la Presidencia, para solucionar en forma adecuada y equitativa el reclamo.

Art.24.- La Institución pagará a los trabajadores la remuneración fijada en el respectivo contrato de trabajo, por mensualidades vencidas, en base a

los días laborados y de conformidad con la Ley, así como los demás beneficios legales correspondientes. Cualquier modificación o cambio de cualquier condición contractual, deberá constar en un contrato modificatorio suscrito por las partes.

De los haberes del trabajador se descontarán los aportes individuales al Seguro Social, el Impuesto a la Renta, pensiones alimenticias y otros que fueren legalmente ordenadas por la autoridad judicial competente.

Art. 25.- La Institución podrá movilizar a sus trabajadores dentro de los distintos ámbitos de su rama ocupacional o profesional sin que ello signifique cambio de ocupación ni despido intempestivo. Así mismo podrá desplazarlos a ciudades distintas en comisiones de servicio temporales, asumiendo la empresa los gastos de viaje, en base a una política de viáticos que establecerá la administración previamente. Lo señalado en este artículo se establecerá en los contratos individuales, que los trabajadores celebren con la Institución. Por lo tanto, los trabajadores, no podrán poner objeciones respecto de lo señalado en este artículo.

## **CAPÍTULO VII**

### **DE LAS VACACIONES**

Art.26.- Los trabajadores que hayan laborado doce meses continuos en el “EDIPOL S.A.”, tendrán derecho a gozar de las vacaciones, de acuerdo a lo dispuesto por el Código del Trabajo en su artículo 69.

Art.27.- A fin de que no se interrumpan las labores en el “EDIPOL S.A.”, se hará un calendario anual de vacaciones para todos los trabajadores.

Art.28.- El “EDIPOL S.A.” podrá posponer las vacaciones del o de los trabajadores y proporcionarlas en forma conveniente y escalonada, para que no se interrumpan los trabajos regulares de la Institución.

Art. 29.- Cuando se trate de labores técnicas o de confianza para las que es difícil reemplazar al trabajador por corto tiempo, la Institución podrá negar las vacaciones hasta por un año, para acumularla necesariamente a la del año siguiente de acuerdo al Art. 74 del Código del trabajo.

Art.30.- El trabajador podrá no hacer uso de sus vacaciones hasta por tres años consecutivos, a fin de acumularlas en el cuarto año, de conformidad con el Art. 75 del Código del Trabajo. Pero es su obligación comunicar por escrito que no va hacer uso con treinta días de anticipación a la fecha asignada.

## **CAPÍTULO VIII DE LAS AUTORIZACIONES**

Art.31.- La Institución podrá autorizar a los trabajadores ausentarse temporalmente de sus puestos de trabajo, cuando estos lo soliciten en el formulario que se proporcionará para estos efectos, previa determinación de la necesidad del trabajador para ausentarse.

Art.32.- Clase de permisos:

### **a.- Con sueldo:**

1.-Para ser atendidos por los facultativos médicos del IESS para lo cual deberá presentar el respectivo certificado médico y comunicar sobre el particular dentro de los tres primeros días de enfermedad, conforme lo establece el Art. 177 del Código del Trabajo.

2.-Para que los trabajadores ejerzan el sufragio en las elecciones populares, permiso que no podrá exceder de cuatro horas.

3.- Cuando el trabajador obtenga una beca para estudio en el extranjero

de conformidad con lo dispuesto en el Art. 42 numeral 27 del Código del Trabajo.

4.- Cuando tenga que ausentarse para realizar diligencias propias de la Institución.

5.- En caso de fallecimiento de su cónyuge o parientes dentro del tercer grado de consanguinidad o segundo de afinidad, se concederá licencia por tres días.

6.- Cuando los trabajadores fueren llamados a realizar el servicio militar obligatorio, en los términos el Art. 42 del Código del Trabajo.

**b.- Sin sueldo:** Concedidos a juicio del Empleador y por causas debidamente justificadas por el trabajador, como son asuntos personales o familiares, relacionados con calamidad doméstica.

Art. 33.- Los permisos en general, las justificaciones por faltas o atrasos serán autorizadas por el Gerente General.

El trabajador que faltare sin permiso previo, deberá avisar a cualquiera de los funcionarios encargados telefónicamente o por medio de terceras personas dentro de las 24H00. Para el caso de enfermedad no profesional, la notificación debe hacerse dentro de las 72H00 posteriores al inicio de la enfermedad, de conformidad con el Art. 177 del Código del Trabajo. Al reingresar a sus labores, deberán presentar la justificación correspondiente.

## **CAPÍTULO IX**

### **DE LAS OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES**

Art.34.- Además de las obligaciones establecidas en el Art.45 del Código del Trabajo y demás leyes pertinentes que rigen la relación laboral, los trabajadores y obreros de la Institución tienen las siguientes obligaciones:

a.- Desempeñar sus actividades con eficiencia, cuidado, esmero y cumplir con las labores que le sean asignadas por la Presidencia, o de los Jefes y Funcionarios que la Institución determine.

b.- Para la realización de sus actividades, se someterán a los procedimientos, políticas e instrucciones emanadas de la Institución y a las órdenes de sus jefes inmediatos o superiores.

c.- Asistir puntualmente a su trabajo y permanecer en el lugar que para el desempeño de sus funciones se le hubiere señalado.

d.- Observar buena conducta en los lugares y horas de trabajo y en general durante su permanencia en las dependencias de la Institución.

e.- Respetar y obedecer a sus superiores y mantener completa armonía con los compañeros de trabajo.

f.- Sujetarse a las medidas de prevención y riesgo del trabajo que establecen las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes, las normas del presente reglamento y lo que la Institución haga conocer mediante circulares, rótulos, folletos y abstenerse a realizar actos que pueda poner en peligro su seguridad, de la de sus compañeros, sus superiores así como las de las instalaciones, oficinas, bodega de almacenamiento, y demás lugares de trabajo.

g.- Cumplir con las disposiciones de carácter higiénico y otras medidas preventivas de salud que fueren establecidas por la Institución.

h.- Defender los intereses de la empresa evitando que sufran daño o perjuicio los bienes de ella, para lo cual están obligados a cuidar la mercadería, los enseres, utensilios, maquinarias, vehículos y equipos de trabajo en general que estuvieren a su cargo respondiendo pecuniariamente por los daños y perjuicios que ocasionaren por su negligencia, imprudencia, impericia e inobservancia del presente reglamento y más disposiciones internas de la empresa, de las leyes de tránsito, por actitudes intencionales o dolosas o bien por abandono.

i.- Atender al público en forma esmerada y cordial, de acuerdo a los procedimientos y fórmulas determinadas por la Institución. Si se determina responsabilidad directa del trabajador por incumplimiento de los procedimientos mencionados este deberá responder en proporción al daño causado, ya sea por la mercadería en general o un producto determinado.

j.- Cuando tenga que formular consultas, solicitudes o reclamos lo realizarán acudiendo primero a su jefe inmediato y si es necesario posteriormente a la máximas autoridades de la Institución.

k.- Están obligados a tener su carné de salud y certificado de antecedentes policiales actualizados.

l.- Deberán ahorrar la energía, el agua y el teléfono, de manera que estos servicios sean utilizados exclusivamente para actividades relacionadas con el funcionamiento de la empresa.

m.- Entregar a la Institución al momento de separarse del servicio o salir de vacaciones o licencia temporal, en buen estado todos los útiles,

enseres, implementos, ropa de trabajo, maquinarias, vehículos y equipos de trabajo en general que les hubieren sido proporcionados para el desarrollo de sus actividades, salvo el natural deterioro por el uso normal.

n.- Ejecutar, de acuerdo con las instrucciones establecidas en los horarios, todos los trabajos que fueren ordenados en forma verbal o escrita, inclusive, en horas suplementarias o jornadas extraordinarias, no pudiendo dejar abandonado su puesto de trabajo hasta que no llegue el reemplazo o tenga la debida autorización del Jefe inmediato.

o.- Firmar o marcar personalmente la tarjeta de control de tiempo o suscribir las hojas de control.

p.- Están obligados a guardar absoluto secreto sobre las normas y procedimientos que son propias de la actividad de “EDIPOL S.A.”.

q.- Atender debidamente al cliente, guardar compostura y educación ante el público y utilizar los uniformes otorgados por la Institución, en forma adecuada y permanentemente.

r.- Presentarse en el lugar de trabajo en óptimas condiciones, lo que significa, no acudir bajo los efectos de alcohol, drogas o estupefacientes peor consumirlos dentro del trabajo.

s.- Ingresar inmediatamente, los dineros y/o documentos que correspondan a la Institución ya sea por ventas entregas y/o cualquier tipo de recaudación. El incumplimiento de esta norma se considera falta grave y será causal suficiente para solicitar el visto bueno a la autoridad competente.

t.- Dar el aviso oportuno a sus superiores de todo lo que a su juicio pueda perjudicar la marcha del trabajo de la respectiva planta o sección, contribuyendo así al buen funcionamiento de la Institución.

u.- Dar información completa y detallada de todo daño o novedad que se produzca en los bienes de la Institución, aun en aquellas que no se encuentran bajo su cuidado por escrito, telefónica o personalmente a sus Jefes inmediatos.

v.- Revisar al momento de ingresar a su jornada de trabajo, la mercadería y más implementos que están bajo su responsabilidad, al encontrar alguna novedad, deben notificar a su respectivo jefe para que estos procedan en la forma más conveniente.

w.- Asistir a los eventos de capacitación para los que haya sido seleccionado, organizados dentro de las jornadas de trabajo.

El incumplimiento de lo señalado en los literales f, g, h, i, p, r, s, t, u, de este artículo, será considerado falta grave.

Art.35.- Los guardianes tendrán horario especial y están obligados a la vigilancia constante de resguardo de seguridad de los bienes de "EDIPOL S.A.". así como de observación del orden. No debiendo permitir el acceso a nadie a las instalaciones de la Compañía, sin la autorización de la Presidencia o de quien haga sus veces. Sus funciones entre otras son:

a.- Controlar al personal que abandona sus labores y a toda persona que entra y sale de la Institución.

b.- Dar cuenta de toda incorrección que observare e impedir la consumación de todo hecho posible que comprobaren, informar minuciosamente de lo ocurrido a su inmediato superior.

c.- Controlar en jornadas diurnas y/o nocturnas las plantas y la totalidad de las instalaciones de la empresa mediante el sistema de estaciones a base de reloj u otro sistema que estableciere la empresa.

d.- Llevar control de las comunicaciones que ingresen o se realicen mientras las oficinas de "EDIPOL S.A.", permanecen cerradas.

e. -Exigir guías de despacho a los vehículos que transporten productos o enseres de la Institución y responsabilizarse por ellos.

f.- Usar con la debida corrección los uniformes otorgados por la Institución, así como las armas y demás implementos que se requieran para las labores de guardianía, durante su turno de trabajo.

g. -Hacer uso adecuado de los sistemas de comunicación que establezca la Institución para su función.

h.- Respetar estrictamente las normas y disposiciones contenidas en el Código del Trabajo y el presente reglamento.

## **OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR**

Art. 36.- A más de las establecidas en el Código del Trabajo y este reglamento interno son obligaciones de la Institución las siguientes:

a.- Proporcionar en los lugares de trabajo, los medios higiénicos necesarios;

b.- Proveer las herramientas y elementos necesarios para que se cumplan las normas de seguridad e higiene del trabajo;

c.- Prestar inmediatamente al trabajador los primeros auxilios en caso de accidente o enfermedad;

d.- Pagar en forma oportuna y completa la remuneración y demás beneficios laborales que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de conformidad con las disposiciones del Código del Trabajo y más normas vigentes de la Institución.

e.- Instalar talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetando a las disposiciones legales y a las órdenes de las autoridades sanitarias;

f.- Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para ser atendidos por los facultativos de la empresa o del IESS, tales permisos se concederán sin reducción de la remuneración;

g.- Atender los reclamos de los trabajadores;

h.- Establecer programas anuales de capacitación, motivación para los trabajadores, para su competitividad;

i.- Dar a conocer los reglamentos, resoluciones o instructivos relativos a las relaciones laborales;

j.- Entregar con la debida anticipación, los equipos de seguridad para la realización de los trabajos;

k.- Dotar a los trabajadores cada año, una dotación de ropa de trabajo de acuerdo a su actividad dentro de la Institución.

## **CAPÍTULO X**

### **PROHIBICIONES DE LOS TRABAJADORES**

Art.37.- Además de las prohibiciones establecidas en el Art. 46 del Código del Trabajo, la empresa prohíbe terminantemente a sus trabajadores lo siguiente.

a.- Suspender las labores o abandonar su sitio de trabajo aun para dirigirse a otra sección, planta o dependencia de la Compañía, a menos que cumpla una comisión; tanto más grave será esta falta si lo hace con destino a la calle u otra parte donde no exista relación con sus labores.

b.- Encargar a otra persona la relación del trabajo que le ha sido asignado salvo que lo haga con el consentimiento expreso del empleador.

c.- Negarse a trabajar en labores, funciones u horarios que le sean determinados mediante el contrato de trabajo. El trabajador está obligado además a prestar su cooperación en algún otro trabajo similar al habitual cuando por cualquier motivo no pudiere desempeñar sus funciones específicas o a juicio de la empresa debiere desempeñar otra labor. Desatender órdenes, circulares o regulaciones en general.

d.- Introducir bebidas alcohólicas, drogas o estupefacientes y/o consumirlos durante la jornada de trabajo. Tampoco podrá ingresar con objetos que no sean destinados a la realización de las labores, como bolsas, maletas, carteras, etc., sin permiso del funcionario competente.

e.- Portar armas de cualquier clase dentro de los recintos de la empresa o en los transportes, salvo los que por su actividad lo exija, caso en el cual portará la debida autorización.

f.- Formar grupos, interrumpiendo a los demás en sus labores o para realizar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de "EDIPOL S.A."

g.- Alterar, borrar o rectificar las tarjetas de los relojes marcadores ya sean asignadas a su trabajo o al de cualquier otro compañero. Igual prohibición corre para las hojas de control y para los formularios de permisos y vacaciones.

h.- Realizar o ejecutar en los lugares de trabajo cualquier clase de juegos de suerte o de azar.

i.- Ofender, hostilizar, coaccionar o agredir a los compañeros de trabajo, intervenir en escándalos o riñas, dentro de las instalaciones de “EDIPOL S.A.”, o fuera de la misma cuando este en su representación.

j.- Hacer préstamos entre los trabajadores de la empresa, considerándose falta grave cuando tales actos impliquen extorsión, abuso de confianza, usura, fraude o cualquier hecho que perturbe la disciplina de los trabajadores en cualquier forma, así como también solicitar dinero o especie o proveedores o clientes.

k.- Llevar fuera de “EDIPOL S.A.”, máquinas, equipos, útiles de oficina, utensilios, herramientas, productos, o darle uso distinto del establecido sin autorización escrita del jefe inmediato.

El incumplimiento de esta disposición se considera como falta grave y la empresa podrá solicitar el visto bueno frente a la autoridad respectiva

l.- Propalar rumores falsos o escribir leyendas ofensivas en detrimento de la dignidad de la empresa, de sus ejecutivos o de sus compañeros.

m.- Apropiarse en forma indebida de dineros, ya sea provenientes de ventas o por cualquier tipo de recaudación que corresponda a la empresa aun cuando los mismos sean restituidos posteriormente. La infracción de esta disposición será considerada como falta grave.

n.- Desempeñar durante las horas de trabajo funciones ajenas a su labor o realizar actividades extrañas a la empresa u ordenar que así lo hagan los trabajadores que estén bajo su dependencia.

ñ.- Divulgar los procedimientos y fórmulas que emplea la Institución para la ejecución de sus actividades, así como cualquier información que, reservadamente hubiere conocido y en general todo tipo de asuntos relacionados con la organización, funcionamiento, producción y actividades de “EDIPOL S.A.”.

o.- Trabajar horas suplementarias o extraordinarias sin previo autorización por escrito u orden superior.

p.- Recibir llamadas telefónicas o visitas durante las horas de trabajo excepto casos de emergencia.

q.- Permanecer el lugar de trabajo una vez que ha culminado su jornada, a no ser que tenga autorización por escrito para hacerlo.

r.- Dormirse durante las horas de trabajo.

s.- Los trabajadores no podrán ingresar a las oficinas de administración, sin previa autorización del jefe inmediato.

t.- Mantener cualquier tipo de negocio, contrato o relación comercial con proveedores, distribuidores, clientes y más personas o entendidas vinculadas con la actividad de “EDIPOL S.A.”, el incumplimiento de esta disposición se considera falta grave.

u.- Realizar, dentro de las dependencias de la empresa, ventas, colectas, rifas o cualquier clase de comercio.

v.- Usar palabras indecorosas o ejecutar actos que están reñidos con la moral y las buenas costumbres, en las dependencias de propiedad de la Compañía.

w.- Disponer de materiales o piezas que se cambien, sean en vehículos o maquinarias por más que se estimen inservibles.

x.- Retardar el respectivo ingreso a sus respectivos puesto de trabajo, después de haber firmado o marcado la tarjeta de registro.

y.- Portar radio o cualquier otro aparato que pueda distraer al trabajador. El incumplimiento de lo señalado en los literales c, d, e, f, g, j, k, l, m, n, ñ, r, t, v, w, x, de este artículo será considerado falta grave.

## **CAPÍTULO XI DE LAS SANCIONES**

Art.38.- Los Jefes de área reportarán al Gerente General las faltas cometidas por los trabajadores.

Art.39.- La única persona autorizada para aplicar las sanciones establecidas en el presente Reglamento es: el Gerente General.

Consecuentemente cuando se produzca una infracción que no fuere presenciada por el funcionario referido, la persona que no tenga conocimiento de ello deberá reportar dicha falta al ejecutivo mencionado, quienes de considerar pertinente ordenarán las investigaciones que crean convenientes, y aplicarán las sanciones que correspondan. La empresa llevará una hoja de vida de todo su personal.

Art.40.- Para su aplicación las sanciones provienen de dos tipos de faltas: faltas leves y faltas graves.

Art. 41.- Son faltas leves todas las transgresiones que no sean calificadas como grave por el presente reglamento interno y todas aquellas que no acarreen la separación justificada del trabajo desacuerdo con las

diferentes normas del Código del Trabajo, reglamentos y normas generales de higiene del trabajo.

Art. 42.- Las faltas leves serán sancionadas con amonestación escrita y/o sanción pecuniaria con una multa que en ningún caso puede exceder del diez por ciento de la remuneración diaria del trabajador.

La cuantía de la sanción pecuniaria dentro de los límites señalados será fijada en consideración a la naturaleza de la infracción cometida y a juicio del funcionario de la empresa competente para aplicarla. El hecho de cometer por tercera vez una falta leve, se tomará como falta grave.

Art. 43.- Toda sanción de falta leve será comunicada al trabajador por escrito, con copia al Presidente y a las autoridades del trabajo competente.

Art. 44.- Serán consideradas como falta grave los actos de indisciplina o desobediencia graves, aquellos que están previstos en el artículo 172 del Código del Trabajo, y todas aquellas que han sido especificadas como tales en el presente reglamento interno.

Art. 45.- Las faltas graves se sancionarán de acuerdo a la ley con amonestaciones escritas y solicitando el visto bueno a las autoridades de/trabajo.

Art.46.- Los trabajadores responderán por la pérdida, deterioro, destrucción daños y perjuicios que causen a los bienes, maquinarias, vehículos, herramientas, equipos de trabajo, ropa de trabajo, equipos de oficina y documentos en general de la empresa que estuvieren a su cargo en razón de las funciones propias de cada trabajador o de aquellas que se les hubiere encomendado cuando se produzcan por negligencia,

impericia, imprudencia, abusos, actos dolosos, e inobservancias de las normas legales y reglamentarias por parte de los trabajadores.

Art. 47.- Además de lo señalado en este capítulo, la empresa podrá imponer las sanciones previstas en el Código del Trabajo, aquellas determinadas en las diferentes disposiciones del presente reglamento y las que se establezcan en los diferentes contratos de trabajo que se celebren con cada trabajador.

## **CAPÍTULO XII**

### **DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 48.- **MEDIDAS FRENTE A HECHOS DELICTIVOS:** Cuando haya recaído sobre un trabajador auto de llamamiento a juicio o sentencia condenatoria procesado por la comisión de un delito, podrá darse por terminada la relación laboral, previo visto bueno concedido por la autoridad del trabajo.

Art. 49.- Cuando un trabajador haya sacado información técnica de ventas y métodos de trabajo y organización, será separado de sus labores, mediante el respectivo trámite de visto bueno.

Art. 50.- **MEDIOS DE RECLAMACIÓN:** Todo trabajador por si mismo o a través de la organización de haberla, tiene a derecho a elevar consulta o a presentar reclamaciones de trabajo. Tal consulta o reclamación en su caso, será presentada siguiendo el orden regular, esto es, al Gerente General y este de creerlo conveniente a la Presidencia o quien haga sus veces, el que atenderá aceptando o negando la petición, en un tiempo no mayor a quince días.

Art. 51.- Para el caso de comprobarse que un trabajador esta adoleciendo de una enfermedad contagiosa y por lo tanto con peligro de afectar a la

salud a sus compañeros, será destinado a hacerse tratar debidamente y hasta lograr su recuperación, siempre al amparo de los reglamentos del IESS.

## **PREVENCIÓN DE HERRAMIENTAS Y BIENES**

Art.52.- Los trabajadores de “EDIPOL S.A.” tienen la obligación de entregar las herramientas de trabajo, después de la jornada de labor a la persona encargada de llevar el control de estas.

Art.53.- Se entenderá que el trabajador ha devuelto las herramientas o equipos en buen estado, si el bodeguero o encargado no hiciere constar daños novedades en su parte diario dentro de las veinte y cuatro horas.

Art. 54.- Los trabajadores por turnos retirarán las herramientas o equipo de trabajo de sus compañeros que han cumplido el turno anterior, las que deberán encontrarse en perfectas condiciones. Cualquier novedad en las mismas, se comunicará en cuanto se pueda en el menor tiempo posible al encargado del control de ellas.

Art. 55.- En algunos casos la Institución entregará herramientas o equipos inventariados, para que solo las utilice el trabajador para cierta labor permanente y dentro de las instalaciones de la Institución.

Art. 56.- Todo trabajador está obligado a sustituir o a pagar la herramienta perdida o deteriorada por su culpa.

Art. 57.- Al terminar la relación laboral y antes de recibir su liquidación de conformidad con el Código del Trabajo, el trabajador deberá entregar por inventario todo el material, equipos, máquinas y además utensilios que hayan estado a su cargo.

Art. 58.- Para efectos de lo dispuesto en el Art. 42 numeral 11, del Código del Trabajo vigente, los dirigentes de cualquier organización sindical que exista legalmente en la empresa deberán solicitar el permiso con cuarenta y ocho horas de anticipación.

Art. 59.- En todos los casos de perjuicios económicos que haya sufrido la Institución, por la inobservancia a este reglamento o por la comisión de infracciones y faltas establecidas en el mismo la compañía tendrá derecho a ser restituida en la forma que se acuerde con el trabajador, sin perjuicio de que la empresa ejercite las acciones civiles o penales que procedan según sea el caso.

Art. 60.- Las disposiciones órdenes y regulaciones temporales que se dicten internamente con aprobación de la Gerencia General, quedará temporalmente agregada al presente reglamento en cuanto no se oponga al mismo. Cuando la disposición orden o regulación deba extenderse por más de treinta días se solicitará la aprobación de la autoridad de trabajo competente.

Art. 61.- Todo aquello que no estuviere previsto en el presente reglamento, será resuelto por las disposiciones del Código del Trabajo, las que se entienden incorporadas a este reglamento interno.

### **CAPÍTULO XIII**

#### **DISPOSICIONES FINALES**

Art.62.- La Institución, podrá reglamentar otros aspectos de la relación laboral y otros servicios específicos dictando las disposiciones correspondientes, las que no podrán oponerse a las leyes laborales ni a las normas del presente reglamento interno.

Art. 63.- El presente reglamento interno de trabajo de “EDIPOL S.A.”, entrará en vigencia desde la fecha de aprobación por parte de la Dirección Regional del Trabajo y será publicado por los medios más adecuados para que sea de reconocimiento de todos sus trabajadores.

Art.64.- El presente reglamento tiene una duración permanente y podrá ser revisado o modificado de acuerdo al Art. 64 del Código del Trabajo.

## **6.10. CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA.**

“EDIPOL S.A.” actúa con responsabilidad social, brinda productos y servicios altamente profesionales y basa el éxito en las relaciones en la confianza, el compromiso y el trabajo en equipo.

**Art. 1 Buen crédito y conducta moral.-** La institución desempeña un rol significativo en el desarrollo de la sociedad, en tal sentido el personal que labora en la Institución deberá mantener una buena imagen ante la comunidad, evitando cualquier conducta irregular, inhabilidad de trato, vanidad, grosería y mal humor. No pueden ser trabajadores de la Institución las personas cuya conducta evidencie actos incompatibles el Código de Ética y Conducta.

**Art. 2 Lealtad y Colaboración.-** Todo colaborador se obliga a ser leal a sus superiores siempre y cuando estos actúen íntegramente y no se alteren los derechos ni responsabilidades del subalterno. Es importante mantener una actitud de colaboración, demostrando compromiso, conciencia moral y buena comprensión de las relaciones humanas.

**Art. 3 Discreción.-** Las acciones que se desarrollan en la Institución por la naturaleza de la organización no son secretas, pero si reservadas en el sentido de la discreción, por lo tanto toda persona que labore en la Institución cuidará de no poner innecesariamente o ilegalmente los

asuntos que atañen a su desempeño, del grupo poniendo en riesgo a la Institución.

**Art. 4 Probidad.-** El colaborador deberá siempre actuar con rectitud, procurar siempre satisfacer el interés general, desechar cualquier beneficio personal y obligándose a mantener, demostrar una conducta intachable y honesta.

**Art. 5 Sinceridad.-** Los trabajadores deben ser veraces respecto a las decisiones y acciones que asuman. Deberán explicar la razón de sus decisiones y restringir la información cuando la ley o el interés público.

**Art.6 Integridad.-** Los colaboradores no aceptan ningún tipo de prestación financiera o de cualquier otra índole, proveniente de entidades, organismos, empresas o personas que comprometan sus responsabilidades como trabajador de la Institución.

**Art.7 Evaluaciones.-** Todo el personal de la organización se someterá a las pruebas y evaluaciones periódicas realizadas por la autoridad, a fin de propender el mejoramiento continuo de la Institución.

**Art. 8 Rendición de Cuentas.-** Todo el personal debe rendir cuentas por sus actos, acciones y decisiones en el ejercicio de sus funciones; estar dispuesto a someterse a la revisión y análisis.

**Art. 9 Uso adecuado de los bienes.-** Los bienes pertenecientes a la Institución deben ser utilizados correctamente, evitando el abuso, desperdicios o aprovechamiento personal o fines particulares.

**Art. 10 Beneficios no permitidos.-** Los colaboradores no deberán recibir ni directa ni indirectamente, para sí, ni para terceros; solicitar, aceptar, o

admitir dinero, dádivas, beneficios, regalos, promesas por sus labores realizadas.

**Art. 11 Cumplimiento del Código de Ética.-** El Código de Ética de los trabajadores de “EDIPOL S.A.” imponen el comportamiento personal e institucional, el incumplimiento del presente Código será causa para la determinación de responsabilidades administrativas, civiles o indicios de responsabilidad penal.

## CAPÍTULO VII

### 7. ANÁLISIS DE IMPACTOS.

La evaluación de impactos o posibles consecuencias que puede generar el proyecto es un aspecto importante para definir la viabilidad del proyecto, para ello es importante determinar la incidencia positiva o negativa en el entorno en el cual se desarrollará.

Es necesario realizar un análisis de impactos utilizando la matriz de evaluación, instrumento que sirve para realizar un estudio cuantitativo.

Cuadro Nro. 72

#### MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS.

CANT.	DESCRIPCIÓN
03	Alto positivo.
02	Medio positivo
01	Bajo positivo
00	Neutro
-01	Bajo negativo
-02	Medio negativo
-03	Alto negativo

Elaboración: Las Autoras

Al final de la evaluación se determinará el nivel de impacto aplicando la fórmula que a continuación se presenta:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de calificaciones}}{\text{Número de Indicadores}}$$

## 7.1. IMPACTO SOCIAL

Cuadro Nro. 73

### MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS SOCIALES.

INDICADORES	PONDERACIÓN						
	3	2	1	0	-1	-2	-3
Fuentes de Trabajo		X					
Calidad de vida		X					
<b>Total</b>	-	<b>4</b>	-	-	-	-	-

Elaboración: Las Autoras

Nivel de Impacto Social = (4 / 2)

Nivel de Impacto Social = **2.00**

Equivalencia = **Impacto medio positivo.**

#### Análisis:

El indicador “Fuentes de Trabajo”, tiene una calificación de impacto medio positivo (2); debido a que con el proyecto se generan fuentes de trabajo directas e indirectas y conjuntamente se realiza el desarrollo de una mano de obra especializada.

El nivel de fuentes de empleo generadas no tiene un gran impacto en la comunidad, si se considera el nivel de desempleo y subempleo existente en la ciudad de Atuntaqui, es por esa razón que tiene una valoración de (2).

El indicador “Calidad de Vida” toma una calificación de medio positivo (2); puesto que mejora la capacidad económica y adquisitiva de los trabajadores y del medio en general, además de una capacitación en tareas específicas con un alto grado de especialización para cumplir los estándares impuestos por la franquicia, lo que reporta un crecimiento

profesional del personal, también dinamiza la economía en su entorno en lo referente a la provisión de bienes y servicios.

De la misma manera por no tener una gran influencia en la ciudad de Atuntaqui dispone de una valoración de medio positivo (2).

## 7.2. IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro Nro. 74

### MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS ECONÓMICOS.

INDICADORES	PONDERACIÓN						
	3	2	1	0	-1	-2	-3
Productividad	x						
Rentabilidad		X					
Desarrollo del sector		X					
Inversiones			X				
Nivel de Endeudamiento			X				
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Elaboración: Las Autoras

Nivel de Impacto Económico = (9 / 5)

Nivel de Impacto Económico = **1.80**

Equivalencia = **Impacto medio positivo.**

### Análisis:

La productividad tiene un impacto alto positivo debido a que la creación de la entidad genera una mayor producción y comercialización de pollos asados o broster y también de insumos indirectos como legumbres y verduras que para la industria local de ese sector es un aporte significativo.

La rentabilidad y el desarrollo del sector tienen una ponderación medio positivo (2) debido a que genera una rentabilidad adecuada, incrementa los niveles de desarrollo del sector y es una de las pioneras en ese tipo de inversión que atraerá más empresas relacionadas con este servicio, sin embargo no tiene un efecto significativo en la ciudad de Atuntaqui.

El nivel de inversiones y de endeudamiento dispone de una calificación impacto bajo positivo ya que no son rubros significativos en el sector por el momento pero se vislumbra un camino muy prometedor.

### 7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro Nro. 75

#### MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES.

INDICADORES	PONDERACIÓN						
	3	2	1	0	-1	-2	-3
Contaminación					X		
Manejo ambiental				X			
Condiciones sanitarias		X					
<b>Total</b>	-	2	-	0	-1	-	-

Elaboración: Las Autoras

Nivel de Impacto Ambiental = (1/ 3)

Nivel de Impacto Ambiental = **0.33**

Equivalencia = **Impacto neutro.**

#### Análisis:

El indicador “Contaminación” del medio ambiente, alcanza una calificación de bajo negativo debido a que si tiene una incidencia pequeña. Al asar los pollos, el proceso de preparación genera humo que se libera en el aire, no se produce una contaminación excesiva.

El manejo ambiental que tiene especificado la franquicia es muy riguroso en este aspecto y no permite ocasionar mayor impacto ya que la mayoría de desechos son orgánicos y los inorgánicos es su gran mayoría son biodegradables, además el Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante, dispone de programas de tratamiento de los desechos sólidos mediante la clasificación y recolección separada de la basura.

Las condiciones sanitarias en las que se desarrolla el proyecto son excelentes debido a los procesos implementados por la franquicia y su subsiguiente monitoreo; más no son óptimas debido a que siempre son susceptibles de mejoramiento. Existen procedimientos de aseguramiento de la calidad del producto.

#### 7.4. MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

Cuadro Nro. 76

##### MATRIZ DE EVALUACIÓN GENERAL DE IMPACTOS.

INDICADORES	PONDERACIÓN						
	3	2	1	0	-1	-2	-3
Social		X					
Económico		X					
Ambiental				X			
<b>Total</b>	-	<b>4</b>	-	<b>0</b>	-	-	-

Elaboración: Las Autoras

Nivel de Impacto General = (4/ 3)

Nivel de Impacto General = **1.33**

Equivalencia = **Impacto bajo positivo.**

**Análisis:**

En general el proyecto tiene un impacto bajo positivo (1), lo que significa que la entidad genera más aspectos positivos que negativos para la comunidad en la ciudad de Atuntaqui.

Los aspectos positivos más relevantes que se generan son la dinamización del sector económico local y la obtención de un know How en la capacitación de la mano de obra directa, la estandarización de un producto y un servicio de calidad, todo lo antes citado con un impacto ambiental no muy significativo.

Dentro de los aspectos negativos habrá que señalar que por su pequeña inversión no generaría dentro del nivel de empleo y subempleo de Atuntaqui un incremento importante. Económicamente el proyecto no es capaz de dinamizar la economía en Atuntaqui en forma representativa.

Con respecto al aspecto ambiental se verá aumentado en mínima cantidad por la generación de desechos y humo que contaminan el medio ambiente.

## CONCLUSIONES

- Mediante el estudio efectuado se desprende que tanto la población local, así como quienes visitan la ciudad estarían de acuerdo con la apertura de un local de Pollos Texas Chicken con el fin de diversificar las alternativas alimenticias existentes.
- A través de la realización del marco teórico, se da a conocer la importancia de contar con un producto franquiciado, ya que este asegura un estricto proceso de calidad ofreciendo así a los consumidores la tranquilidad en el consumo de productos alimenticios preparados.
- Del estudio de mercado realizado se determina que no existe suficiente variedad alimenticia ofertada en la ciudad de Atuntaqui en la Provincia de Imbabura, lo cual constituye un mercado potencial y atractivo para aperturar un local de Pollo Texas Chicken que permita la comercialización de producto saludable con un exquisito sabor.
- A través del estudio técnico se ha llegado a la conclusión que el lugar más idóneo para la apertura de un local de Pollo Texas Chicken es en la panamericana norte de la ciudad de Atuntaqui; por cuanto el local es de fácil acceso, cuenta con parqueadero privado evitando así la congestión en el centro de la ciudad.
- En el estudio económico se evalúa la inversión que requiere el proyecto para la apertura del local, además del análisis de indicadores como el VAN, TIR, EVA, Costo-Beneficio, punto de equilibrio y elaboración de balances los cuales permitieron determinar que el proyecto es factible, rentable y recuperable en un mediano plazo.

- En el establecimiento de la estructura orgánica de la entidad se ha determinado el recurso humano necesario para la apertura del local de Pollo Texas Chicken, así como también las competencias y perfiles de cada cargo.
  
- De acuerdo con los datos obtenidos en la evaluación de impactos se concluye que el proyecto es factible debido a que no genera ningún tipo de perjuicio hacia el medio ambiente.

## RECOMENDACIONES

- Es importante que se aproveche las ventajas inherentes al proyecto además es un sitio que es muy concurrido por turistas nacionales y extranjeros.
- Las referencias bibliográficas brindan un marco conceptual que coadyuvan a una buena gestión del proyecto.
- Se recomienda ejecutar el proyecto puesto que existen las mejores condiciones para que se posicione y que en el mediano plazo se constituya como la empresa líder en el mercado alimenticio.
- Es importante que se aproveche las ventajas competitivas del lugar para la implementación y ejecución del proyecto, debido a que el sitio donde se ubicaría la entidad permite la captación de clientes ya que es un lugar estratégico en la vía y de fácil accesibilidad.
- La inversión se recupera en un corto plazo y los indicadores financieros muestran que el proyecto es viable por lo que se recomienda la ejecución del mismo.
- Se recomienda que el manejo administrativo se lo haga a través de profesionales que tengan la experiencia necesaria, para que de esta manera logren un rápido posicionamiento de la empresa en el mercado local.
- Se recomienda que en el proceso de preparación y expendio de alimentos realizar el tratamiento adecuado de los residuos y de esta manera contribuir con la preservación del ambiente y la calidad de vida de quienes se involucran directa e indirectamente en el proyecto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

REINOSO, Víctor (2007) *Sistemas administrativos*, Editorial Mc Graw Hill.

KAPLAN, Robert (2007) *Mapas Estratégicos*, Colombia: Editorial Gestión 2000.

KAPLAN, Robert (2008) *The Execution Premium*, España: Editorial Deusto.

CHILQUINGA, Manuel (2007) *Costos*, primera edición, Ibarra - Ecuador

OROZCO, José (2004) *Gerencia Financiera un enfoque estratégico*, Mc Graw Hill.

GARCÍA, Oliver (2002) *Sistemas y procedimientos administrativos*, Editorial.

LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO (2012).

NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF PARA PYMES (2009).

PARKIN, Michael (2009) *Ciencia de la administración*, segunda edición, Madrid – España: Ediciones Contabilidad Moderna.

GORDON, Alexander (2003) *Estrategia corporativa*, Editorial Planeta Colombiana S.A., Ediciones Deusto.

PORTER Michael (2006) *Estrategia y ventaja competitiva*, Editorial Planeta Colombiana S.A., Ediciones Deusto.

TREADWAY COMISSION & NATIONAL COMMISSION ON FRAUDULENT FINANTIAL REPORTING, (2004) *Committee Of Sponsoring Organization, Informe COSO.*

PRICE WATERHOUSE COOPERS (2006) *Gestión de Riesgos Corporativos.*

HALL & FAGEN (2004) *Teoría general de sistemas*, séptima edición, Colombia: Editorial Mc Graw Hill.

ROOS, Stephen (2006) *Nuevos conceptos del control interno*, tercera edición, Madrid –España: Editorial Palmir.

KOTHLER, Phillips (2009) Dirección de *Mercadotecnia*, octava edición, Prentice Hall.

#### **LINCOGRAFÍA:**

<http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Franquicia>

<http://www.monografias.com/trabajos13/trafranq/trafranq.shtml>

<http://franquicias.teletecnicos.com/franquicias-servicios.htm>

<http://www.tormo.com/emprendedores/empezar/conceptos.asp>

<http://www.eumed.net/tesis/2006/mfm/2b.htm>

<http://www.infofranquicias.com/cd-7138/Definiciondefranquicias.aspx>

<http://franquicias.teletecnicos.com/franquicias-servicios.htm>

[http://www.trabajo.com.mx/puntos\\_a\\_analizar\\_antes\\_de\\_adquirir\\_una\\_franquicia.htm](http://www.trabajo.com.mx/puntos_a_analizar_antes_de_adquirir_una_franquicia.htm)

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/franquiciasLynn.htm>

<http://www.eumed.net/libros/2009a/478/CLASES%20DE%20FRANQUICIAS.htm>

[http://www.franquiciasarg.com/que\\_es\\_el\\_franchising.php](http://www.franquiciasarg.com/que_es_el_franchising.php)

<http://www.grupotexas.com.ec/>

**ANEXOS**



## ANEXO A

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULDA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE**  
**ATUNTAQUI**

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad de ubicar un local del pollo TEXAS CHICKEN en la ciudad de Atuntaqui, con la finalidad de diversificar la gastronomía local, brindar un servicio a la altura de las grandes ciudades del país y elevar la cultura de atención al cliente en el sector. Por lo expuesto anteriormente mucho agradeceré a usted se digne contestar las siguientes preguntas que son de carácter anónimo y reservado.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una (x) la respuesta que se ajuste a su criterio.

### PREGUNTAS:

1. ¿Conoce usted los locales de pollo Texas Chicken?

Si

No

2. ¿Estaría de acuerdo con la apertura de un local Texas Chicken en la ciudad de Atuntaqui?

Totalmente de acuerdo

Medianamente de acuerdo

Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo

Medianamente en desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Con qué frecuencia consumiría pollo Texas Chicken?

- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- No Consumiría

¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿Qué expectativas espera al ingresar en este local? Enumere en orden de importancia.

- Calidad en el servicio
- Higiene de los productos
- Precios moderados
- Parqueadero privado
- Área infantil
- Otros

¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la compra de un pollo asado o broster en un local de Texas Chicken?

- Hasta 12 Usd.
- de 13 a 14
- de 15 a 16
- Más de 16 Usd.

6. ¿Cuál de los siguientes productos es de su preferencia? Priorice.

- |                    |                          |
|--------------------|--------------------------|
| Pollo asado        | <input type="checkbox"/> |
| Pollo broster      | <input type="checkbox"/> |
| Chaulafán          | <input type="checkbox"/> |
| Pincho             | <input type="checkbox"/> |
| Hamburguesa de res | <input type="checkbox"/> |
| Fritada de pollo   | <input type="checkbox"/> |
| Wrapper Texano     | <input type="checkbox"/> |
| Ninguno            | <input type="checkbox"/> |

¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. ¿Qué productos preferiría usted como complemento de su orden? Priorice.

- |                    |                          |
|--------------------|--------------------------|
| Mouse de sabores   | <input type="checkbox"/> |
| Torta de chocolate | <input type="checkbox"/> |
| Tres leches        | <input type="checkbox"/> |
| Mil hojas          | <input type="checkbox"/> |
| Ensaladas          | <input type="checkbox"/> |
| No prefiere        | <input type="checkbox"/> |

8. ¿Qué promoción preferiría?

- |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| Combos          | <input type="checkbox"/> |
| Sorteos y rifas | <input type="checkbox"/> |
| Otra            | <input type="checkbox"/> |

¿Cuál? \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál cree que sería la ubicación ideal para la apertura del local Texas Chicken?

- |                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| Panamericana norte          | <input type="checkbox"/> |
| Cerca del mercado municipal | <input type="checkbox"/> |
| Cerca del parque central    | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Qué diario lee con mayor frecuencia?

El Norte	<input type="checkbox"/>
La Hora	<input type="checkbox"/>
El Comercio	<input type="checkbox"/>

11. ¿Qué radio escucha con mayor frecuencia?

Radio La Mega 99.9	<input type="checkbox"/>
Radio Vocú	<input type="checkbox"/>
América Estéreo	<input type="checkbox"/>
Canela Radio 90.5	<input type="checkbox"/>
Alborada 90.3	<input type="checkbox"/>
Sónica 93.9	<input type="checkbox"/>
Armonía 97.3	<input type="checkbox"/>
Caricia	<input type="checkbox"/>
Radio Los Lagos	<input type="checkbox"/>

**DATOS TÉCNICOS:**

**Edad:**

20 a 25	<input type="checkbox"/>
26 a 35	<input type="checkbox"/>
36 a 45	<input type="checkbox"/>
46 a 55	<input type="checkbox"/>
Más de 55	<input type="checkbox"/>

**Sexo:**

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

**Nivel de Instrucción:**

Ninguna	<input type="checkbox"/>
Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Superior	<input type="checkbox"/>

**Ocupación:**

Comerciante	<input type="checkbox"/>
Empresario	<input type="checkbox"/>
Empleado	<input type="checkbox"/>
Público	<input type="checkbox"/>
Privado	<input type="checkbox"/>
Ama de Casa	<input type="checkbox"/>

**Fecha** \_\_\_\_\_



## ANEXO B

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULDA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE**  
**ATUNTAQUI**

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad de ubicar un local del pollo TEXAS CHICKEN en la ciudad de Atuntaqui, con la finalidad de diversificar la gastronomía local, brindar un servicio a la altura de las grandes ciudades del país y elevar la cultura de atención al cliente en el sector.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una (x) la respuesta que se ajuste a su criterio.

### PREGUNTAS:

1. ¿Con qué frecuencia visita la ciudad de Atuntaqui?

Diario

Semanal

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

2. ¿Cuál es la razón de su visita?

Turismo

Compras

Negocios

Gastronomía

Otros

¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. Durante su permanencia en la ciudad. ¿Cuáles son sus preferencias gastronómicas?

- |                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| Fritada              | <input type="checkbox"/> |
| Carnes, Parrilladas  | <input type="checkbox"/> |
| Cuyes                | <input type="checkbox"/> |
| Pollo asado, broster | <input type="checkbox"/> |
| Mariscos             | <input type="checkbox"/> |
| Otros                | <input type="checkbox"/> |
| Ninguna              | <input type="checkbox"/> |

¿Cuál? \_\_\_\_\_

4. ¿Conoce los locales de pollo Texas Chicken?

- Si
- No

5. ¿Ha consumido los productos de pollos Texas Chicken?

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| Muchas veces  | <input type="checkbox"/> |
| Algunas veces | <input type="checkbox"/> |
| Pocas veces   | <input type="checkbox"/> |
| Nunca         | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Cómo calificaría su experiencia en pollos Texas Chicken?

- |            |                          |
|------------|--------------------------|
| Excelente  | <input type="checkbox"/> |
| Buena      | <input type="checkbox"/> |
| Regular    | <input type="checkbox"/> |
| Mala       | <input type="checkbox"/> |
| No comenta | <input type="checkbox"/> |

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la compra de un pollo asado o broster en un local de Texas Chicken?

Hasta 12 Usd.

de 13 a 14

de 15 a 16

Más de 16 Usd.

8. ¿Estaría de acuerdo con la apertura de un local Texas Chicken en Atuntaqui?

Totalmente de acuerdo

Medianamente de acuerdo

Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo

Medianamente en desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

¿Por qué? \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál cree que sería la ubicación ideal para la apertura del local Texas Chicken?

Panamericana norte

Cerca del mercado municipal

Cerca del parque central

**DATOS TÉCNICOS:**

**Edad:**

20 a 25

26 a 35

36 a 45

46 a 55

Más de 55

**Sexo:**

Masculino

Femenino

**Nivel de Instrucción:**

Ninguna

Primaria

Secundaria

Superior

**Ocupación:**

Comerciante

Empresario

Empleado

Público

Privado

Ama de Casa