



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ENROLLADOS DE
POLLO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS – PROVINCIA DE
PICHINCHA.

NADIA NOEMI GONZÁLEZ JARA

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado
de:

INGENIERA COMERCIAL

Dr. Hernán Novillo

Director

Ing. Juanita García

Codirector

Año 2010

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA COMERCIAL
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

NADIA NOEMI GONZÁLEZ JARA

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado: Estudio para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos – Provincia de Pichincha, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Marzo del 2010

NADIA NOEMI GONZALEZ JARA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

Dr. Hernán Novillo e Ing. Juanita García

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado: Estudio para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos – Provincia de Pichincha realizado por Nadia Noemi González Jara, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

El mencionado trabajo consta de 1 documento empastado y 1 disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Nadia Noemi González Jara que lo entregue a Ing. Guido Crespo, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, Marzo del 2010

Dr. Hernán Novillo

DIRECTOR

Ing. Juanita García

CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, NADIA NOEMI GONZÁLEZ JARA

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo: Estudio para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos – Provincia de Pichincha, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Marzo del 2010

NADIA NOEMI GONZÁLEZ JARA

DEDICATORIA

A Dios

A la Santísima Virgen del Cisne

A mis padres por el apoyo brindado durante mi vida.

A cada una de las personas que confiaron y me apoyaron en cada uno de los pasos que día a día me fueron formando como profesional pero sobre todo como ser humano.

AGRADECIMIENTO

Es innumerable la cantidad de nombres que vienen a mi mente, para agradecer el apoyo incondicional, los consejos o simplemente su compañía durante estos años de vida universitaria.

Agradezco a Dios, a la Virgen del Cisne, por guiar mi camino con su luz infinita por el camino del bien, a mis Padres René y Noemi, por su apoyo, comprensión y confianza en cada uno de las decisiones de mi vida.

A mis amigas/os, compañeros de esta travesía de cinco años que culmina con éxito en nuestras vidas. Dejándonos una cantidad innumerable de recuerdos, pero sobre un lazo de amistad que nos unirá por el resto de nuestras vidas.

No podía faltar un infinito agradecimiento a mi querida Universidad la Escuela Politécnica del Ejército por acogerme en sus aulas, enriqueciendo día a día mi formación como profesional y como ser humano. A cada uno de mis profesores en especial al Dr. Hernán Novillo y a la Ing. Juanita García, quienes con su apoyo y guía han hecho realidad la culminación de este proyecto.

Nadia Noemi González Jara

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	1
SUMMARY.....	3
OBJETIVOS.....	5
OBJETIVOS GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
CAPÍTULO 1	6
ESTUDIO DE MERCADO.....	6
1.1 Objetivos del Estudio de Mercado	6
1.2 Identificación del Producto y/o Servicio	7
1.3 Características del Producto y/o Servicio	13
1.3.1 Clasificación por su uso/efecto.....	13
1.3.2 Productos o Servicios sustitutos/complementarios	16
1.3.3 Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial.....	19
1.4 Investigación de Mercado	22
1.4.1 Metodología de la Investigación	22
1.4.2 Segmentación de Mercado	25
1.4.3 Segmento Objetivo.....	27

1.4.4	Tamaño del Universo	30
1.4.5	Prueba Piloto.....	30
1.4.6	Tamaño de la Muestra	32
1.4.7	Diseño de Entrevista y Encuesta	35
1.4.7.1	Procesamiento de la Información.....	38
1.4.7.2	Análisis de Resultados.....	75
1.5	Análisis de la Demanda	79
1.5.1	Clasificación	81
1.5.2	Factores que Afectan a la Demanda.....	83
1.5.3	Análisis Histórico de la Demanda.....	93
1.5.4	Demanda Actual del Producto y/o Servicio	95
1.5.5	Proyección de la Demanda	97
1.6	Análisis de la Oferta.....	99
1.6.1	Clasificación	100
1.6.2	Factores que Afectan a la Oferta.....	101
1.6.3	Comportamiento Histórico de la Oferta	107
1.6.4	Oferta Actual	108
1.6.5	Proyección de la Oferta.....	113
1.7	Determinación de la Demanda Insatisfecha	115

1.8	Análisis de Precios en el Mercado del Producto y Servicio.	117
1.8.1	Precios Históricos y Actuales	118
1.8.2	Márgenes de Precios: Estacionalidad, Volumen, Forma de Pago, etc.....	118
CAPÍTULO 2.....		120
ESTUDIO TÉCNICO.....		120
2.1	Tamaño del Proyecto.....	120
2.1.1	Factores Determinantes del Proyecto	120
2.1.2	Optimización del Tamaño.....	127
2.1.3	Definición de las Capacidades de Producción	127
2.2	Localización del Proyecto	128
2.2.1	Macro localización.....	128
2.2.2	Micro localización	129
2.2.3	Matriz Locacional	132
2.3	Ingeniería del Proyecto.....	134
2.3.1	Proceso de Producción y/o Servicio.....	134
2.3.2	Distribución en Planta de Maquinaria y Equipo (Plano)	144
2.3.3	Calendario de Ejecución del Proyecto.....	145
2.4	Aspectos Ambientales	146

2.4.1	Legislación Vigente	146
2.4.2	Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales	146
2.4.3	Medidas de Mitigación.....	146
CAPÍTULO 3.....		147
LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN		147
3.1	Base Legal.....	147
3.1.1	Constitución de la Empresa	148
3.1.2	Tipo de Empresa (Sector, Actividad, CIIU).....	148
3.1.3	Razón Social, Logotipo, Slogan	149
3.2	Base Filosófica de la Empresa	150
3.2.1	Visión	150
3.2.2	Misión.....	151
3.2.3	Objetivos Estratégicos.....	152
3.2.4	Principios y Valores.....	153
3.2.5	Estrategia Empresarial	154
3.3	Estrategias de Mercadotecnia	156
3.3.1	Estrategia de Precio.....	156
3.3.2	Estrategia de Promoción	156
3.3.3	Estrategia de Producto y/o Servicio	156

3.3.4	Estrategia de Plaza	157
3.3.5	Estrategia de Distribución	157
3.4	La Organización.....	157
3.4.1	Estructura Orgánica	158
3.4.2	Responsabilidades	158
3.4.3	Perfiles Profesionales.....	161
3.4.4	Organigrama estructural y Análisis.....	162
CAPÍTULO 4	163
ESTUDIO FINANCIERO	163
4.1	Presupuesto.....	163
4.1.1	Presupuesto de Inversión.....	163
4.1.2	Cronograma de Inversiones	169
4.1.3	Presupuesto de Operación.....	170
4.1.4	Punto de Equilibrio	176
4.2	Estados Financieros Proyectados	179
4.2.1	Del Inversionista.....	180
4.3	Evaluación Financiera.....	184
4.3.1	Determinación de la Tasa de Descuento	184
4.3.2	Evaluación Financiera del Proyecto	185

CAPÍTULO 5.....	197
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	197
5.1 CONCLUSIONES.....	197
5.2 RECOMENDACIONES.....	198
BIBLIOGRAFÍA.....	199
ANEXOS.....	201
ANEXO 1.....	201
ANEXO 2.....	204
ANEXO 3.....	209
ANEXO 4.....	211

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Clasificación del C.I.U.U.	7
Tabla N° 2 Clasificación del producto por su uso	13
Tabla N° 3 Clasificación del producto por su efecto.....	14
Tabla N° 4 PIB por Actividad Económica.....	15
Tabla N° 5 Volumen industrial por actividad económica	16
Tabla N° 6 Tipos de investigación.....	22
Tabla N° 7 Fuentes de información.....	23
Tabla N° 8 Tipos de investigación y técnicas.....	23
Tabla N° 9 Tipos de entrevistas	24
Tabla N° 10 Segmentación de mercado	26
Tabla N° 11 Lista de Hosterías, Empresas de Catering y Eventos del Valle de los Chillós.....	27
Tabla N° 12 Población para el estudio al 2010	28
Tabla N° 13 PEA del área de estudio al 2010.....	29
Tabla N° 14 Resultados prueba piloto (Empresas)	31
Tabla N° 15 Resultados prueba piloto (venta directa al consumidor)	32
Tabla N° 16 Tipo de empresa entrevistada.....	38
Tabla N° 17 Sector de las empresas	39
Tabla N° 18 Conocimiento del enrollado de pollo	40
Tabla N° 19 Presentación del enrollado en menús	41
Tabla N° 20 Nombre de la competencia	42
Tabla N° 21 Calidad de la competencia.....	43
Tabla N° 22 Calidad del servicio de la competencia.....	44
Tabla N° 23 Adquisición del enrollado	45
Tabla N° 24 Cantidad de compra.....	46
Tabla N° 25 Precio de la competencia.....	47
Tabla N° 26 Frecuencia de compra a la competencia	48

Tabla N° 27 Aceptación de la empresa.....	49
Tabla N° 28 Combinación de ingredientes.....	50
Tabla N° 29 Ingreso mensual de la empresa.....	51
Tabla N° 30 Posible adquisición	52
Tabla N° 31 Posible cantidad de compra.....	53
Tabla N° 32 POSIBLE FRECUENCIA DE COMPRA.....	54
Tabla N° 33 Precio que las empresas pagarían.....	55
Tabla N° 34 Edad.....	57
Tabla N° 35 Género	58
Tabla N° 36 Sector.....	59
Tabla N° 37 Conocimiento del enrollado.....	60
Tabla N° 38 Consumo.....	61
Tabla N° 39 Competencia.....	62
Tabla N° 40 Calidad de la competencia.....	63
Tabla N° 41 Calidad del servicio de la competencia.....	64
Tabla N° 42 Adquisición.....	65
Tabla N° 43 Frecuencia de compra	66
Tabla N° 44 Precios de la competencia	67
Tabla N° 45 Aceptación de la empresa.....	68
Tabla N° 46 Combinación de ingredientes.....	69
Tabla N° 47 Ingreso mensual	71
Tabla N° 48 Adquisición.....	72
Tabla N° 49 Frecuencia de compra	73
Tabla N° 50 Precio.....	74
Tabla N° 51 Elasticidad de la demanda	80
Tabla N° 52 Proyección de la pea.....	84
Tabla N° 53 Precio.....	91
Tabla N° 54 Precio.....	93

Tabla N° 55 Evolución del consumo <i>per cápita</i> de productos avícolas.....	94
Tabla N° 56 Demanda de eventos	95
Tabla N° 57 Demanda personas por evento	96
Tabla N° 58 Demanda del 2010 (venta directa consumidor final)	97
Tabla N° 59 Demanda proyectada (empresas).....	98
Tabla N° 60 Demanda proyectada (venta directa al consumidor).....	99
Tabla N° 61 Competencia.....	102
Tabla N° 62.....	103
Tabla N° 63.....	104
Tabla N° 64.....	104
Tabla N° 65 Precios Actuales de La Suiza	107
Tabla N° 66 Eventos que abarca la oferta	111
Tabla N° 67 Número de Personas que Abarca la Oferta por Eventos	111
Tabla N° 68.....	112
Tabla N° 69 Oferta proyectada (empresas)	114
Tabla N° 70 Oferta proyectada (venta directa al consumidor)	115
Tabla N° 71 Demanda insatisfecha de eventos al 2010	116
Tabla N° 72 Demanda insatisfecha de personas por eventos	116
Tabla N° 73 Demanda insatisfecha.....	117
Tabla N° 74 Precios Actuales de La Suiza	118
Tabla N° 75 Demanda insatisfecha de personas por eventos	121
Tabla N° 76 Demanda insatisfecha.....	121
Tabla N° 77 Producción de enrollados de pollo a la semana para el 2010.	122
Tabla N° 78.....	123
Tabla N° 79 Clasificación de disponibilidad de recurso humano	124
Tabla N° 80 Disponibilidad de tecnología	125
Tabla N° 81 Disponibilidad de materia prima.....	126
Tabla N° 82 Disponibilidad de materiales e insumos.....	127

Tabla N° 83 Producción de enrollados de pollo a la semana para el 2010.	128
Tabla N° 84 Matriz Locacional	133
Tabla N° 85 Tabla de sueldos.....	137
Tabla N° 86 Requerimiento de maquinaria	138
Tabla N° 87 Requerimiento de equipo	138
Tabla N° 88 Requerimiento de equipo de cómputo	139
Tabla N° 89 Requerimiento de muebles	139
Tabla N° 90 Requerimientos de materia prima del enrollado de pollo	140
Tabla N° 91 Requerimiento de insumos del enrollado de pollo	140
Tabla N° 92 Requerimiento de arriendo.....	140
Tabla N° 93 Requerimiento de publicidad.....	141
Tabla N° 94 Requerimiento de combustibles	141
Tabla N° 95 Requerimiento de artículos de limpieza	141
Tabla N° 96 Requerimiento de artículos de oficina	141
Tabla N° 97 Requerimientos de servicios básicos	142
Tabla N° 98 Activos diferidos	142
Tabla N° 99 Cuentas del capital de trabajo.....	143
Tabla N° 100 Inversiones.....	143
Tabla N° 101 Tipos de empresas - Compañías	147
Tabla N° 102 Clasificación del C.I.U.U	149
Tabla N° 103 Razón social	149
Tabla N° 104 Cuadro de inversiones	163
Tabla N° 105 Presupuesto activos fijos	164
Tabla N° 106 Depreciación de activos fijos.....	165
Tabla N° 107 Presupuesto de activos intangibles.....	167
Tabla N° 108 Amortización de activos diferidos.....	167
Tabla N° 109 Capital de trabajo	168
Tabla N° 110 Cronograma de inversiones	169

Tabla N° 111 Demanda insatisfecha con captación - empresas.....	171
Tabla N° 112 Demanda insatisfecha con captación – venta directa	171
Tabla N° 113 ¿Cómo le gustaría adquirir el producto para su empresa? ...	172
Tabla N° 114 ¿Cómo le gustaría adquirir el producto?	172
Tabla N° 115 Ingresos - empresas	172
Tabla N° 116 Ingreso – venta directa.....	173
Tabla N° 117 Total de piezas de enrollado de pollo.....	173
Tabla N° 118 Presupuesto de ingresos	173
Tabla N° 119 Presupuesto de egresos	174
Tabla N° 120 Estado de origen y aplicación de recursos.....	175
Tabla N° 121 Estructura de financiamiento.....	175
Tabla N° 122 Tabla de la amortización	176
Tabla N° 123 Costos fijos y variables	178
Tabla N° 124 Punto de equilibrio en Dólares	178
Tabla N° 125 Punto de equilibrio en cantidad de enrollados	178
Tabla N° 126 Estado de costo de producción	180
Tabla N° 127 Estado de resultados con financiamiento.....	181
Tabla N° 128 Estado de Resultados sin Financiamiento	182
Tabla N° 129 Flujo de Fondos con Financiamiento	183
Tabla N° 130 Flujo de Fondos sin Financiamiento	184
Tabla N° 131 Tasa de descuento con Financiamiento.....	185
Tabla N° 132 Tasa de descuento sin Financiamiento.....	185
Tabla N° 133 Cálculo del valor actual neto (VAN) con financiamiento.....	187
Tabla N° 134 Cálculo del valor actual neto (VAN) SIN financiamiento	187
Tabla N° 135 Tasa Interna de Retorno con Financiamiento	189
Tabla N° 136 Tasa Interna de Retorno sin Financiamiento	190
Tabla N° 137 Beneficio/Costo con financiamiento	191
Tabla N° 138 Beneficio/Costo sin financiamiento	192

Tabla N° 139 Período de Recuperación con Financiamiento	193
Tabla N° 140 Período de Recuperación sin Financiamiento.....	193
Tabla N° 141 Análisis de sensibilidad con Financiamiento	195
Tabla N° 142 Análisis de Sensibilidad sin Financiamiento.....	195

INDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO N° 1 Porcentaje de la PEA al 2010	29
GRAFICO N° 2 Tipo de empresa entrevistada	38
GRAFICO N° 3 SECTOR DE LAS EMPRESAS	39
GRAFICO N° 4 Conocimiento del enrollado de pollo.....	40
GRAFICO N° 5 Presentación del enrollado en menús.....	41
GRAFICO N° 6 NOMBRE DE LA COMPETENCIA	42
GRAFICO N° 7 Calidad de la competencia	43
GRAFICO N° 8 Calidad del servicio de la competencia.....	44
GRAFICO N° 9 ADQUISICIÓN DEL ENROLLADO	45
GRAFICO N° 10 Cantidad de compra	46
GRAFICO N° 11 Precio de la competencia	47
GRAFICO N° 12 Frecuencia de compra a la competencia	48
GRAFICO N° 13 Aceptación de la empresa	49
GRAFICO N° 14 Combinación de ingredientes	50
GRAFICO N° 15 Ingreso mensual de la empresa.....	51
GRAFICO N° 16 Posible adquisición	52
GRAFICO N° 17 Posible cantidad de compra	54
GRAFICO N° 18 Posible frecuencia de compra	55
GRAFICO N° 19 Precio que las empresas pagarían	56
GRAFICO N° 20 Edad	58
GRAFICO N° 21 Género.....	59

GRAFICO N° 22 Sector	60
GRAFICO N° 23 Conocimiento del enrollado	61
GRAFICO N° 24 Consumo	62
GRAFICO N° 25 COMPETENCIA	63
GRAFICO N° 26 CALIDAD DE LA COMPETENCIA.....	64
GRAFICO N° 27 Calidad del servicio de la competencia.....	65
GRAFICO N° 28 Adquisición	66
GRAFICO N° 29 Frecuencia de compra	67
GRAFICO N° 30 Precios de la competencia.....	68
GRAFICO N° 31 Aceptación de la empresa	69
GRAFICO N° 32 Combinación de ingredientes	70
GRAFICO N° 33 Ingreso mensual	71
GRAFICO N° 34 Adquisición	72
GRAFICO N° 35 Frecuencia de compra	73
GRAFICO N° 36 PRECIO.....	74
GRAFICO N° 37 Proyección de la pea	85
GRAFICO N° 38 Presentación del enrollado en menús.....	85
GRAFICO N° 39 Conocer si el encuestado ha consumido Enrollado de Pollo	86
GRAFICO N° 40 Aceptación de la empresa	87
GRAFICO N° 41 Combinación de ingredientes	88
GRAFICO N° 42 Posible adquisición	88
GRAFICO N° 43 Aceptación de la empresa	89
GRAFICO N° 44 Combinación de ingredientes	90
GRAFICO N° 45 Posible adquisición	90
GRAFICO N° 46 Ingresos mensuales.....	91
GRAFICO N° 47 Ingreso.....	92
GRAFICO N° 48 Competencia	101

GRAFICO N° 49.....	103
GRAFICO N° 50.....	104
GRAFICO N° 51.....	109
GRAFICO N° 52.....	110
GRAFICO N° 53.....	129
GRAFICO N° 54.....	130
GRAFICO N° 55.....	134
GRAFICO N° 56 Proceso de producción y/o servicio	135
GRAFICO N° 57 Diagrama de flujo – proceso de producción	136
GRAFICO N° 58 Diagrama de flujo – proceso de servicio en las instalaciones	136
GRAFICO N° 59 Diagrama de flujo – proceso de servicio de entrega.....	137
GRAFICO N° 60.....	144
GRAFICO N° 61 CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	145
GRAFICO N° 62 Punto de equilibrio.....	179

RESUMEN EJECUTIVO

El Valle de los Chillos, se caracteriza por su clima agradable, un ambiente acogedor, con todas las comodidades al alcance, estas son algunas de las razones por las cuales muchas familias escogen a este sector para residir, además para la instalación de centros de diversión familiar, y organización de eventos.

Tomando en cuenta esta información, este proyecto se enfoca en crear una Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos – Provincia de Pichincha.

El Enrollado de Pollo es un producto que se basa en la combinación de carne de: pollo, res, cerdo, con embutidos, vegetales, especias. El cual se lo presenta para su venta pre-cocido al horno, siendo un producto nuevo en el mercado para su venta con el presente proyecto se pretende llevarlo a formar parte de la dieta diaria de la población.

Una vez que se recabó la información en el Estudio de Mercado, se determinaron dos segmentos de mercado objetivo, la aceptación hacia el producto por parte del mercado, en donde existe un alto porcentaje de demanda insatisfecha, con tendencia a crecer.

Para la creación de la empresa en el sector, se sujetará a cada una de las normativas: técnica, sanitaria, comercial, además de las ordenanzas municipales respectivas. Además que el sector cuenta con cada una de las necesidades, requerimientos para el funcionamiento correcto de la misma.

La empresa estará ubicada en el Cantón Rumiñahui, Parroquia de Sangolquí, en las calles General Enríquez y Venezuela, junto al Parque Turismo, en el centro de comercio de esta ciudad, datos que fueron analizados en el Estudio Técnico del presente proyecto.

El personal de la empresa será personal del sector lo que generará fuentes de empleo, contribuyendo al crecimiento productivo del Sector. Dentro de la estructura organizacional se encuentra especificadas cada una de las responsabilidades, tareas de cada miembro de la empresa así como también su perfil cada puesto.

Con el análisis financiero, se re afirma la rentabilidad del proyecto con los resultados obtenidos de: VAN, TIR, R B/C, y destacando que la recuperación del capital del inversionista será a corto plazo.

Con estos resultados se da como conclusión y recomendación la ejecución del presente proyecto por viabilidad y rentabilidad, además de aportar con el crecimiento productivo del sector.

SUMMARY

The The Chillos' Valley is characterized for their pleasant climate, a welcoming atmosphere, with all the comforts at hand. These are some of the reasons why many families choose this area to establish and also for the installation of family's amusement centers, and events organization. Taking into account this information, this project is focused on the creation of a Company in charge of the production and commercialization of Chicken Rolls, in the Chillos' Valley, Province of Pichincha.

Chicken roll is a product based on the combination of meat stuffed with vegetables and spices, which is presented for its sale prebaked. This project seeks to take it to the part of the population's daily diet.

Once obtained the information in the market research, two segments of market objective were determined, the acceptance toward the product in the market where a high percentage of unsatisfied demand exists, with tendency to grow. For the creation of the company in the area, all the rules and procedures will be obeyed: technical, sanitary, commercial, besides the respective municipal ordinances.

The company will be located in the Canton Rumiñahui, Parish of Sangolqui, in the streets General Enriquez and Venezuela, next to the Tourism Park, in the business center of this city, data that were analyzed in the Technical Study of the present project.

The staff will be area residents. This will generate new jobs, contributing to the productive growth of the area. Inside of the organizational structure each one of the responsibilities is specified, tasks of each member of the company as well as their profile for each person.

With the financial analysis the profit value of the project with the results obtained is reassured: VAN, TIR, R B/C. It's necessary to point out that investor's capital will be reimbursed in a short term of period.

With these results it is given as conclusion and recommendation the execution of the present project due to its viability and profitability, and for its contribution to the productive growth of the area.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERAL

Sustentar la creación de un Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos - Provincia de Pichincha, ofreciendo al mercado un producto y servicio de calidad diferenciado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los segmentos de mercado y junto con ello la demanda insatisfecha para la incursión del Enrollado de Pollo en el Mercado.

- Definir el tamaño, localización estratégica, infraestructura básica, y cada uno de los requerimientos necesarios, para la ejecución exitosa del presente proyecto.

- Diseñar una estructura organizacional, que cumpla con cada una de exigencias jurídicas, sin dejar de lado el establecimiento de estrategias para la incursión en el mercado que reflejen y resalten la actividad de la empresa.

- Confirmar la viabilidad y rentabilidad del proyecto con una evaluación financiera, mediante un análisis de sensibilidad con y sin financiamiento.

CAPÍTULO 1

ESTUDIO DE MERCADO

“Un mercado, punto de partida de cualquier investigación, se entiende como cualquier organización en la que los compradores y vendedores de un bien o servicio están en contacto unos con otros a fin de efectuar una transacción de compra-venta a un precio determinado”¹

“Los Objetivos particulares del estudio de mercado serán ratificar la posibilidad real de colocar el producto y/o servicio que elaboraría el proyecto en el mercado, conocer los canales de comercialización que usan o podrían usarse en la comercialización de ellos, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, las características y la ubicación de los potenciales consumidores”²

1.1 Objetivos del Estudio de Mercado

Objetivo General

Desarrollar un Estudio de Mercado en el Valle de los Chillos que permita establecer la viabilidad del proyecto estableciendo: demanda, segmento de mercado y mercado meta para el producto.

Objetivos Específicos

- * Determinar el grado de aceptación del *El Enrollado de Pollo* por parte de la población del Valle de los Chillos.
- * Analizar la oferta existente en el mercado respecto al *Enrollado de Pollo*.

¹ Jesús Callazos Cerrón, El Estudio de Mercado en los Proyectos de Inversión.

² SAPAG Chain Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw-Hill; Quinta Edición; 2007; pág. 63.

- * Establecer la demanda, insatisfecha para la comercialización del *Enrollado de Pollo* en el Valle de los Chillos.
- * Analizar las condiciones del mercado para la implantación de la empresa Productora y Comercializadora de *Enrollados de Pollo* en el Valle de los Chillos.

1.2 Identificación del Producto y/o Servicio

La actividad en la que está enfocado el presente proyecto es la producción y comercialización de Enrollado de Pollo en el Valle de los Chillos, dentro de la Clasificación del C.I.I.U. el proyecto estaría dentro de siguiente clasificación:

Tabla N° 1 Clasificación del C.I.U.U.

Digito Alfabético	D	Elaboración de productos alimenticios y de bebidas.
Digito	15	Elaboración de productos alimenticios y de bebidas.
Código C.I.I.U	1511.1	Preparación y conservación de carnes y productos cárnicos.
Código de la Actividad Económica	D15	Elaboración de productos alimenticios y de bebidas.

FUENTE: SRI³

ELABORADO POR: Nadia González

³ <http://descargas.sri.gov.ec/download/excel/CIU3.xls>

❖ PRODUCTO:

El Enrollado de Pollo es un producto que se basa en la combinación de carnes, embutidos, vegetales y especias:

- 1 Pollo de aproximadamente de 4lb (Faenado)
- 1lb de Carne de res molida sin grasa.
- 1lb de Carne de cerdo molida sin grasa.
- 110gr de Tocino.
- 50gr de Jamón.
- 50gr de Chorizo Ahumado.
- 5gr de Vainita
- 5gr de Pimiento rojo o verde.
- 70gr Mezcla de Condimentos. (Salmuera)



Con los ingredientes listos se procede a deshuesar el pollo en su totalidad obteniendo un solo filete de todo el pollo, para proceder a ser condimentado con la salmuera, para luego dejarlo reposar por 2 horas en un frigorífico con el fin de endurecer la carne y la concentración de los ingredientes.



Luego se procede a rellenar el filete con la carne ya condimentada, el chorizo ahumando, tocino, jamón, enrollando todo para amarrarlo y atándolo con hilo de cocina.



Una vez armado el enrollado se lo lleva al horno por 2 horas aproximadamente, sellando de esta manera los sabores, quedando precocido al horno, lo que lo hará inconfundible en el mercado.



El producto que se ofrecerá tendrá frescura y sabor a base de productos de alta calidad, carnes frescas, vegetales y especias que le darán un sabor único para el deleite de los consumidores.

El consumidor tendrá a su alcance, con un precio accesible un producto de exquisito sabor, elaborado con las normas de salubridad que garantiza la calidad del producto.



El producto se lo venderá de acuerdo a la necesidad/exigencia del cliente ya sea:

- Por pieza entera.
- Media Pieza.
- Por pieza entera cortada en medallones.
- Media Pieza cortada en medallones.
- Por libras en Medallones.

El empaque del producto en el caso de: pieza entera o media pieza será de una envoltura transparente.

En el caso de: pieza entera cortada en medallones, media pieza cortada en medallones, o por libras en medallones, será en fundas plásticas transparentes atadas en la parte superior.

Gracias a la gran variedad de menús que se pueden presentar con el Enrollado de Pollo, el consumo será tanto para uso diario, como para ocasiones especiales, por lo que el producto podrá ser vendido a empresas organizadoras de eventos sociales o catering, hosterías, restaurantes, y venta directa al consumidor.

❖ **SERVICIO:**

El servicio al cliente que se dará, así como la venta y entrega se lo enfocará de la siguiente manera:

▪ **Servicio al Cliente (Venta Directa al Consumidor)**

La amabilidad, la atención, el respeto, el buen trato al cliente, así como el cumplir con las exigencias y necesidades del cliente es la base del servicio de calidad que se prestará en la comercialización del *Enrollado de Pollo*, con un servicio ágil y a tiempo con los pedidos. Así como también dando fe de la producción higiénica del producto.

▪ **Servicio al Cliente (Venta al Por mayor)**

El cumplimiento a tiempo de los pedidos con entrega directa, la higiene en la producción, empackado del producto, será lo que distinga a nuestro servicio.

- **Venta al por mayor con servicio de entrega**

Enfocado en Empresas de Catering, Hosterías, Restaurantes, o en pedidos desde diez enrollados en adelante, entregando el producto en donde el cliente lo requiera.

- **Venta al por menor**

Es la venta directa al consumidor en el local en donde se realizará la comercialización del producto por libras, por piezas.

1.3 Características del Producto y/o Servicio

1.3.1 Clasificación por su uso/efecto

- **USO:** La clasificación por su uso se divide en:

Tabla N° 2 Clasificación del producto por su uso

Capital	• Implementos básicos para la producción. Ej: Maquinaria.
Intermedio	• Productos complementarios, materia prima intermedia Ej: Botones, hilos.
Final	• Productos listos para la venta o distribución. Ej: Camisas

ELABORADO POR: Nadia González

Dentro de la clasificación por su uso, el Enrollado de Pollo es un producto final, esto por realizarse todo el proceso de producción completo al ser un producto pre cocido, y realizarse su comercialización directa.

Enrollado de Pollo es un producto de consumo alimenticio que al ser elaborado con una variedad de carnes, vegetales, especias, embutidos, tendrá un valor nutricional al tener: proteínas, vitaminas, y sobre todo ser fuente de energía. Todas estas características en conjunto con un delicioso sabor que será apreciado por los consumidores. Hará que el Enrollado de Pollo logre introducirse en la dieta de la comunidad.

Logrando de esta manera un consumo dinámico por parte de familias, empresas de catering, hosterías y restaurantes. Dando rienda suelta a la creatividad en la elaboración de menús cuyo componente principal será el Enrollado de Pollo. De esta manera será un producto más de la tradición culinaria Ecuatoriana.

- **EFEECTO:**

Tabla N° 3 Clasificación del producto por su efecto

DIFERENCIADO	•Provocar en el consumidor un cambio positivo.
CREA FUENTES DE TRABAJO DIRECTAS E INDIRECTAS	•Incentivar a la inversión en el sector productivo, dando como resultado fuentes de trabajo.

ELABORADO POR: Nadia González

Dentro de la clasificación por su efecto el producto tendrá un factor diferenciador al ser un producto innovador nuevo en el mercado, que pertenecerá al sector manufacturero contribuyendo al crecimiento económico-productivo de la economía nacional.

El presente proyecto generará nuevas fuentes de trabajo. Al pertenecer dentro de la clasificación por actividad económica nuestro producto a Carnes y Pescado elaborado, el cual tiene la siguiente participación en porcentajes en el Producto Interno Bruto (PIB):

Tabla N° 4 PIB por Actividad Económica

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA Estructura porcentual (a precios de 2000)					
Ramas de actividad \ Años	2005	2006	2007	2008	2009
CIU CN		(sd)	(p)	(p)	(prev)
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	13.27	13.67	13.99	14.20	14.30
9. Carnes y pescado elaborado	4.36	4.80	4.93	4.91	5.10

(sd) cifras semidefinitivas.

(p) cifras provisionales

(prev) cifras de previsión.

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR⁴

Según el cuadro vemos que hay una tendencia al incremento constante en la participación del Pib de esta actividad económica, lo que incentiva a la inversión en este sector ya sea en grandes, medianos, pequeños proyectos de producción y comercialización de productos alimenticios.

Además analizando los índices de volumen industrial y su variación porcentual según la actividad económica tenemos:

⁴ Banco Central del Ecuador:

Tabla N° 5 Volumen industrial por actividad económica

ÍNDICES DE VOLUMEN INDUSTRIAL Y SUS VARIACIONES PORCENTUALES MENSUALES Y EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES, SEGÚN ACTIVIDADES ECONÓMICAS (BASE: J.L.-A.-S.-O.-N.-D / 2003 = 100) JULIO 2009						
SECCIONES Y DIVISIONES CIIU	ACTIVIDADES	ÍNDICE			VARIACIONES PORCENTUALES	
		JUL.08	JUN.09	JUL.09	JUL.09 JUN.09	JUL.09 JUL.08
0	NACIONAL	146.22	129.34	142.84	10.43	-2.31
D	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	146.22	129.34	142.84	10.43	-2.31
D15	ELABORACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y DE BEBIDAS	142.00	127.85	145.13	13.51	2.20
D16	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO	110.29	95.95	104.16	8.55	-5.56

FUENTE: INEC⁵

Dentro de las variaciones porcentuales tenemos un aumento del 13.5% mensual y del 2.20% anual.

En estos dos cuadros se refleja una tendencia creciente que con la creación de nuevas empresas dará como resultado la generación de fuentes de trabajo en varias áreas como es caso de este del presente proyecto al ser de producción y comercialización de Enrollado de Pollo. Aportando de esta manera a la productividad del país.

1.3.2 Productos o Servicios sustitutos/complementarios

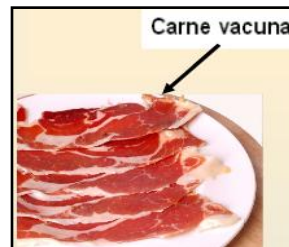
Productos y/o Servicios Sustitutos

“Son aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar, y por lo tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del bien del proyecto, si este subiera de precio”⁶

⁵ www.inec.gov.ec

Los productos sustitutos son aquellos que satisfacen casi las mismas necesidades que el producto, los cuales para nuestro caso del Enrollado de Pollo serían:

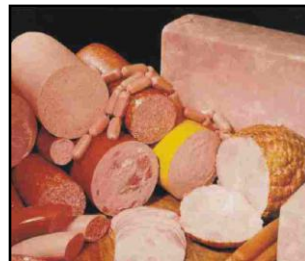
- Carne de Res.



- Carne de Cerdo.



- Embutidos.



⁶ SAPAG Chain Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Editorial Mc Graw-Hill; Cuarta Edición; 2000; pág. 42

- Pescado.



- Todo tipo de carne: envasada, pre cocida, fresca.

Estos productos sustitutos son inversamente proporcionales con el factor precio, o sea, si baja cualquiera de ellos, podría verse afectado el consumo de nuestro producto, sin embargo si sube el precio de alguno de estos productos, podría favorecer el consumo del nuestro.

Productos o Servicios Complementarios

“Son aquellos que se consumen en forma conjunta, y, por lo tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida de otro y viceversa”⁷

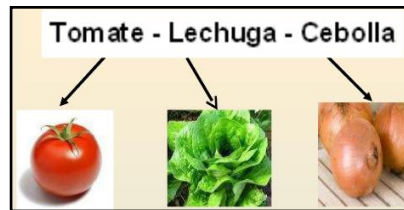
Dentro de los productos complementarios, consideremos como tales aquellos que suelen consumirse acompañados de nuestro producto. En este caso tomaremos en cuenta los siguientes:

- Arroz.



⁷ SAPAG Chain Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw-Hill; Cuarta Edición; 2000; pág. 43.

- Verduras.



- Salsas.



- Pan.



Estos formarían parte de los productos complementarios cotidianos para nuestro producto sin embargo, se ha visto la necesidad de innovar presentando como un producto complementario a un paquete de alitas horneadas de seis o nueve unidades, lo cual será ofrecido al cliente al momento de la compra del enrollado y un folleto de los diferentes menús en donde el componente principal es el *Enrollado de Pollo*.

1.3.3 Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial

Para el funcionamiento normal de nuestra empresa se debe contar con la siguiente documentación básica dentro de la normatividad sanitaria, técnica y comercial, que en conjunto conllevarán al buen funcionamiento de la empresa tanto en la producción como en la comercialización del Enrollado de Pollo, y todos aquellos normativas que se relacionan con el proyecto.

A continuación se detallan en resumen las normativas, sin embargo el contenido de los mismos se adjuntará como ANEXO 1.

Sanitaria

“Las normas sanitarias se refieren a las exigencias establecidas por las instituciones de salud (locales o nacionales), usualmente se relacionan a las especificaciones técnico – productivas, de manejo, presentación y calidad del producto”⁸

Como el presente proyecto se encuentra dentro de la clasificación por actividad económica en “Elaboración de productos alimenticios y de bebidas” y según el C.I.I.U dentro de “Preparación y conservación de carnes y productos cárnicos”. Las normativas sanitarias están relacionadas directamente con las exigencias del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, quien es el organismo a cargo de todos los requerimientos para el funcionamiento de nuevas empresas ya sean productoras y/o comercializadoras de alimentos.

- Certificado del Ministerio de Salud Pública.

En primer lugar se solicita la inspección del local, con oficio dirigido a la Directora de Salud, en el caso de establecimientos

⁸ Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

nuevos como es el caso de nuestro proyecto, además de fotocopias de: cédula de identidad, Registro Único de Contribuyentes (RUC), certificado de Votación.

Técnica

- Certificado del Cuerpo de Bomberos

“Este certificado es emitido una vez realizada la visita de un inspector al local en donde se pondrá en ejecución la producción y comercialización del *Enrollado de Pollo*; y dando cumplimiento a las observaciones dispuestas cancelando el valor respectivo.”⁹

Comercial

- Tipo de Empresa

Dentro de la normatividad comercial la empresa que se formará con el proyecto es una Compañía de Responsabilidad Limitada.

- Inscripción del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Jefatura Provincial de Salud de Pichincha

En esta institución del Estado se debe de tramitar el respectivo Permiso Sanitario para el *Enrollado de Pollo*.

- Permiso Municipal de funcionamiento o Patente para local Comercial en el Cantón Rumiñahui.
 - “Solicitud de Patente (Se lo adquiere en la Tesorería Municipal).
 - Croquis de ubicación del local con clave catastral.
 - Copia cédula de identidad.
 - Certificado de Normas Particulares (Se lo adquiere en Tesorería Municipal, y tramitarlo en las Direcciones de Agua Potable y Planificación).

⁹ Cuerpo de Bomberos del Cantón Rumiñahui, 14 de Octubre del 2009.

- Certificado de N° Adeudar al Municipio (Se lo adquiere en Tesorería Municipal, y tramitarlo en las Direcciones de Agua Potable y Planificación y en la Tesorería)
- Pago del Cuerpo de Bomberos.
- Registro Único de Contribuyentes. R.U.C.
- Certificado de Salud.

El plazo de atención y respuesta para el trámite es de 12 días laborables.”¹⁰

1.4 Investigación de Mercado

En la investigación de mercados se recabará información fidedigna necesaria, tanto para las estrategias de inserción del Enrollado de Pollo en el mercado como para la óptima comercialización de este.

“La investigación de mercados es la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing.”¹¹

1.4.1 Metodología de la Investigación

Tabla N° 6 Tipos de investigación

Investigación Exploratoria	• Destaca aspectos fundamentales de una problemática y encuentra los procedimientos adecuados para elaborar la investigación.
Investigación Concluyente	• La información ayuda a evaluar y seleccionar la línea de acción. Se caracteriza por procedimientos formales.

FUENTE: Un enfoque a la Investigación de Mercados, Farid Mantilla; www.monografias.com

ELABORADO POR: Nadia González

La metodología de investigación que se utilizará en el presente proyecto es la Investigación Concluyente.

¹⁰ Determinación de Recursos (Rentas) Unidad de Atención al Ciudadano del Ilustre Municipio de Rumiñahui, 14 de Octubre del 2009.

¹¹ MALHOTRA Naresh K.; “Investigación de Mercados – Un enfoque Aplicado”; Editorial Pearson Educación; Cuarta Edición; 2004; pág. 6.

“Este tipo de investigación nos suministra información que ayuda a evaluar y seleccionar la línea de acción. El diseño de la investigación se caracteriza por procedimientos formales. Esto comprende necesidades definidas de objetivos e información relacionados con la investigación, de acuerdo a la técnica de investigación.”¹²

“La investigación cualitativa: Metodología de la investigación exploraría sin estructurar, basada en muestras simples que proporcionan puntos de vista y comprensión de los problemas.

Investigación Cuantitativa: Metodología de investigación que busca cuantificar los datos y, en general aplicar alguna forma de análisis estadístico”¹³

Fuentes de Información

Tabla N° 7 Fuentes de información

Datos Primarios	•Fuente de Información directa, se la obtiene de personas, organizaciones
Datos Secundarios	•Fuentes de Información relacionadas con el tema, pero que aun son su fuente de origen.

FUENTE: Un enfoque a la investigación de Mercados, Farid Mantilla

Elaborado Por: Nadia González

Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación no es más que los métodos que se utilizan para la obtención de datos entre los que tenemos:

Tabla N° 8 Tipos de investigación y técnicas

Investigación Documental	•Fuentes de carácter documental. •Documentos de cualquier especie
Investigación de Campo	•Información que proviene de entrevistas, encuestas, cuestionarios, observaciones.
Investigación Experimental	•La información proviene de la actividad intencional del investigador.

FUENTE: Un enfoque a la investigación de Mercados / Farid Mantilla

Elaborado por: Nadia González.

¹² <http://www.monografias.com/trabajos11/invmerc/invmerc.shtml#TIPOS>

¹³ MALHOTRA Naresh K.; “Investigación de Mercados – Un enfoque Aplicado”; Editorial Pearson Educación; Cuarta Edición; 2004; pág. 137.

En el presente proyecto se usará la Investigación de Campo con las técnicas de investigación de: la entrevista y la encuesta.

Entrevista

“La Entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto”¹⁴.

Tabla N° 9 Tipos de entrevistas

Entrevista no estructurada	<ul style="list-style-type: none">• No se fijan en las alternativas de respuesta.• Se deja la iniciativa al entrevistado para que narre la experiencia del tema a entrevistar.• Poca participación del Entrevistador.
Entrevista estructurada	<ul style="list-style-type: none">• Esta fijada por un cuestionario preparado, con preguntas cerradas dicotómicas o de varias respuestas.• Total participación del Entrevistador.
Entrevista Semi-estructurada	<ul style="list-style-type: none">• Se combinan algunas preguntas de alternativas abiertas con preguntas de alternativas cerradas de respuesta.• Participación mutua entre el entrevistado y el entrevistador.

FUENTE: Lic. Alina Plomé, www.fhumyar.unr.edu.ar

Elaborado por: Nadia González.

En este caso se usará una entrevista semi-estructurada con preguntas abiertas y cerradas la que se aplicará a: Hosterías, Empresas de Catering, Empresas de realización de Eventos Sociales. Esto con la finalidad de recabar la información necesaria tanto de las exigencias, expectativas del mercado, de la aceptación, demanda esperada, cantidad esperada de pedidos, del Enrollado de Pollo.

Encuesta

“Las encuestas rinden una gama más amplia de información y son efectivas para un mayor número de problemas. Las encuestas pueden brindar información sobre características socioeconómicas, actitudes, opiniones, motivos y conducta abierta. Son un modo efectivo de recopilar información para planear

¹⁴ www.monografias.com

aspectos de productos, textos de anuncios, medios de publicidad, promociones de venta, canales de distribución y otras variables”¹⁵.

En el presente proyecto se aplicará la encuesta personal con un cuestionario estructurado de tal manera de recopilar la mayor cantidad de información trascendental que nos permita tener datos sobre la demanda esperada del producto, cantidad aproximada de consumo y preferencias de los consumidores. El cuestionario estará elaborado con preguntas: cerradas (con respuestas de sí o no), filtro (Asegurarse que cumpla con los requerimientos), de múltiple elección (Sugiere las respuestas a optar), de clasificación (señala por orden de preferencia las repuestas sugeridas). Vale la pena recalcar que el cuestionario tendrá preguntas, sencillas, concretas y discretas que estimulen el interés del encuestado evitando evasivas sin aburrir/cansar al encuestado.

1.4.2 Segmentación de Mercado

“El diccionario de términos de mercadotecnia de la American Marketing Association, define a la segmentación de mercado como: El proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan actividades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización.”¹⁶

Este producto será producido y distribuido en el Valle de los Chillos tomando como este a: La Merced, Conocoto, Sangolquí, San Rafael. El 80% de la producción estará enfocado a empresas de catering, organizadoras de eventos sociales, hosterías, restaurantes y el 20% al consumidor final.

¹⁵http://www.degerencia.com/articulo/procedimiento_para_desarrollar_estudios

¹⁶ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>.

Tomando en cuenta esto la segmentación de mercado es un punto clave dentro del estudio del mercado, ya que se realizará la selección de segmentos más pequeños de los clientes potenciales del Enrollado de Pollo, que tengan las siguientes características:

Tabla N° 10 Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	
Geográfica	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Sector	Valle de los Chillos: La Merced San Rafael Conocoto Sangolquí
Demográfica	
Empresas	Catering Eventos Sociales Hosterías
Nivel de Económico Venta Directa al Consumidor	Clase Media Baja Clase Media Clase Media Alta Clase Alta
Conductual	
Expectativa del Consumidor de Venta Directa	Calidad Precio Accesible Delicioso Sabor
Expectativa de Empresas	Calidad Precio Módico Delicioso Sabor Diversidad de Menús Rendidor

ELABORADO POR: Nadia González

1.4.3 Segmento Objetivo

Tomando en cuenta que el 80% de la producción estará enfocado a las hosterías, empresas de catering, empresas organizadoras de eventos sociales nuestro segmento objetivo en el área esta dividido de la siguiente manera:

Tabla N° 11 Lista de Hosterías, Empresas de Catering y Eventos del Valle de los Chillos

EMPRESAS	UBICACIÓN	NOMBRE
HOSTERIAS	Sangolquí	La Carriona
	Sangolquí	Mansión Samzara
	Sangolquí	Sommergarten
	Conocoto	Quinta Paraíso
	Sangolquí	Los Alisos
	La Merced	Mira sierra
	Sangolquí	Refugio el Molinuco
	Sangolquí	Hostería del Río
	Sangolquí	Chillo-Jijón
	Sangolquí	Rancho del Cielo
	Sangolquí	La Alegría
	San Rafael	La Quinta
	La Merced	Balneario Ilalo
	La Merced	Angamarca
	La Merced	Agua y Montaña
	Conocoto	El Castillo de Valle
	Sangolquí	Club de Oficiales
	Sangolquí	Club Naval
	Sangolquí	Hacienda El Carmen
	EMPRESAS DE CATERING Y	Sangolquí
San Rafael		Eventos Williams
Conocoto		Buffets y Bocaditos
Sangolquí		Nova Eventos
Sangolquí		El Rosal
Sangolquí		Centro de Recepciones el

FUENTE: Internet
ELABORADO POR: Nadia González

Como se puede ver entre hosterías, empresas de catering, empresas de eventos sociales tenemos un total aproximado de 32 empresas siendo un mercado muy amplio que aumenta a pasos acelerados por el atractivo del Valle de los Chillos, siendo este nuestro segmento objetivo en donde se enfocará principalmente para la inserción del Enrollado de Pollo.

Como segundo segmento con el 20% de la producción estará enfocado en la población urbana del Valle de los Chillos (La Merced, Sangolquí, San Rafael, Conocoto) de clase media, para la venta directa al consumidor del Enrollado de Pollo, acerca de la población tenemos la siguiente información:

Tabla N° 12 Población para el estudio al 2010

LUGAR	POBLACIÓN 2001	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN AL 2010
LA MERCED	5744	2.7%	7140
CONOCOTO	53137	2.7%	66049
SAN RAFAEL- SANGOLQUI zona urbana	73151	3.2%	94219
TOTAL	132032		167408

FUENTE: SIISE 2008, INEC

ELABORADO POR: Nadia González

Según los datos del SIISE 2008 y del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), la población al 2001 era de 132.032 y proyectada al 2010 con una tasa de crecimiento del 2.7% para las parroquias de Quito y del 3.2 para las parroquias de Rumiñahui será de 167.408 habitantes.

Tabla N° 13 PEA del área de estudio al 2010

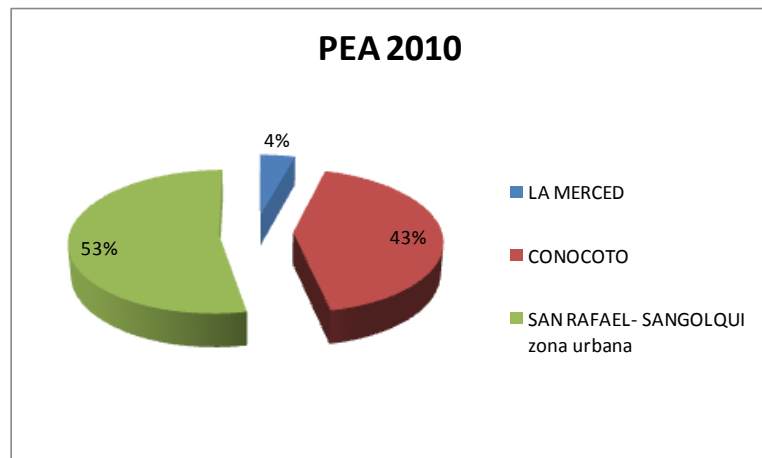
LUGAR	PEA 2001	TASA DE CRECIMIENTO	PEA 2010
LA MERCED	2257	2.7%	2805
CONOCOTO	22231	2.7%	27633
SAN RAFAEL- SANGOLQUI zona urbana	26801	3.2%	34520
TOTAL	51289		64958

FUENTE: SIISE. 2008, INEC

ELABORADO POR: Nadia González

Para nuestro análisis del universo tomaremos en cuenta a la PEA de esta población en donde tenemos que según el SIISE 2008 y el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), la Población Económicamente Activa para el 2010 será de 64.958 habitantes.

GRAFICO N° 1 Porcentaje de la PEA al 2010



ELABORADO POR: Nadia González

Como se representa en el gráfico del total de la PEA tenemos que el 52% pertenece a Sangolquí-San Rafael, el 42% a Conocoto y el 4% a

la Merced, lugares en donde se concentra nuestro mercado para la introducción del Enrollado de Pollo.

1.4.4 Tamaño del Universo

- Primer Segmento de Mercado:

Para determinar el Tamaño del Universo tomamos las 32 empresas entre eventos, catering, y hosterías.

- Segundo Segmento de Mercado:

En este caso tomamos en cuenta que el total de la PEA de la población es 64958 personas, además se realiza un discrimen al dividir este valor para 3.9 que es el Promedio Nacional Urbano de miembros de la familia según el SIISE 2008, ya que el estudio será por familia teniendo un total de **16656** hogares.

1.4.5 Prueba Piloto

Se uso la siguiente encuesta con una pregunta para determinar p y q respectivamente.

p= Grado de Aceptación

q= Grado de No Aceptación

Toda vez que la producción de Enrollado de Pollo está destinada para dos segmentos meta, correspondiendo a: 80% a hosterías, empresas de eventos sociales, empresas de catering, y el 20% a venta directa al consumidor. Por lo que se considera realizar la encuesta piloto para llegar a determinar el grado de aceptación de la empresa de

Enrollados de Pollo o la no aceptación. Esta prueba piloto tiene una razón fundamental para poder aplicar la correspondiente fórmula para llegar a obtener la muestra.



ESPE
 ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
 CAMINO A LA EXCELENCIA

INDICACIONES:

1. Responda con sinceridad las siguientes preguntas que se plantea a continuación.
2. Los resultados de esta encuesta serían analizados con absoluta reserva.
3. Señale con una "x" en el lugar que corresponda.

Fecha: _____

N° _____

Datos de Información

Edad: _____

Género: Femenino

Masculino

¿Estaría usted de acuerdo con la instalación de una empresa productora y comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos?

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Primero se realizó la prueba piloto a 20 personas: dueños de hosterías, empresas de catering, empresas de eventos sociales. Una vez realizada la prueba piloto se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla N° 14 Resultados prueba piloto (Empresas)

Nivel de Aceptación	Corresponde a 18 personas que equivale a %90	p=0.90
Nivel de Rechazo	Corresponde 2 a personas que equivale al %10	q=0.10

ELABORADO POR: Nadia González

De las 20 personas encuestadas, 18 personas respondieron que si les gustaría que exista una empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el sector, y 2 personas respondieron que no estaban de acuerdo con la instalación de la empresa.

Segundo se realizó la prueba piloto a 20 miembros de la población del Valle de los Chillos, en donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla N° 15 Resultados prueba piloto (venta directa al consumidor)

Nivel de Aceptación	Corresponde a 19 personas que equivale a %90	p=0.95
Nivel de Rechazo	Corresponde 1 a personas que equivale al %10	q=0.05

ELABORADO POR: Nadia González

De los 20 habitantes del Valle de los Chillos, 19 personas respondieron que si les gustaría que exista una empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el sector, y 1 persona respondió que no estaba de acuerdo con la instalación de la empresa.

1.4.6 Tamaño de la Muestra

“En estadística una muestra estadística, es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística. Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. El número de sujetos que componen la muestra suele ser inferior que el de la población, pero suficiente para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.”¹⁷

- Para el cálculo de la muestra en el caso de empresas usaremos la siguiente fórmula finita:

¹⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Muestra_estad%C3%ADstica

$$n = \frac{Nz^2pq}{e^2(N - 1) + z^2(pq)}$$

Donde:

n = Muestra

N = Tamaño del Universo (32 empresas)

p = Probabilidad a favor (0.90)

q = Probabilidad en contra (0.10)

z = Nivel de confianza (1.96)

e = Error o nivel de significancia (0.05)

Reemplazando los datos tenemos:

$$n = \frac{32(1,96)^2(0,90 \times 0,10)}{(0,05)^2(32 - 1) + (1,96)^2(0,90 \times 0,10)}$$

$$n = \frac{11,063808}{0,409276}$$

$$n = 27$$

El tamaño de la muestra es de: **27 empresas a entrevistar.**

- Para el cálculo de la muestra en el caso de venta directa al consumidor usaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz^2pq}{e^2(N - 1) + z^2(pq)}$$

Donde:

n = Muestra

N = Tamaño del Universo

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

z = Nivel de confianza

e = Error o nivel de significancia

Reemplazando los datos tenemos:

$$n = \frac{16656(1,96)^2(0,95 \times 0,05)}{(0,05)^2(16656 - 1) + (1,96)^2(0,95 \times 0,05)}$$

$$n = \frac{3039,32023}{41,81998}$$

$$n = 72,676$$

$$n = 73$$

El tamaño de la muestra es de: **73 personas a encuestar** que se dividirá de acuerdo al siguiente porcentaje: 52% destinado a Sangolquí-San Rafael, 42% a Conocoto y el 4% a la Merced.

El universo de las empresas objeto de nuestro mercado correspondiente a 32 empresas donde la muestra nos da un resultado de 27, sin embargo, por ser un número pequeño se considera el total de las empresas para las respectivas entrevistas y así demostrar un estudio completo del estudio de mercado; Para el caso del universo correspondiente a las personas que es el 20% del mercado meta tenemos una muestra de 73 personas a encuestar. Lo que quiere decir que la muestra para el presente estudio es de 105 entre entrevistas y encuestas.

1.4.7 Diseño de Entrevista y Encuesta

Para el diseño tanto de la Entrevista como de la Encuesta se realizó la Matriz de Planteamiento de Cuestionario para cada una respectivamente lo cual se adjunta como ANEXO 2.



CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA

OBJETIVO: DETERMINAR LA ACEPTACIÓN Y EL MERCADO PONTENCIAL DEL ENROLLADO DE POLLO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.

INSTRUCCIONES:

- 1.- RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN
- 2.- LOS RESULTADOS DE ESTA ENTREVISTA SERAN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA
- 3.- SEÑALAR CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA

FECHA: _____

CODIGO:

INFORMACIÓN EMPRESARIAL

1. **NOMBRE DE LA EMPRESA:** _____ 2. **TIPO DE EMPRESA** Hostería Serv. Catering Org. Eventos

3. **SECTOR**

Sangolquí <input type="checkbox"/>	San Rafael <input type="checkbox"/>
La Merced <input type="checkbox"/>	Conocoto <input type="checkbox"/>

INFORMACIÓN DE LA DEMANDA

4. ¿CONOCE SOBRE EL ENROLLADO DE POLLO?
SI NO Pasará a la preg 12

5. ¿HA PRESENTADO EL ENROLLADO DE POLLO EN EL MENU DE SU EMPRESA?
SI NO

6. **INDIQUE EL NOMBRE DE LA FÁBRICA O EMPRESA QUE LE PROVEE DE ENROLLADO DE POLLO:** _____

7. **EL PRODUCTO QUE LE OFRECE DICHA FÁBRICA O EMPRESA ES:**

1	<input type="checkbox"/>	Excelente
2	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno
3	<input type="checkbox"/>	Bueno
4	<input type="checkbox"/>	Regular

8. **EL SERVICIO DE ENTREGA QUE LE OFRECE DICHA FÁBRICA O EMPRESA ES:**

1	<input type="checkbox"/>	Excelente
2	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno
3	<input type="checkbox"/>	Bueno
4	<input type="checkbox"/>	Regular

9. **LA ADQUISICIÓN DE ENROLLADO DE POLLO PARA SU EMPRESA ES POR:**

1	<input type="checkbox"/>	Piezas Enteras
2	<input type="checkbox"/>	Medias Piezas
3	<input type="checkbox"/>	Rodajas (Libras)

¿En que Cantidad? _____

10. ¿CUANTO PAGA POR ESE PRODUCTO?: _____

11. ¿ CON QUE FRECUENCIA ADQUIERE EL ENROLLADO DE POLLO?

<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> Quincenal	<input type="checkbox"/> Menús Especiales

12. **LE GUSTARIA QUE EL SECTOR DEL VALLE DE LOS CHILLOS TENGA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ENROLLADOS DE POLLO PARA QUE LE PROVEEA DEL PRODUCTO**
SI NO Termina la entrevista

13. **¿QUÉ COMBINACIÓN DE INGREDIENTES LE GUSTARIA EL ENROLLADO DE POLLO?**

<input type="checkbox"/>	Carne de Pollo, Carne de Res, Carne de Cerdo, Tocino, Chorizo Ahumado, Vainita, Pimiento Verde o Rojo, Condimento.
<input type="checkbox"/>	Carne de Pollo, Jamón, Tocino, Carne de Res, Vainita, Pimiento Verde o Rojo, Condimento
<input type="checkbox"/>	Carne de Pollo, Jamón, Tocino, Carne de Cerdo, Vainita, Pimiento Verde o Rojo, Condimento
<input type="checkbox"/>	Otros cual ? _____

14. **CUAL ES EL INGRESO MENSUAL DE LA EMPRESA**

0 - 500 <input type="checkbox"/>	3001 - 7000 <input type="checkbox"/>
501 - 1500 <input type="checkbox"/>	7000 o más <input type="checkbox"/>
1501 - 3000 <input type="checkbox"/>	

15. **¿COMÓ LE GUSTARÍA ADQUIRIR EL PRODUCTO PARA SU EMPRESA?**

1	<input type="checkbox"/>	Piezas Enteras
2	<input type="checkbox"/>	Medias Piezas
3	<input type="checkbox"/>	Rodajas (Libras)

¿En que Cantidad? _____

16. ¿ CON QUE FRECUENCIA ADQUIERE EL ENROLLADO DE POLLO?

<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> Quincenal	<input type="checkbox"/> Menús Especiales

17. **¿CUÁNTO LE GUSTARÍA PAGAR POR ESTE PRODUCTO DE CALIDAD Y DIFERENCIADO?**

Pieza Entera	<input type="checkbox"/>	15-17	Rodajas	<input type="checkbox"/>	\$3,50 - \$4
(4 libras aprox)	<input type="checkbox"/>	18-20	(1 lb)	<input type="checkbox"/>	\$4,10 - \$4,50
	<input type="checkbox"/>	más de 20		<input type="checkbox"/>	más de \$4,50



ENCUESTA

OBJETIVO DETERMINAR LA ACEPTACIÓN Y EL MERCADO PONTENCIAL DEL ENROLLADO DE POLLO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS.

INSTRUCCIONES:

- 1.- RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN
- 2.- LOS RESULTADOS DE ESTA ENCUESTA SERAN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA
- 3.- SEÑALE CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA

FECHA: _____

CODIGO:

INFORMACIÓN PERSONAL

1. EDAD _____

2. GENERO MASCULINO FEMENINO

3. SECTOR Sangolquí San Rafael
 La Merced Conocoto

INFORMACIÓN DE LA DEMANDA

4. ¿CONOCE SOBRE EL ENROLLADO DE POLLO?
 SI Pase a la preg 5 NO Pase a la preg 12

5. ¿HA CONSUMIDO ENROLLADO DE POLLO?
 SI NO

6. INDIQUE EL NOMBRE DE LA FÁBRICA O EMPRESA QUE LO FABRICA: _____

7. EL PRODUCTO QUE LE OFRECE DICHA FÁBRICA O EMPRESA ES:
 1 Excelente
 2 Muy Bueno
 3 Bueno
 4 Regular

8. EL SERVICIO QUE LE OFRECE LA EMPRESA ES:
 1 Excelente
 2 Muy Bueno
 3 Bueno
 4 Regular

9. LA ADQUISICIÓN DE ENROLLADO ES POR:
 1 Pieza Entera
 2 Media Pieza
 3 Rodajas (Libras) Si la Respuesta es 3 indique el número de Libras: _____

10. ¿CON QUE FRECUENCIA ADQUIERE EL ENROLLADO DE POLLO?
 Semanal Mensual
 Quincenal Ocasiones Especiales

11. ¿CUANTO PAGA POR ESE PRODUCTO?: _____

12. LE GUSTARIA QUE EL SECTOR DEL VALLE DE LOS CHILLOS TENGA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ENROLLADOS DE POLLO
 SI Pase a la preg 13 NO Termina la Encuesta

13. ¿QUÉ COMBINACIÓN DE INGREDIENTES LE GUSTARIA EL ENROLLADO DE POLLO? (Señale uno)
 Carne de Pollo, Carne de Res, Carne de Cerdo, Tocino, Chorizo Ahumado, Vainita, Pimiento Verde o Rojo, Condimento.
 Carne de Pollo, Jamón, Tocino, Carne de Res, Vainita, Pimiento Verde o Rojo, Condimento
 Carne de Pollo, Jamón, Tocino, Carne de Cerdo, Vainita, Pimiento Verde o Rojo, Condimento
 Otros cual ? _____

14. CUAL ES SU INGRESO MENSUAL MARQUE CON UNA CRUZ
 0 - 500 3001 - 7000
 501 - 1500 7000 o más
 1501 - 3000

15. ¿CÓMO LE GUSTARIA ADQUIRIR EL PRODUCTO?
 1 Pieza Entera
 2 Media Pieza
 3 Rodajas (Libras)

16. ¿CON QUE FRECUENCIA ADQUIERE EL ENROLLADO DE POLLO?
 Semanal Mensual
 Quincenal Ocasiones Especiales

17. ¿CUÁNTO LE GUSTARÍA PAGAR POR ESTE PRODUCTO DE CALIDAD Y DIFERENCIADO?
 Pieza Entera (4 libras aprox) 15-17 18-20 más de 20
 Rodajas (1 lb) \$3,50 - \$4 \$4,10 - \$4,50 más de \$4,50

1.4.7.1 Procesamiento de la Información

La información recabada tanto de las entrevistas como de las encuestas, será procesada en SPSS (Programa estadístico), de donde se obtuvieron los siguientes resultados.

▪ ENTREVISTAS:

1) Tipo de Empresa:

Tabla N° 16 Tipo de empresa entrevistada

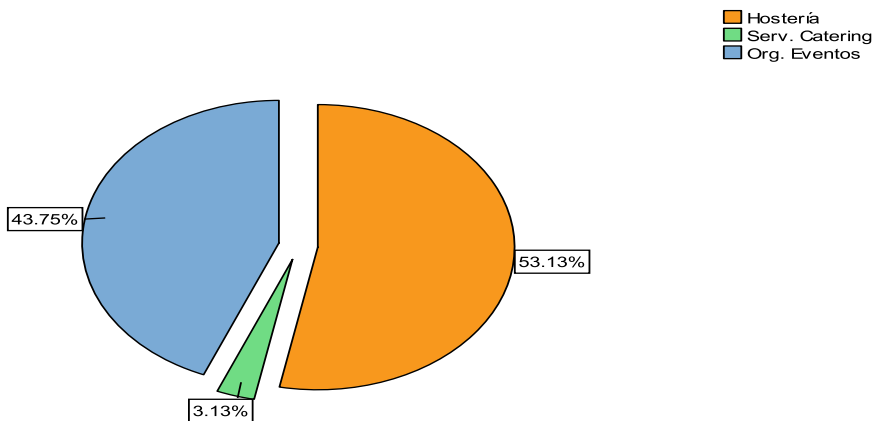
Tipo de Empresa Entrevistada				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Hostería	17	53.1	53.1	53.1
Serv. Catering	1	3.1	3.1	56.3
Org. Eventos	14	43.8	43.8	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 2 Tipo de empresa entrevistada

Tipo de Empresa Entrevistada



El 53,13% de las empresas entrevistadas corresponden a Hosterías del Sector, siendo 17, en tanto que el 43,75% corresponde a empresas de Organización de Eventos Sociales que son 14, y por último el 3,13% es de empresas de Catering que es 1 empresa con esta actividad específica en el Sector.

2) Sector:

Tabla N° 17 Sector de las empresas

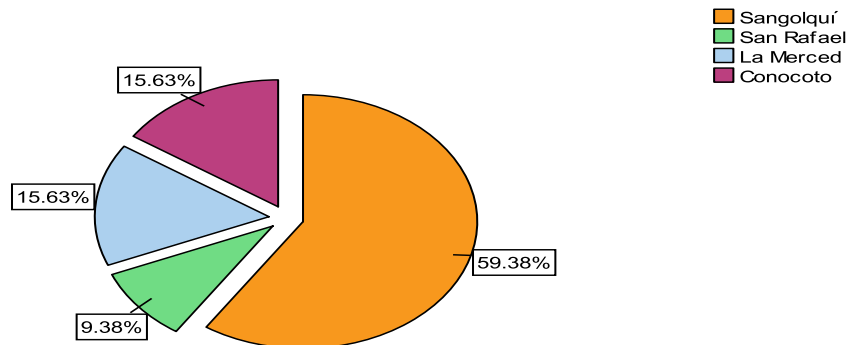
Ubicación de las Empresa Entrevistadas				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Sangolquí	19	59.4	59.4	59.4
San Rafael	3	9.4	9.4	68.8
La Merced	5	15.6	15.6	84.4
Conocoto	5	15.6	15.6	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 3 SECTOR DE LAS EMPRESAS

Ubicación de la Empresa Entrevistada



De las 32 empresas entrevistadas el 59,38% están ubicadas en Sangolquí que corresponden a 19, con un porcentaje de 15,63% que corresponde a 5 empresas tanto en Conocoto como en San Rafael respectivamente.

3) ¿Conoce sobre el Enrollado de Pollo?

Tabla N° 18 Conocimiento del enrollado de pollo

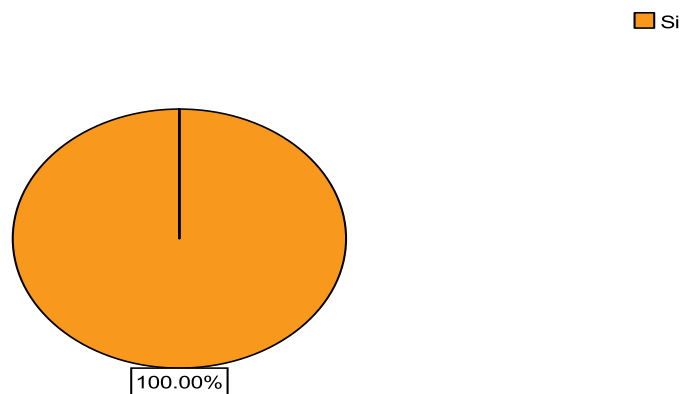
Conocimiento del Enrollado de Pollo				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Si	32	100.0	100.0	100.0

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 4 Conocimiento del enrollado de pollo

Conocimiento del Enrollado de Pollo



El 100% de las empresas entrevistadas que son 32 tienen conocimiento del Enrollado de Pollo en varias presentaciones.

4) ¿Ha presentado el enrollado de pollo en el menú de su empresa?

Tabla N° 19 Presentación del enrollado en menús

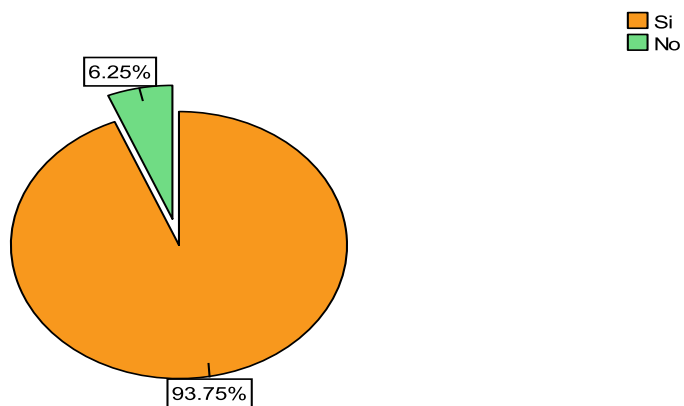
Presentación del Enrollado en menús				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Si	30	93.8	93.8	93.8
No	2	6.3	6.3	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 5 Presentación del enrollado en menús

Presentación del Enrollado en menús



El 93.75% han ofertado el Enrollado de Pollo en sus menús en varias presentaciones, lo que corresponde a 30 empresas, mientras que el 6,25% que son 2 empresas no lo han presentado en ningún menú.

5) Nombre de la fábrica o empresa que le provee de Enrollado de Pollo

Tabla N° 20 Nombre de la competencia

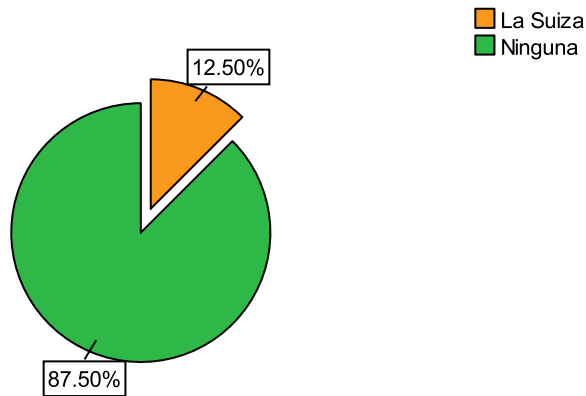
Nombre de la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
La Suiza	4	12.5	12.5	12.5
Ninguna	28	87.5	87.5	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 6 NOMBRE DE LA COMPETENCIA

Nombre de la Competencia



El 87,50% no adquieren el Enrollado de Pollo de ninguna empresa correspondiendo esto a 28 empresas, mientras que el 12,50% que son 4 adquieren el producto de La Suiza.

6) El producto que le ofrece dicha fábrica o empresa es:

Tabla N° 21 Calidad de la competencia

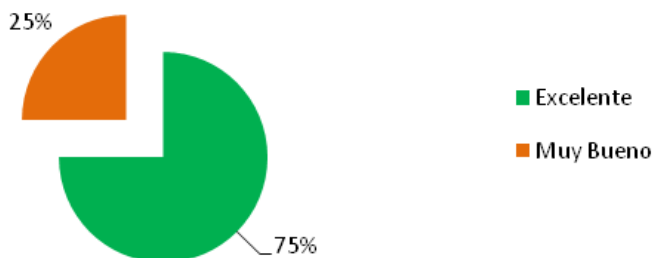
Calidad del producto de la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de las 32 empresas	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Excelente	3	9.4	75.0	75.0
Muy Bueno	1	3.1	25.0	100.0
Total	4	12.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 7 Calidad de la competencia

Calidad del Producto de la Competencia



De las 4 empresas que adquieren el producto de la competencia el 75% que corresponden a 3 califican al producto en este caso de La Suiza como excelente, mientras que el 25% que es 1 empresa lo califica como Muy bueno.

7) El servicio de entrega que le ofrece dicha fábrica o empresa es:

Tabla N° 22 Calidad del servicio de la competencia

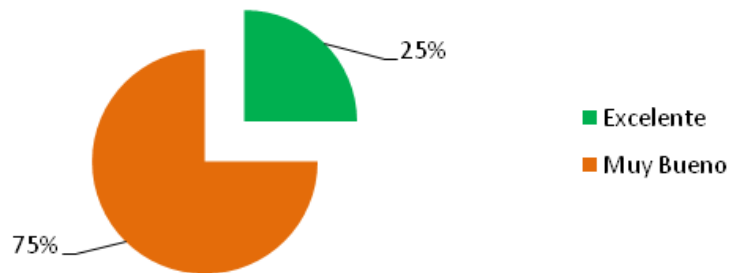
Servicio de la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de las 32 empresas	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Excelente	1	3.1	25.0	25.0
Muy Bueno	3	9.4	75.0	100.0
Total	4	12.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 8 Calidad del servicio de la competencia

Calidad del Servicio de Entrega de la Competencia



De las 4 empresas que adquieren el producto de la competencia el 75% que corresponden a 3 califican al producto en este caso de La Suiza como Muy Bueno, mientras que el 25% que es 1, lo califica como Excelente.

8) La adquisición de Enrollado de Pollo para su empresa es por:

Tabla N° 23 Adquisición del enrollado

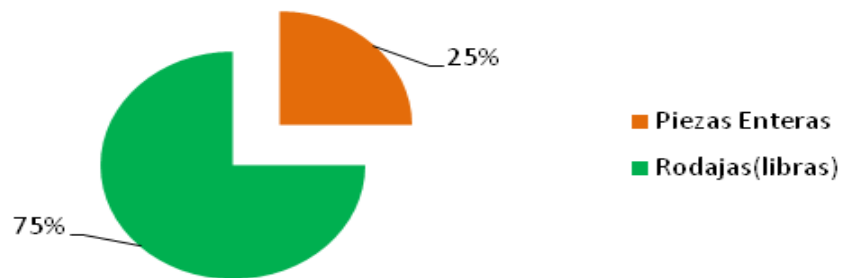
La Adquisición del Enrollado hacia la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de las 32 empresas	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Piezas Enteras	1	3.1	25.0	25.0
Rodajas(libras)	3	9.4	75.0	100.0
Total	4	12.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 9 ADQUISICIÓN DEL ENROLLADO

Adquisición del Enrollado de Pollo hacia la Competencia



De las 4 empresas que adquieren el producto de la competencia el 75% que corresponden a 3 en este caso de La Suiza adquieren el producto por Rodajas en libras, mientras que el 25% que es 1, lo adquiere en Piezas Enteras.

¿En qué cantidad?

Tabla N° 24 Cantidad de compra

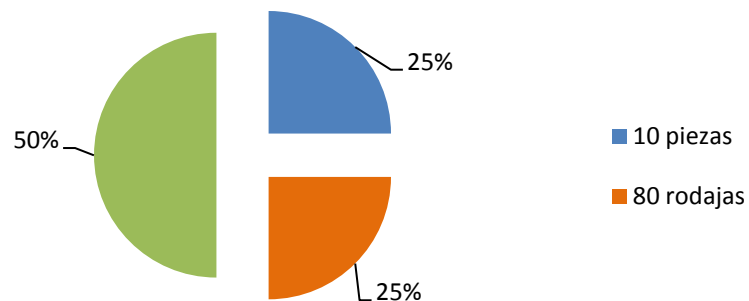
La cantidad de compra hacia la competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de las 32 empresas	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
10.00 piezas	1	3.1	25.0	25.0
80.00 rodajas	1	3.1	25.0	50.0
100.00 rodajas	2	6.3	50.0	100.0
Total	4	12.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 10 Cantidad de compra

Cantidad de compra hacia la competencia



La cantidad en la que adquieren estas 4 empresas el producto de la competencia es: 50% adquieren 100 rodajas que corresponde a 2, el 25% en 80 rodajas 1 y los últimos 25% 10 piezas enteras que es 1 empresa.

9) ¿Cuánto paga por ese producto?

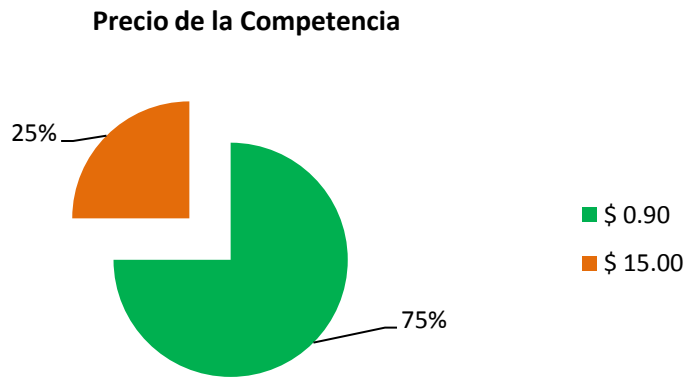
Tabla N° 25 Precio de la competencia

Precio de la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de las 32 empresas	Porcentaje validado	Porcentaje Acumulado
\$0.90	3	9.4	75.0	75.0
\$15.00	1	3.1	25.0	100.0
Total	4	12.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 11 Precio de la competencia



De las 4 empresas que adquieren el producto de la competencia el 75% lo adquieren por Rodajas pagando \$0,90 cada rodaja, mientras que el 25% lo adquieren por Piezas Enteras y pagan alrededor de \$15.

10) ¿Con que frecuencia adquiere el enrollado de pollo?

Tabla N° 26 Frecuencia de compra a la competencia

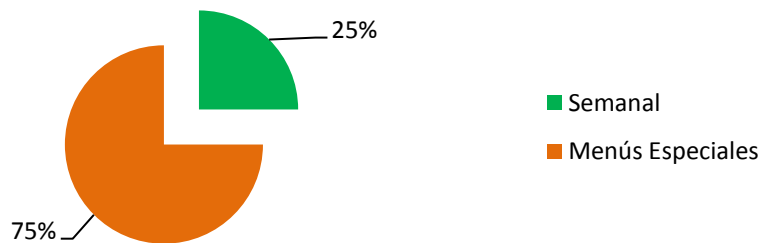
Frecuencia de Compra a la competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de las 32 empresas	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Semanal	1	3.1	25.0	25.0
Menús Especiales	3	9.4	75.0	100.0
Total	4	12.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 12 Frecuencia de compra a la competencia

Frecuencia de Compra a la Competencia



De las 4 empresas que adquieren el producto de la competencia el 75% que corresponde a 3 lo adquieren para Menús especiales, tomando estos como: Día de la Madre, Día del Padre, Navidad, Fin de Año, 14 de Febrero, Fiestas de Sangolquí, Fiestas de Quito. Mientras que el 25% lo adquieren de manera Semanal que corresponde a 1 empresa.

11) Le gustaría que el sector del valle de los chillos tenga una empresa productora y comercializadora de enrollados de pollo para que le provea del producto.

Tabla N° 27 Aceptación de la empresa

Aceptación de la empresa en el Valle de los Chillos				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Si	32	100.0	100.0	100.0

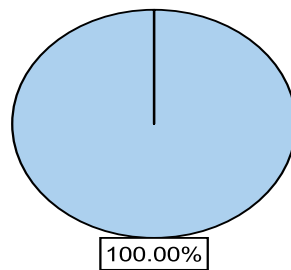
FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 13 Aceptación de la empresa

Aceptación de la empresa en el Valle de los Chillos

■ Si



El 100% de las entrevistas que corresponde a las 32 empresas les gustaría que exista una empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos.

12) ¿Qué combinación de ingredientes le gustaría el enrollado de pollo?

Tabla N° 28 Combinación de ingredientes

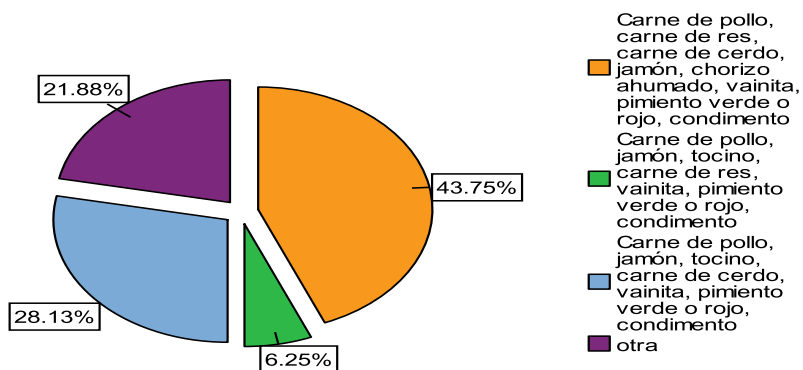
Combinación de Ingredientes para el Enrollado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Carne de pollo, carne de res, carne de cerdo, jamón, chorizo ahumado, vainita, pimienta verde o rojo, condimento	14	43.8	43.8	43.8
Carne de pollo, jamón, tocino, carne de res, vainita, pimienta verde o rojo, condimento	2	6.3	6.3	50.0
Carne de pollo, jamón, tocino, carne de cerdo, vainita, pimienta verde o rojo, condimento	9	28.1	28.1	78.1
Otra	7	21.9	21.9	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 14 Combinación de ingredientes

Combinación de Ingredientes para el Enrollado



El 43,75% que corresponde a 14 empresas les gustaría la primera combinación de ingredientes, el 21,88% corresponde a 9 prefieren la

tercera combinación, el 21,88% que son 7 escogen otra combinación, y el 6,25% que corresponde a 2 optaron por la segunda combinación de ingredientes.

13) ¿Cuál es el ingreso mensual de la empresa?

Tabla N° 29 Ingreso mensual de la empresa

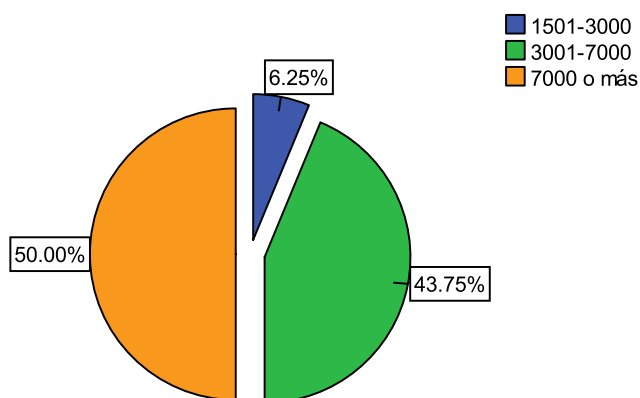
Ingreso mensual de la empresa				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
1501-3000	2	6.3	6.3	6.3
3001-7000	14	43.8	43.8	50.0
7000 o más	16	50.0	50.0	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 15 Ingreso mensual de la empresa

Ingreso mensual de la empresa



De las 32 empresas entrevistadas el 50% que son 16 tienen ingresos superiores a \$7000 mensuales, un 43,75% que corresponde a 14 tienen ingresos de \$3001 - \$7000 y un 6,25% tienen ingresos de \$1501-\$3000 que son 2 empresas.

14) ¿Cómo le gustaría adquirir el producto para su empresa?

Tabla N° 30 Posible adquisición

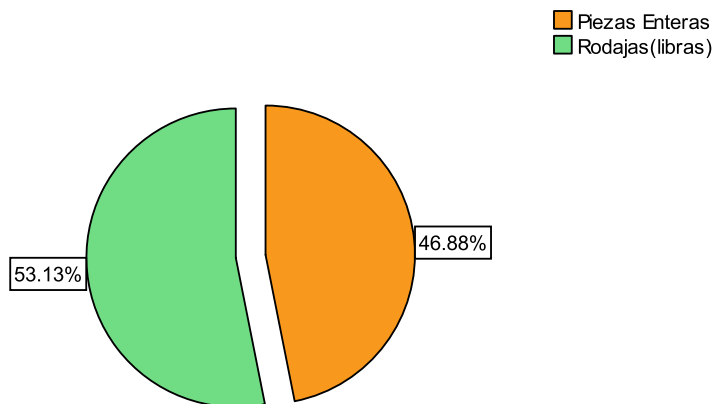
Adquisición que le gustaría a la empresa				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Piezas Enteras	15	46.9	46.9	46.9
Rodajas(libras)	17	53.1	53.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 16 Posible adquisición

Adquisición que le gustaría a la empresa



El 53,13% que corresponde a 17 empresas, adquirirían el Enrollado de Pollo por rodajas, mientras que el 46,88% que son las 15 restantes lo adquirirían por piezas enteras.

¿En qué cantidad?

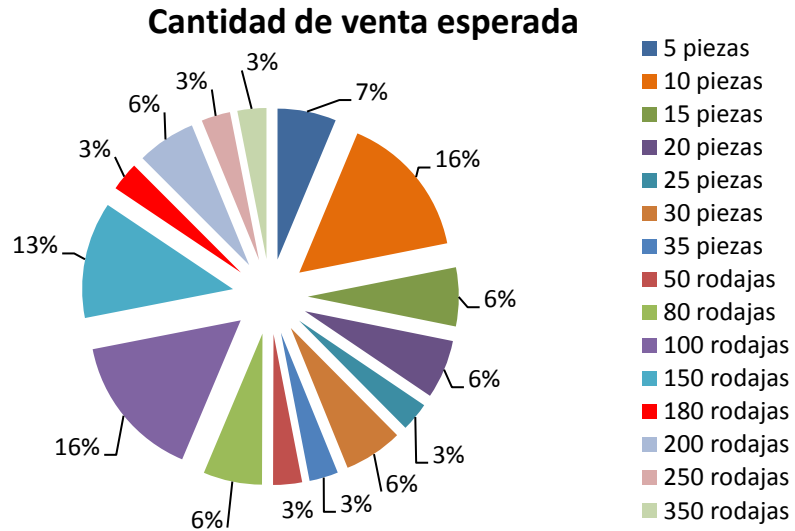
Tabla N° 31 Posible cantidad de compra

Cantidad de venta esperada				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
5.00 piezas	2	6.3	6.3	6.3
10.00 piezas	5	15.6	15.6	21.9
15.00 piezas	2	6.3	6.3	28.1
20.00 piezas	2	6.3	6.3	34.4
25.00 piezas	1	3.1	3.1	37.5
30.00 piezas	2	6.3	6.3	43.8
35.00 piezas	1	3.1	3.1	46.9
50.00 rodajas	1	3.1	3.1	50.0
80.00 rodajas	2	6.3	6.3	56.3
100.00 rodajas	5	15.6	15.6	71.9
150.00 rodajas	4	12.5	12.5	84.4
180.00 rodajas	1	3.1	3.1	87.5
200.00 rodajas	2	6.3	6.3	93.8
250.00 rodajas	1	3.1	3.1	96.9
350.00 rodajas	1	3.1	3.1	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 17 Posible cantidad de compra



La cantidad de venta esperada hacia las empresas, va desde 5 a 35 en piezas, y de 50 a 350 rodajas de Enrollado de Pollo.

15) ¿Con que frecuencia adquiriría el enrollado de pollo?

Tabla N° 32 POSIBLE FRECUENCIA DE COMPRA

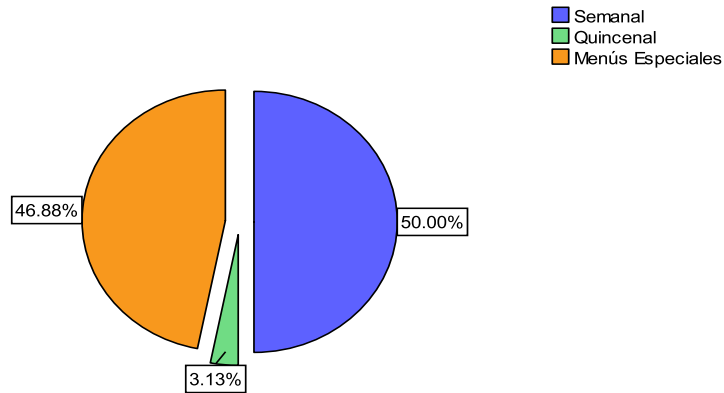
Frecuencia de compra del Enrollado de las empresas				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Semanal	16	50.0	50.0	50.0
Quincenal	1	3.1	3.1	53.1
Menús Especiales	15	46.9	46.9	100.0
Total	32	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 18 Posible frecuencia de compra

Frecuencia de compra del Enrollado de las empresas



De las 32 empresas 50% de ellas que corresponde a 16 adquirirían el Enrollado de Pollo semanalmente, un 46,88% que son 15 lo adquirirían para menús especiales, y solo el 3,15% que corresponde a 1 sola empresa lo adquiriría quincenal.

16) ¿Cuánto le gustaría pagar por este producto de calidad y diferenciado?

Tabla N° 33 Precio que las empresas pagarían

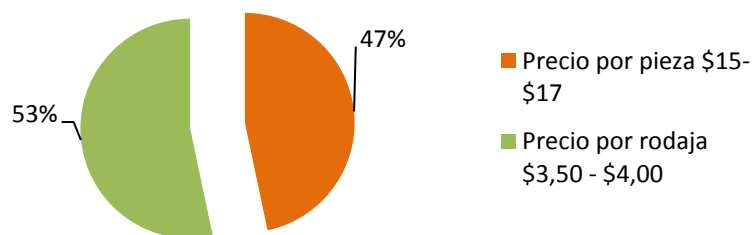
Precio que las empresas pagarían por cada pieza del Enrollado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Precio por pieza \$15-\$17	15	46.9	46.5	100.0
Precio por rodaja \$3,50 - \$4,00	17	53.1	53.1	53.1
Total	32	100.0	100	100

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 19 Precio que las empresas pagarían

Precio que las empresas pagarían por el Enrollado de Pollo



Los precios que las 32 empresas pagarían por el Enrollado de Pollo son: por pieza de \$15 a \$17 y por libra \$3,50 a \$4,00.

Conclusión:

Con la realización de las entrevistas, se han analizado las 32 empresas que están dentro del sector del Valle de los Chillos (Sangolquí, San Rafael, Conocoto, La Merced), la información recabada nos da a conocer que la mayoría de ellas preferiría adquirir el Enrollado de Pollo por rodajas en libras, y en piezas enteras, dentro de los gustos resalta la combinación de carnes que se presentó en las combinaciones de ingredientes para el Enrollado.

▪ ENCUESTAS:

1) Edad

Tabla N° 34 Edad

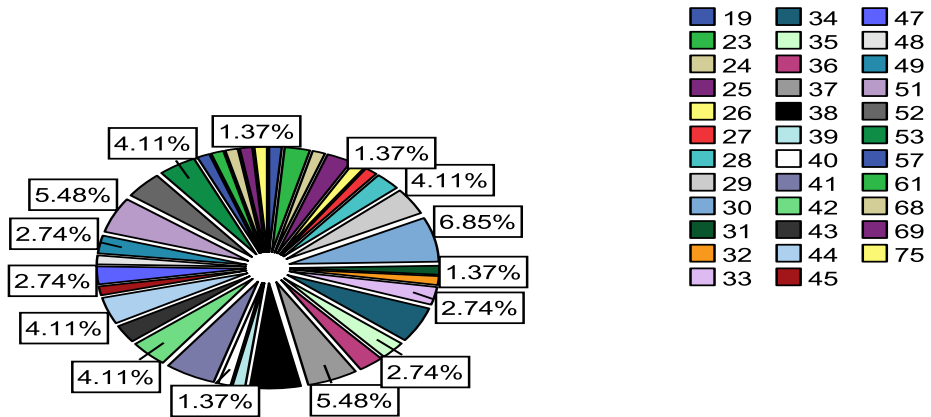
Edad del Encuestado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
19	1	1.4	1.4	1.4
23	2	2.7	2.7	4.1
24	1	1.4	1.4	5.5
25	2	2.7	2.7	8.2
26	1	1.4	1.4	9.6
27	1	1.4	1.4	11.0
28	2	2.7	2.7	13.7
29	3	4.1	4.1	17.8
30	5	6.8	6.8	24.7
31	1	1.4	1.4	26.0
32	1	1.4	1.4	27.4
33	2	2.7	2.7	30.1
34	4	5.5	5.5	35.6
35	2	2.7	2.7	38.4
36	2	2.7	2.7	41.1
37	4	5.5	5.5	46.6
38	4	5.5	5.5	52.1
39	1	1.4	1.4	53.4
40	1	1.4	1.4	54.8
41	4	5.5	5.5	60.3
42	3	4.1	4.1	64.4
43	2	2.7	2.7	67.1
44	3	4.1	4.1	71.2
45	1	1.4	1.4	72.6
47	2	2.7	2.7	75.3
48	1	1.4	1.4	76.7
49	2	2.7	2.7	79.5

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 20 Edad

Edad del Encuestado



La edad de los encuestados según los resultados está entre los 19 años hasta los 75 años, teniendo como puntos sobresalientes a 30 años con 6.8%, y 35, 37, 38, 51 años con 5,5% respectivamente.

2) Género

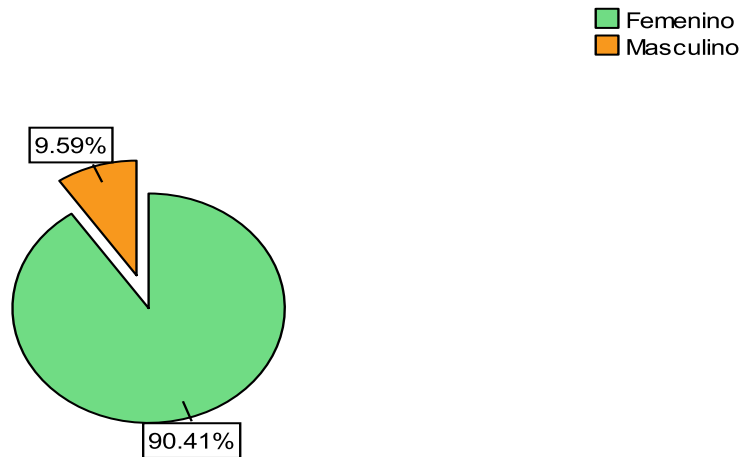
Tabla N° 35 Género

Género del Encuestado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Femenino	66	90.4	90.4	90.4
Masculino	7	9.6	9.6	100.0
Total	73	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 21 Género
Género del Encuestado



De las 73 encuestas, el 90.41% que corresponde a 66 personas corresponden a género femenino y el 9,59% que son 7 personas son de género masculino.

3) Sector

Tabla N° 36 Sector

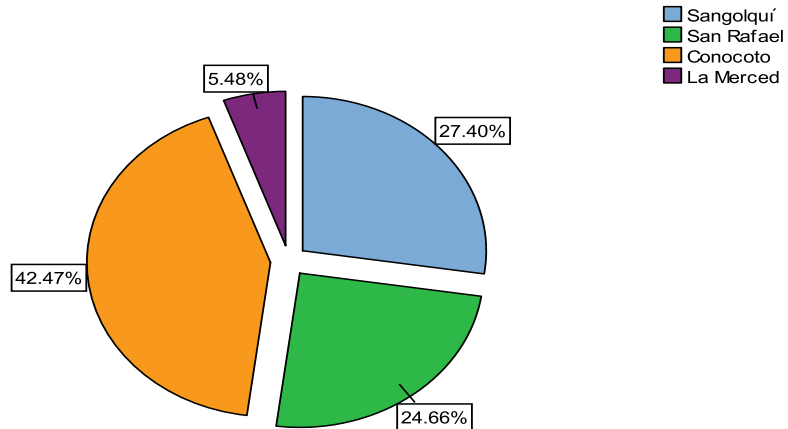
Sector de Residencia del Encuestado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Sangolquí	20	27.4	27.4	27.4
San Rafael	18	24.7	24.7	52.1
Conocoto	31	42.5	42.5	94.5
La Merced	4	5.5	5.5	100.0
Total	73	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 22 Sector

Sector de Residencia del Encuestado



De los 73 encuestados el 42,47% residen en Conocoto que corresponde a 31 personas, el 27,40% que son 20 encuestados residen en Sangolquí, el 24,66% residen en San Rafael con 18 personas y el 5,48% residen en La Merced que corresponde a 4 encuestados.

4) ¿Conoce sobre el enrollado de pollo?

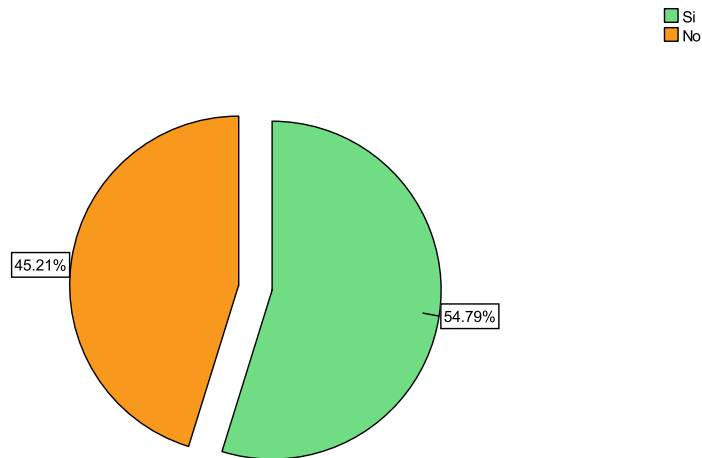
Tabla N° 37 Conocimiento del enrollado

Conocimiento del Enrollado de Pollo				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Si	40	54.8	54.8	54.8
No	33	45.2	45.2	100.0
Total	73	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 23 Conocimiento del enrollado

Conocimiento del Enrollado de Pollo



De los 73 encuestados el 54,79% que corresponde a 40 personas si tienen conocimiento del Enrollado de Pollo, mientras que el 45,21% que son 33 personas no conocen sobre el Enrollado de Pollo.

5) ¿Ha consumido enrollado de pollo?

Tabla N° 38 Consumo

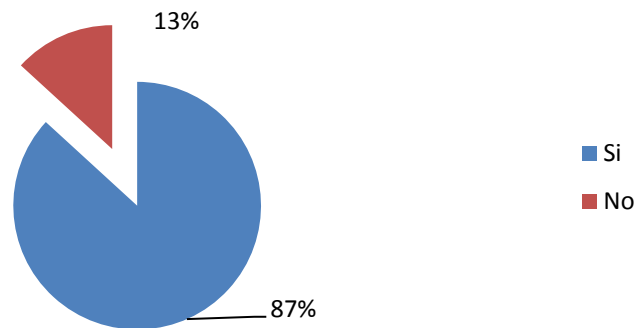
Conocer si el encuestado ha consumido Enrollado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Si	35	45.2	86.8	86.8
No	5	6.8	13.2	100.0
Total	40	52.1	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 24 Consumo

Conocer si el encuestado ha consumido Enrollado de Pollo



De los 40 encuestados que conocen sobre el Enrollado de pollo, el 87% que corresponde a 35 personas si han consumido el Enrollado, en tanto que el 13% que son 5 no lo han consumido.

6) Indique el nombre de la fábrica o empresa que lo fabrica

Tabla N° 39 Competencia

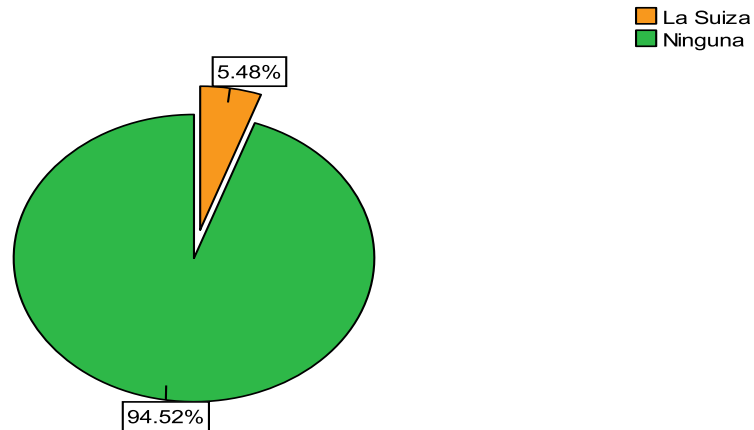
Nombre de la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
La Suiza	4	5.5	5.5	5.5
Ninguna	69	94.5	94.5	100.0
Total	73	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 25 COMPETENCIA

Nombre de la Competencia



De los 73 encuestados el 94,52% que corresponde a 69 personas no adquiere el Enrollado de ninguna empresa o no conoce de ninguna empresa, mientras que el 5,48% lo adquieren de La Suiza que son 4 personas.

7) ¿El producto que le ofrece dicha fábrica o empresa es?

Tabla N° 40 Calidad de la competencia

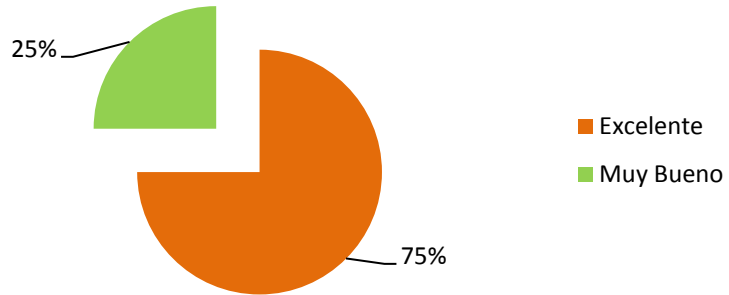
Calidad del producto de la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 3 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Excelente	3	4.1	75.0	75.0
Muy Bueno	1	1.4	25.0	100.0
Total	4	5.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 26 CALIDAD DE LA COMPETENCIA

Calidad del producto de la competencia



De las 4 encuestadas que adquieren el producto de La Suiza, el 75% califican el producto como excelente lo que corresponde a 3 personas, y el 25% que es 1 persona como muy bueno.

8) ¿El servicio que le ofrece la empresa es?

Tabla N° 41 Calidad del servicio de la competencia

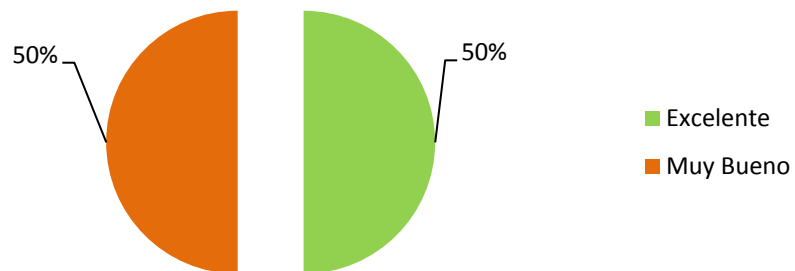
Servicio de la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Excelente	2	2.7	50.0	50.0
Muy Bueno	2	2.7	50.0	100.0
Total	4	5.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 27 Calidad del servicio de la competencia

Servicio de la Competencia



De los 4 encuestados que adquieren el producto en La Suiza el 50% que corresponde a 2 personas califican el servicio como excelente y el otro 50% como muy bueno que corresponde a las 2 personas restantes.

9) ¿La adquisición de enrollado es por?

Tabla N° 42 Adquisición

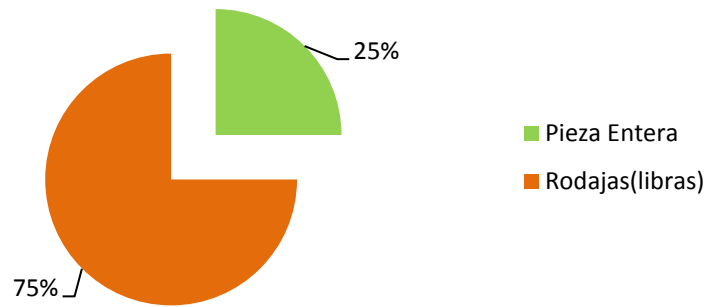
La Adquisición del Enrollado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Pieza Entera	1	1.4	25.0	25.0
Rodajas(libras)	3	4.1	75.0	100.0
Total	4	5.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 28 Adquisición

La Adquisición del Enrollado de Pollo



De los 4 encuestados que adquieren el producto en La Suiza, el 75% que corresponde a 3 personas adquieren el producto por rodajas (libras), y el 25% restante que es 1 persona lo adquiere por pieza entera.

10)¿Con que frecuencia adquiere el enrollado de pollo?

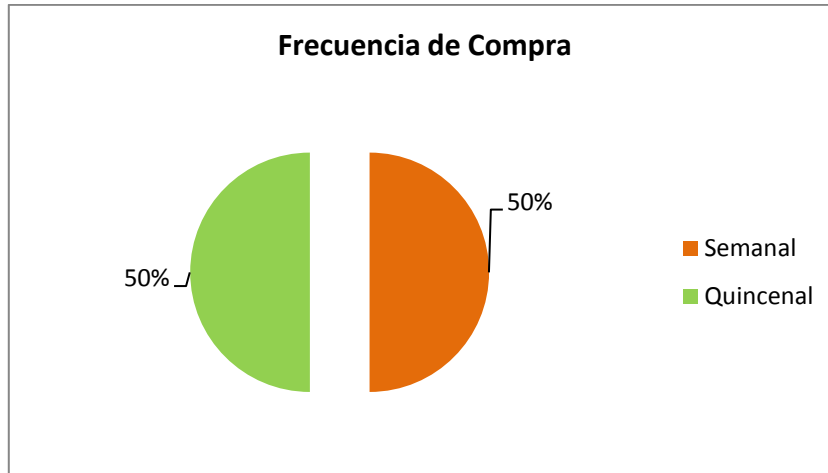
Tabla N° 43 Frecuencia de compra

Frecuencia de Compra				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Semanal	2	2.7	50.0	50.0
Quincenal	2	2.7	50.0	100.0
Total	4	5.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 29 Frecuencia de compra



De los 4 encuestados que adquieren el producto con La Suiza el 50% lo hace semanalmente y el otro 50% lo adquiere de manera quincenal.

11)¿Cuánto paga por ese producto?

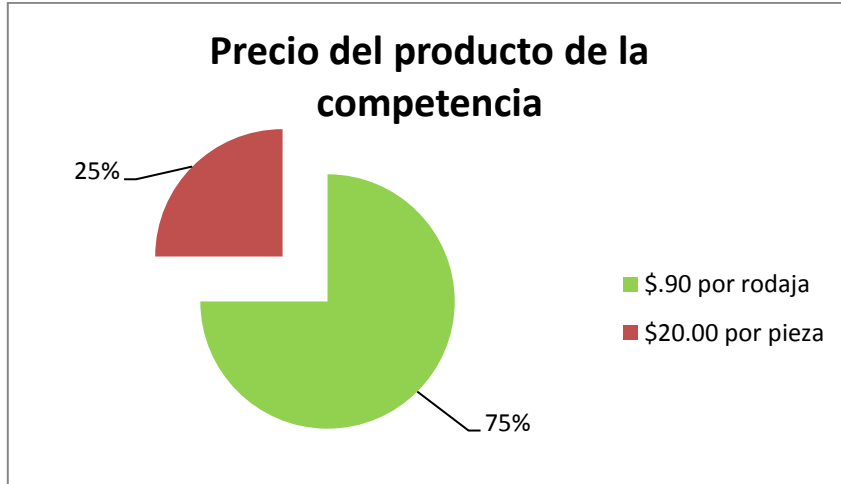
Tabla N° 44 Precios de la competencia

Precio del producto de la competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
\$0.90 por rodaja	3	4.1	75.0	75.0
\$20.00 por pieza	1	1.4	25.0	100.0
Total	4	5.5	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 30 Precios de la competencia



De los 4 encuestados que adquieren el producto en La Suiza, el 75% que son 3 personas que lo adquiere por rodajas paga \$0,90 por cada rodaja, y el 25% que es una persona que lo adquiere por pieza paga por esta \$20.

12) ¿Le gustaría que el sector del valle de los chillos tenga una empresa productora y comercializadora de enrollados de pollo?

Tabla N° 45 Aceptación de la empresa

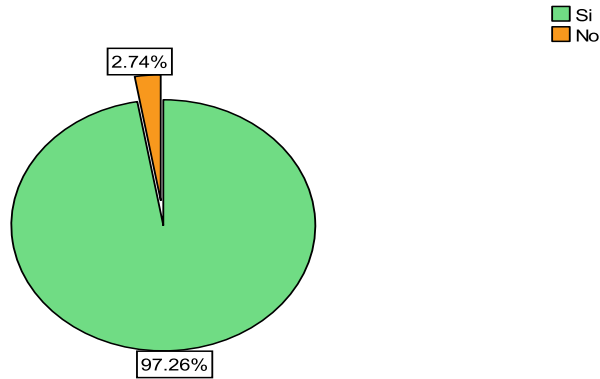
Aceptación de la Empresa en el Valle de los Chillos				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Si	71	97.3	97.3	97.3
No	2	2.7	2.7	100.0
Total	73	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 31 Aceptación de la empresa

Aceptación de la Empresa en el Valle de los Chillos



De las 73 encuestas el 97,26% si les gustaría la instalación de la empresa de producción y comercialización del Enrollado de Pollo en el Valle de los Chillos, y el 2,74% no les gustaría la instalación de la empresa.

13)¿Qué combinación de ingredientes le gustaría el enrollado de pollo?

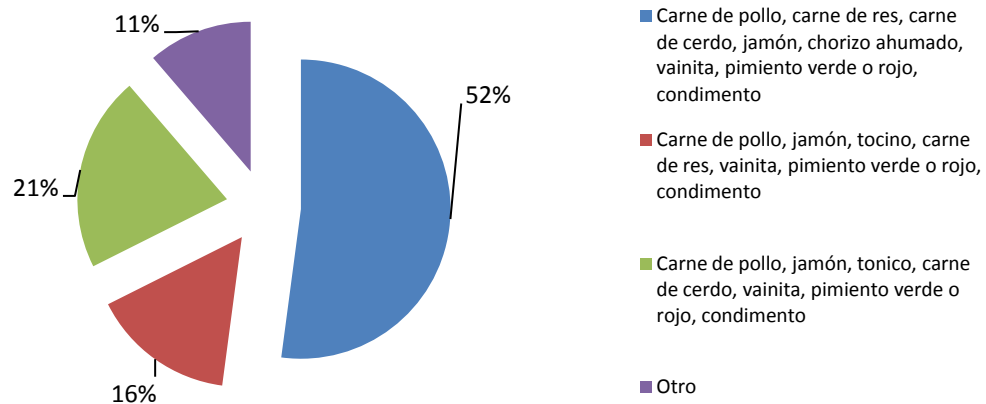
Tabla N° 46 Combinación de ingredientes

Combinación de Ingredientes para el Enrollado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Carne de pollo, carne de res, carne de cerdo, jamón, chorizo ahumado, vainita, pimiento verde o rojo, condimento	37	50.7	52.1	52.1
Carne de pollo, jamón, tocino, carne de res, vainita, pimiento verde o rojo, condimento	11	15.1	15.5	67.6
Carne de pollo, jamón, tocino, carne de cerdo, vainita, pimiento verde o rojo, condimento	15	20.5	21.1	88.7
Otro	8	11.0	11.3	100.0
Total	71	97.3	100.0	

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 32 Combinación de ingredientes

Combinación de Ingredientes para el Enrollado



De los 71 encuestados el 52% que corresponde a 37 personas optan por la combinación de: carne de pollo, carne de res, carne de cerdo, jamón, chorizo ahumado, vainita, pimienta verde o rojo, condimento.

El 21% que son 15 personas optaron por la combinación de: carne de pollo, jamón, tocino, carne de cerdo, vainita, pimienta verde o rojo, condimento.

El 16% que son 11 prefiere la combinación de: carne de pollo, jamón, tocino, carne de res, vainita, pimienta verde o rojo, condimento.

Y por último el 11% que corresponde a 8 personas, optan por otra combinación de ingredientes.

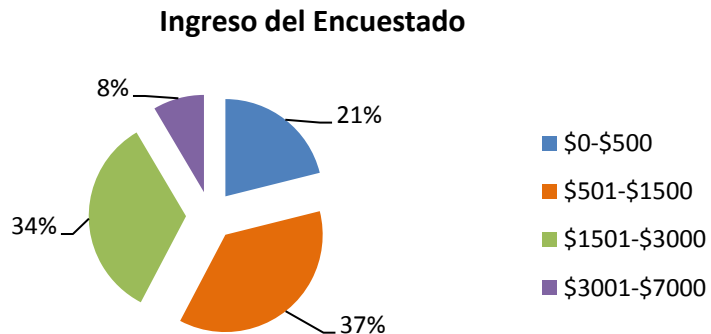
14) ¿Cuál es su ingreso mensual?

Tabla N° 47 Ingreso mensual

Ingreso del Encuestado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
\$0-\$500	15	20.5	21.1	21.1
\$501-\$1500	26	35.6	36.6	57.7
\$1501-\$3000	24	32.9	33.8	91.5
\$3001-\$7000	6	8.2	8.5	100.0
Total	71	97.3	100.0	

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 33 Ingreso mensual



De los 71 encuestados el 37% tienen ingresos entre \$501 - \$1500 que corresponde a 26 personas, el 34% que son 24 personas tienen ingresos de \$1501 - \$3000, un 21% correspondiente a 21 tienen ingresos de \$0 - \$500, y un 8% tienen ingresos de \$3001- \$7000 siendo 6 personas.

15) ¿Cómo le gustaría adquirir el producto?

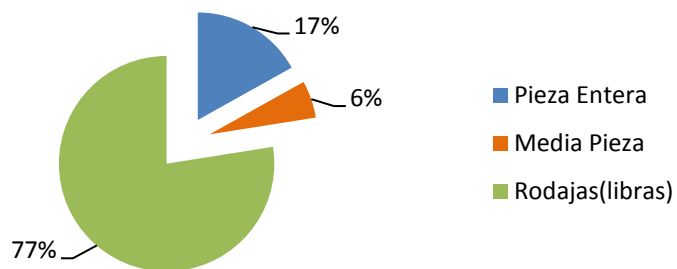
Tabla N° 48 Adquisición

Adquisición que le gustaría al Cliente				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Pieza Entera	12	16.4	16.9	16.9
Media Pieza	4	5.5	5.6	22.5
Rodajas(libras)	55	75.3	77.5	100.0
Total	71	97.3	100.0	

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 34 Adquisición

Adquisición que le gustaría al cliente



De los 71 encuestados el 77% preferirían adquirir el Enrollado de Pollo por rodajas (libras) lo que corresponde a 55 personas, 17% que son 12 personas optan por adquirirlo por pieza entera, y un 6% que representa a 4 personas lo harían por media pieza.

16) ¿Con que frecuencia adquiere el enrollado de pollo?

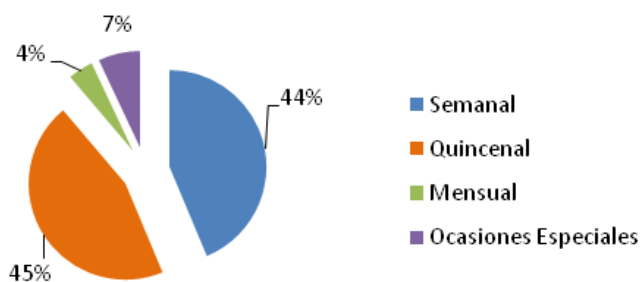
Tabla N° 49 Frecuencia de compra

Frecuencia en la que el cliente adquiriría el Enrollado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Semanal	31	42.5	43.7	43.7
Quincenal	32	43.8	45.1	88.7
Mensual	3	4.1	4.2	93.0
Ocasiones Especiales	5	6.8	7.0	100.0
Total	71	97.3	100.0	

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 35 Frecuencia de compra

Frecuencia en la que el cliente adquiriría el Enrollado de Pollo



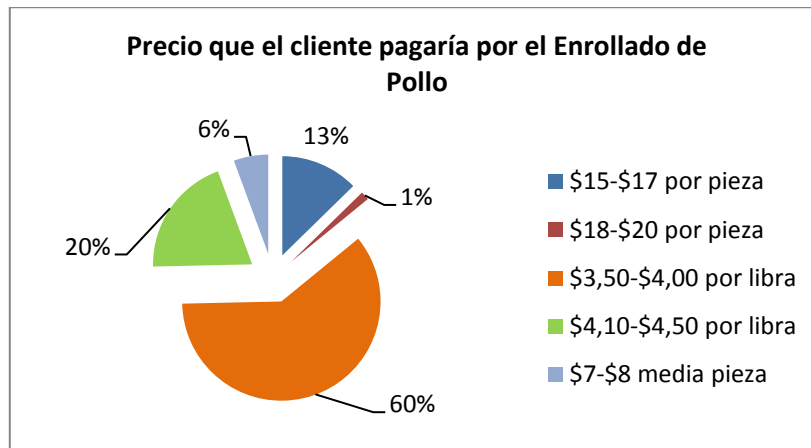
De los 71 encuestados el 45% adquiriría el Enrollado quincenalmente correspondiendo a 32 personas, un 44% semanalmente lo que equivale a 31 personas, el 7% en ocasiones especiales que son 7 personas respectivamente, y un 4% de mensualmente.

17)¿Cuánto le gustaría pagar por este producto de calidad y diferenciado?

Tabla N° 50 Precio

Precio que el cliente pagaría por el Enrollado de Pollo				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
\$15-\$17 por pieza	9	12.3	12.68	12.68
\$18-\$20 por pieza	1	1.4	1.41	14.21
\$3,50-\$4,00 por libra	43	58.9	60.56	74.77
\$4,10-\$4,50 por libra	14	19.2	19.72	94.49
\$7-\$8 media pieza	4	5.5	5.63	100
Total	71	97.3	100	

FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Nadia González
 GRAFICO N° 36 PRECIO



De los 71 encuestados el precio que estarían dispuestos a pagar son: desde \$3,50 - \$4,00 por libras, hasta \$4,10 - \$4,50 por libra. Por media pieza \$7 - \$8 respectivamente. Por la pieza entera desde \$15 - \$17 hasta \$18 - \$20.

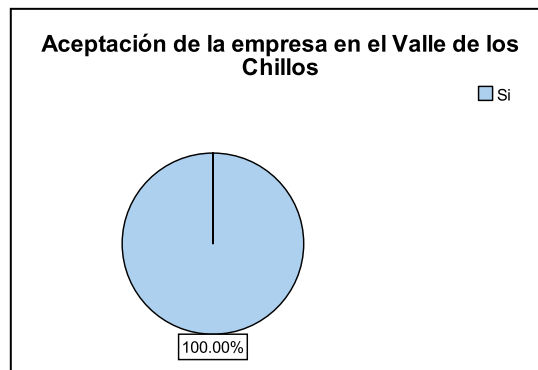
Conclusión:

De las encuestas realizadas en el Sector podemos destacar que se las realizó en su mayoría a amas de casa, que son quienes en la mayoría de los casos realizan las compras para el hogar, en donde sobresale la posible frecuencia de compra de manera quincenal del Enrollado de Pollo, dentro de la adquisición la preferencia es por libras, y dando un resalte al gusto por las combinaciones de ingredientes presentadas.

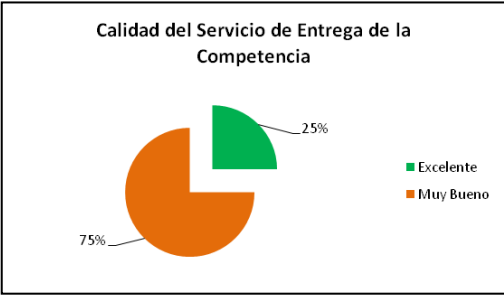
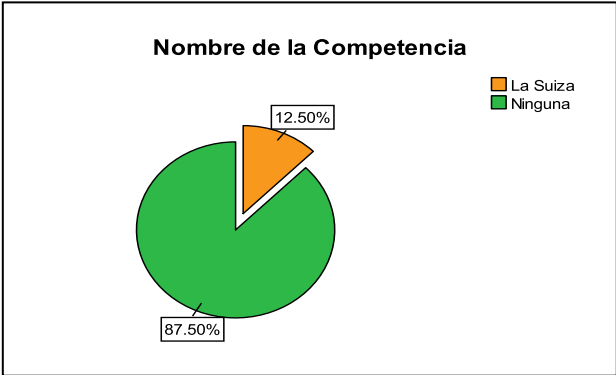
1.4.7.2 Análisis de Resultados

Entrevistas:

Con los resultados de las entrevistas tenemos un panorama muy prometedor para la introducción del Enrollado de Pollo en el mercado, partiendo de la aceptación por parte de las 32 empresas entrevistadas entre Hosterías, Empresas de Catering y de Eventos Sociales de la incorporación al mercado de la Empresa Productora y Comercializadora de Enrollado de Pollo, para el Valle de los Chillos.

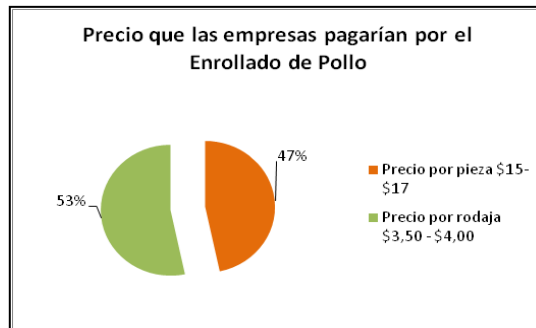
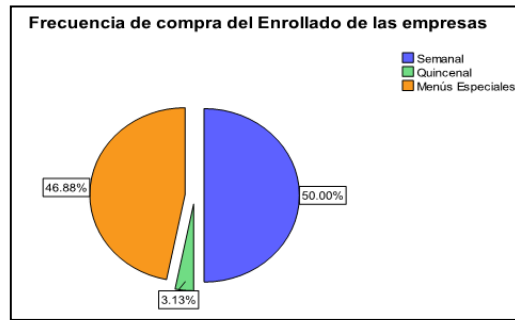
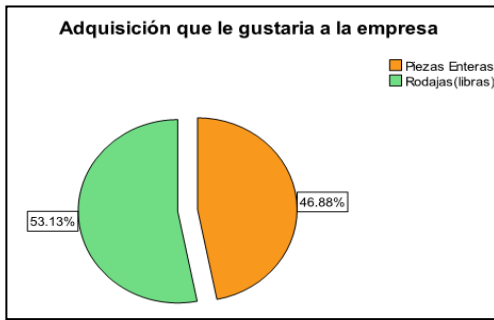
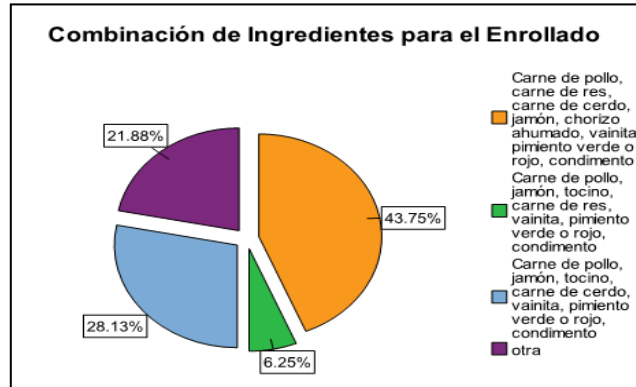


Además de tener conocimiento de la competencia existente en el mercado, la calidad de su producto y servicio.



Valiéndonos de esta valiosa información para la formulación de las estrategias de mercado. Otro de los factores más relevantes que los resultados de las entrevistas manifiestan es que dentro del número de personas por evento que realizan tanto las empresas de catering, como las de organización de eventos en el sector tienen un rango de 150 a 300 personas por evento.

Se obtuvieron además datos de los: gustos, preferencias, exigencias, posible frecuencia de compra. Todo esto sin dejar de lado el precio que estas estarían dispuestas a pagar por un producto de calidad, diferenciado y con un servicio de calidad.

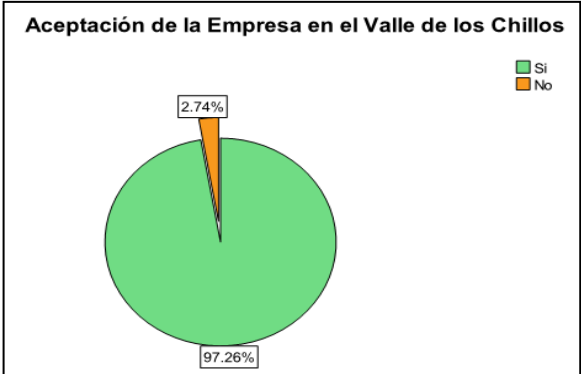


Con estos resultados tenemos una clara idea de la demanda esperada por parte de las 32 empresas.

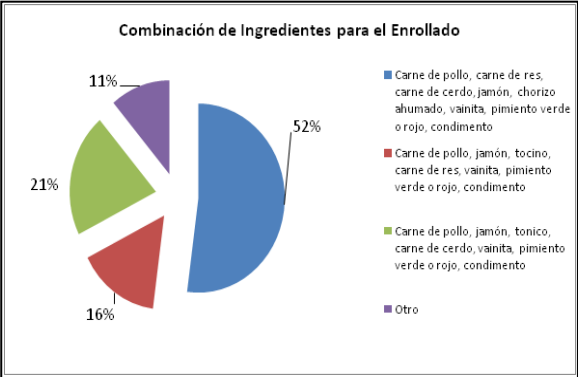
Encuestas:

De los resultados obtenidos por las encuestas realizadas en el Sector del Valle de los Chillos, en lugares estratégicos como supermercados, gimnasios, centros comerciales de: Sangolquí, San Rafael, Conocoto, La

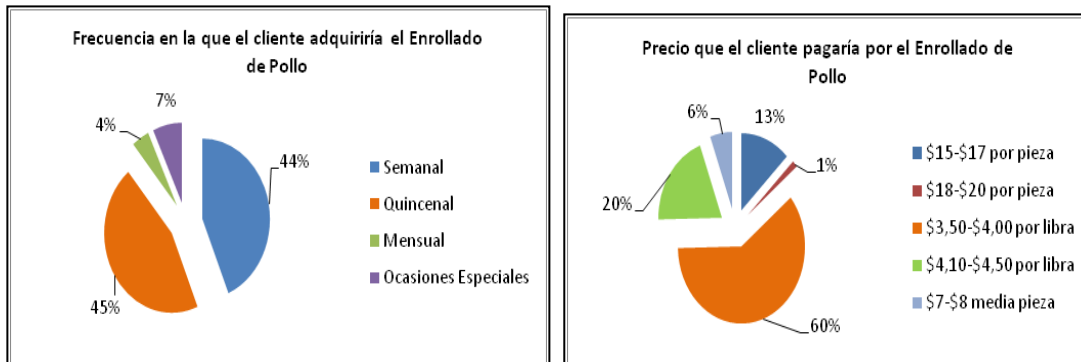
Merced, abarcando principalmente a amas de casa, quienes son las que realizan las compras para el hogar, se obtuvieron resultados valiosos como que la mayoría estaría a gusto con la instalación de la empresa en el sector.



La aceptación de las combinaciones de ingredientes, además de conocer los gustos de la población.



La mejor manera de presentar el producto, el precio justo, y la cantidad y frecuencia de la adquisición del Enrollado de Pollo.



Con estos resultados se puede realizar los análisis respectivos de la demanda y la oferta además del planteamiento de las estrategias.

1.5 Análisis de la Demanda

“La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)”¹⁸

La información de la demanda es uno de los punto claves de la importancia y viabilidad del presente proyecto, ya que dentro de este análisis de conocerán todas las características que deberá tener el Enrollado de Pollo para su incursión en el mercado.

ELASTICIDAD DE LA DEMANDA

La elasticidad de la Demanda se clasifica en:

¹⁸ www.wikipedia.com

Tabla N° 51 Elasticidad de la demanda

ELASTICIDAD DE LA DEMANDA		
Una relación se describe como:	Cuando su magnitud es:	Lo que significa que:
Perfectamente elástica o infinitamente elástica	Infinita	El aumento más pequeño posible ocasiona una disminución infinitamente grande en la cantidad demandada.
Elástica	Menos que infinita pero mayor que 1	La disminución porcentual de la cantidad demandada excede al aumento porcentual en el precio.
Elástica Unitaria	1	La disminución porcentual en la cantidad demandada es igual al aumento porcentual en el precio.
Inelástica	Mayor que cero pero menor que 1	La disminución porcentual en la cantidad demandada es inferior al aumento porcentual en el precio.
Perfectamente inelástica o completamente inelástica	Cero	La cantidad demandada es la misma a todos los precios.

FUENTE: Fundamentos de Microeconomía
ELABORADO POR: Nadia González

Análisis para Empresas: Si existiera un cambio en el precio del Enrollado de Pollo, esto no haría que disminuya su demanda, esto porque si las empresas desean adquirir el Enrollado para los eventos como parte del menú escogido por sus clientes, no dudarán en satisfacerlos. En este caso la empresa afronta una Demanda Inelástica.

Análisis para Venta Directa al Consumidor: En caso de que el precio del Enrollado de Pollo subiera, daría como consecuencia una baja en la demanda de este por parte de los consumidores directos, buscando productos sustitutos de menor precio, dando como resultado para la empresa una Demanda Perfectamente Elástica.

1.5.1 Clasificación

La demanda se clasifica de la siguiente manera tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- **En Relación con su Oportunidad**

Satisfecha: Cuando la producción y oferta alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado.

Insatisfecha: Cuando la producción y oferta no alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado, esto es cuando la demanda total no está debidamente satisfecha.

Análisis para Empresas: Según los resultados de las entrevistas realizadas a las 32 empresas ubicadas en el Valle de los Chillos (Sangolquí, San Rafael, Conocoto, La Merced), nos dan a conocer que la competencia no alcanza a cubrir la demanda, además de no presentar variedad en las combinaciones de ingredientes. Determinando de esta manera una Demanda Insatisfecha.

Análisis para Venta Directa al Consumidor: Las encuestas realizadas en lugares representativos del sector como: supermercados, centros comerciales, nos dan como resultado una Demanda Insatisfecha, en busca de un producto con una combinación de carnes, a un precio accesible.

- **De acuerdo con su Necesidad**

Demanda de Bienes Sociales y Nacionalmente Necesarios o Básica: Los consumidores requieren ineludiblemente para mantenerse.

Demanda de Bienes no Necesarios, de Gusto o Suntuaria: Se relaciona con la intención de satisfacer un gusto más que una necesidad.

Análisis para Empresas y Venta Directa al Consumidor: La empresa determina una demanda Suntuaria ante las empresas y para la venta directa, ya que el Enrollado de Pollo no es necesario, al contrario es de gusto.

- **De Acuerdo con su Destino**

Bienes Intermedios: cuando los usuarios o consumidores son intermediarios. Por ejemplo, la demanda de harina deriva de la demanda de pan.

Bienes Finales: Cuando el uso o consumo es final.

Análisis de Empresas: La empresa de acuerdo a su destino su demanda está calificada como intermedios por parte de las empresas de catering, eventos sociales ya que el Enrollado de Pollo y el servicio de entrega lo contratan y le dan la preparación final para los eventos contratados por los clientes.

Análisis para Venta Directa al Consumidor: La empresa para la venta directa califica a la demanda como final, esto porque el producto y servicio está dirigido para un consumidor final.

- **En relación con la Permanencia**

Stock o Estacional: Este tipo de demandase vincula con un carácter permanente.

Flujo o Continua: No tiene ninguna vinculación de carácter permanente.

Análisis para Empresas y Venta Directa al Consumidor: La Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo, tendrá una demanda Continua tanto con las Empresas como para Venta Directa, ya que es un producto de consumo y no se vincula a ningún carácter permanente.

1.5.2 Factores que Afectan a la Demanda

Dentro de los factores que afectan a la demanda tenemos los siguientes más relevantes, enfocados en el Enrollado de Pollo. Tomando en cuenta que el segmento meta se divide en dos: Empresas (80%), Venta directa al consumidor (20%).

a. Tamaño y Crecimiento de la Población

Tomando en cuenta la división del segmento meta y siendo este uno de los factores primordiales para el proyecto, al estar ligado directamente con nuestros clientes potenciales tenemos el siguiente análisis:

Empresas:

El tamaño del mercado dentro de este segmento son las 32 empresas del sector, sin embargo; al ser un sector altamente turístico y con grandes atractivos, destacando sobre todo el clima que ofrece. Crece día a día la instalación de nuevas hosterías, y empresas de eventos sociales como es el caso de haciendas que brindan estos servicios, que están al alcance del público en general. Esto nos lleva a tener un clima muy alentador para tanto la proyección, estabilidad y crecimiento

de la empresa, ya que al haber más de este tipo de empresas el mercado para el Enrollado de Pollo es muy optimista, al aumentar la demanda del producto en el sector.

Venta Directa al Consumidor:

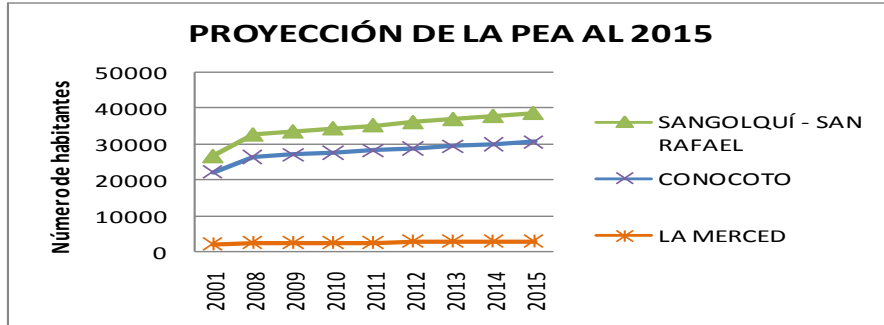
El mercado para este segmento es la población del Valle de los Chillos (Sangolquí, San Rafael, Conocoto, La Merced), siendo este de mucha importancia ya se determinará el número potencial de clientes directos para la venta del Enrollado de Pollo por parte de la empresa Productora y Comercializadora del mismo. Para esto tomamos como punto de referencia la PEA (Población Económicamente Activa) del sector en donde está dirigido el presente proyecto, la cual se presenta en el siguiente cuadro proyectadas hasta el 2015.

Tabla N° 52 Proyección de la pea

LUGAR	TASA DE CRECIMIENTO	2001	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
SANGOLQUÍ - SAN RAFAEL	3.2	26801	32804	33662	34520	35377	36235	37093	37950	38808
CONOCOTO	2.7	22231	26433	27033	27633	28233	28834	29434	30034	30634
LA MERCED	2.7	2257	2684	2745	2805	2866	2927	2988	3049	3110
TOTAL		51289	61921	63439	64958	66477	67996	69515	71034	72552

FUENTE: SIISE 2008, INEC
ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 37 Proyección de la pea



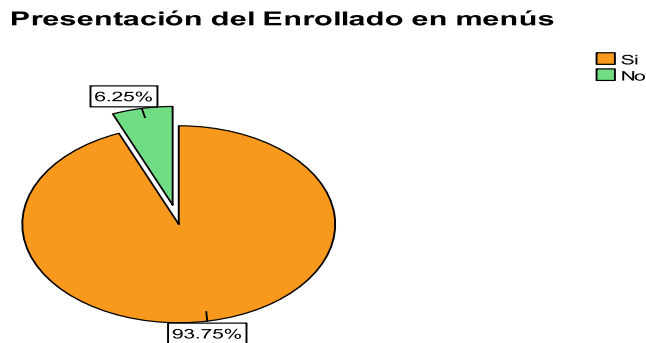
La gráfica nos muestra un crecimiento gradual en el sector, la demanda del presente proyecto está enfocada en la PEA, tenemos un crecimiento del 3,2% en Sangolquí y San Rafael, y del 2,7% en Conocoto y La Merced. Teniendo una población al 2010 de 64958 habitantes, al 2015 de 72552 habitantes.

b. Hábitos de Consumo

Los hábitos de consumo tanto de: las empresa como de los habitantes se representan en los siguientes datos.

Empresas:

GRAFICO N° 38 Presentación del enrollado en menús



ELABORADO POR: Nadia González

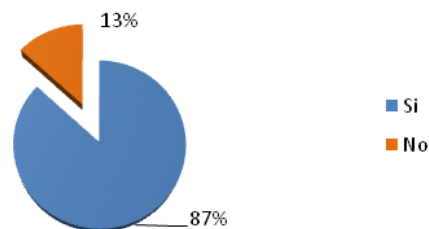
Las entrevistas realizadas a las 32 empresas del sector, el 93.75% de las empresas presenta o ha presentado una variedad del Enrollado de Pollo en el menú de sus banquetes, y un 6,25% no lo ha presentado.

Tenemos como conclusión un hábito de consumo alto en las empresas suficiente como para introducir el Enrollado de Pollo y el servicio de entrega en el mercado.

Venta Directa al Consumidor:

GRAFICO N° 39 Conocer si el encuestado ha consumido Enrollado de Pollo

Conocer si el encuestado ha consumido Enrollado de Pollo



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

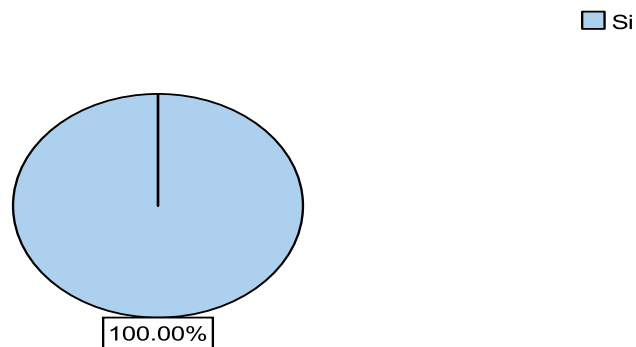
De las 73 encuestas realizadas, 40 personas conocen sobre el Enrollado de Pollo y de estas el 87% consumen o han consumido el producto, el 13% no lo han consumido. La conclusión que tenemos es que si hay un hábito de consumo hacia el Enrollado de Pollo, además de una gran expectativa por la adquisición de un nuevo producto de calidad, diferenciado con un servicio de excelencia, siendo esto suficiente para introducir el producto en el mercado.

c. Gustos y Preferencias

Empresas:

GRAFICO N° 40 Aceptación de la empresa

Aceptación de la empresa en el Valle de los Chillos



FUENTE: Entrevistas

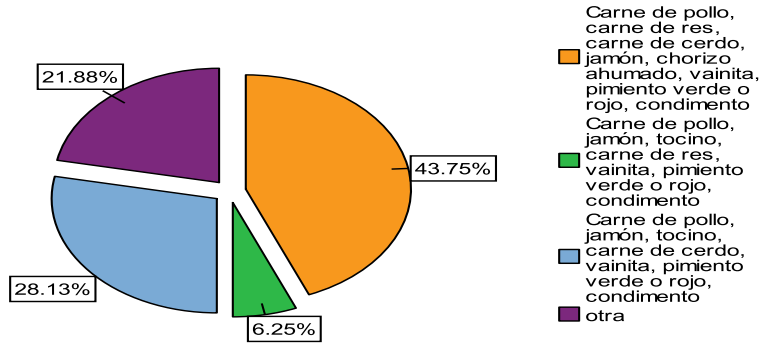
ELABORADO POR: Nadia González

De las 32 empresas entrevistadas, hay un 100% de aceptación en que exista la empresa en el sector.

Además de esto se obtuvieron los siguientes datos en cuanto a los gustos de las combinaciones de los ingredientes para el Enrollado de Pollo en donde: el 43,75 de las empresas optan por la primera combinación del Enrollado (carne de pollo, carne de res, carne de cerdo, jamón, chorizo ahumado, vainita, pimiento verde o rojo, condimentos), el 34,38% prefieren entre la segunda y tercera combinación de ingredientes en donde se suprime un tipo de carne ya sea de res o de cerdo, y por último el 21,88% les gustaría otra combinación de ingredientes.

GRAFICO N° 41 Combinación de ingredientes

Combinación de Ingredientes para el Enrollado

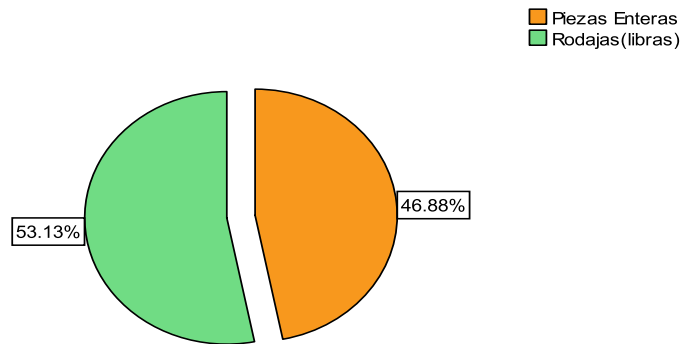


FUENTE: Entrevistas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 42 Posible adquisición

Adquisición que le gustaría a la empresa



FUENTE: Entrevistas

ELABORADO POR: Nadia González

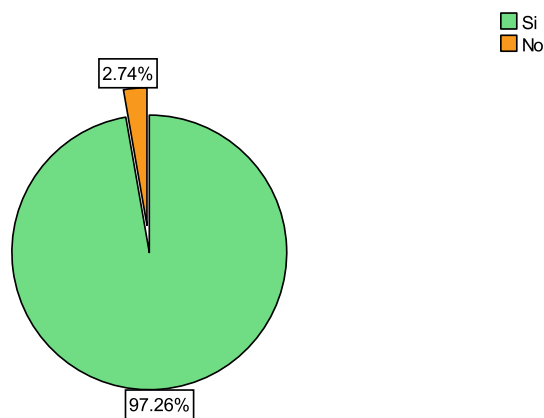
A las empresas encuestas preferirían adquirir el Enrollado en un 53,13% en rodajas ya cortado por libras, mientras que el 46.8% por piezas enteras.

Como conclusión tenemos que las empresas tiene un alto nivel de aceptación para el producto con: sus combinaciones de ingredientes y presentaciones además del servicio que busca brindar la Productora y Comercializadora de Enrollado de Pollo.

Venta Directa al Consumidor:

GRAFICO N° 43 Aceptación de la empresa

Aceptación de la Empresa en el Valle de los Chillos



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

De las 73 encuestas al 97,26% si les gustaría que exista la empresa Productora y Comercializadora del Enrollado de Pollo en el sector y el 2,74% no está de acuerdo. Dándonos como resultado un gran nivel de aceptación para la empresa y por ende para el producto.

GRAFICO N° 44 Combinación de ingredientes

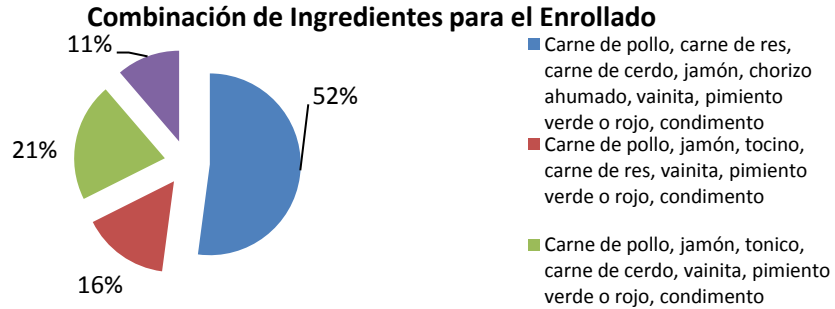
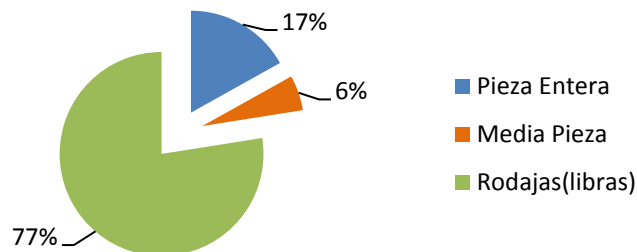


GRAFICO N° 45 Posible adquisición

Adquisición que le gustaría al cliente

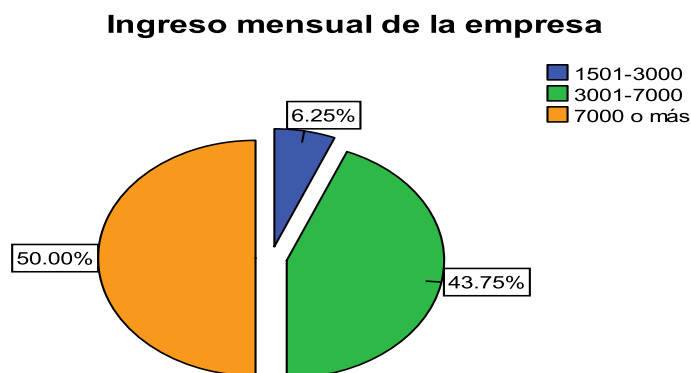


De los resultados de las encuestas realizadas concluimos que para la venta directa del producto, las combinaciones presentadas tuvieron gran aceptación, junto con las presentaciones para venta, lo que nos refleja un mercado abierto para la introducción del producto.

d. Niveles de Ingreso y Precios

Empresas:

GRAFICO N° 46 Ingresos mensuales



FUENTE: Entrevistas
ELABORADO POR: Nadia González

El 50% de las empresas entrevistadas tienen ingresos mensuales superiores a \$7000; un 43,75% con ingresos de \$3001 a \$7000; y un 6,26% con ingresos de \$1501 a \$3000. En el caso de las empresas analizamos a la pregunta N°17 que hace referencia al precio que se pagaría por el *Enrollado de Pollo*.

Tabla N° 53 Precio

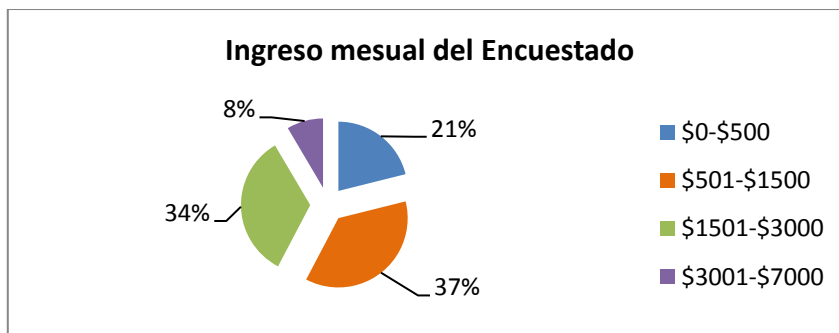
Precio que las empresas pagarían por cada pieza del Enrollado				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Precio por pieza \$15-\$17	15	46.9	46.5	100.0
Precio por rodaja \$3,50 - \$4,00	17	53.1	53.1	53.1
Total	32	100.0	100	100

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

Los resultados arrojados de las entrevistas son: de \$15 a \$17 por pieza entera y de \$3,50 a \$4,00 por cada libra del *Enrollado de Pollo*.

Venta Directa al Consumidor:

GRAFICO N° 47 Ingreso



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

Los ingresos mensuales de los encuestados son: 37% con \$501 a \$1500, 34% con \$1500 a \$3000, el 21% 3001 a \$7000 y un 8% con ingresos menores a \$500. Los ingresos de los encuestados nos reflejan el poder adquisitivo para el *Enrollado de Pollo*.

Analizando la pregunta N°17 de las encuestas, para la venta directa al consumidor, la cual nos da a conocer el precio que las personas están dispuestas a pagar por el *Enrollado de Pollo*.

Tabla N° 54 Precio

Precio que el cliente pagaría por el Enrollado de Pollo				
Validación	Frecuencia	Porcentaje de los 73 encuestados	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
\$15-\$17 por pieza	9	12.3	12.68	12.68
\$18-\$20 por pieza	1	1.4	1.41	14.21
\$3,50-\$4,00 por libra	43	58.9	60.56	74.77
\$4,10-\$4,50 por libra	14	19.2	19.72	94.49
\$7-\$8 media pieza	4	5.5	5.63	100
Total	71	97.3	100	

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

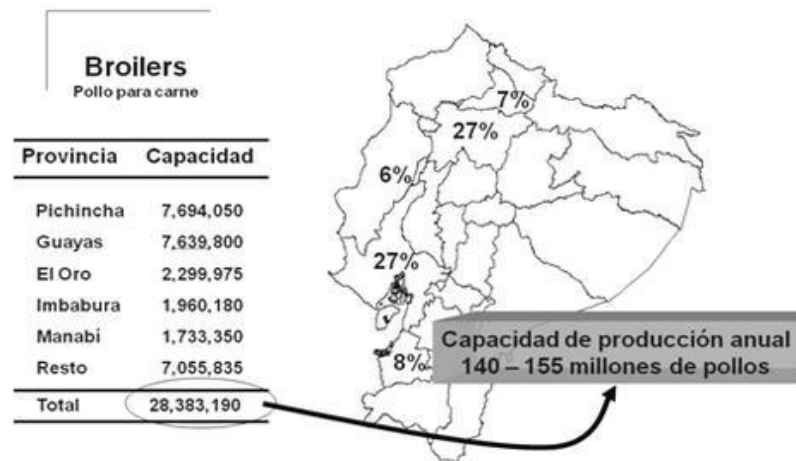
Tenemos como resultado que el precio por pieza entera está entre \$15 a \$20, por media pieza \$7 a \$8, y por libra entre \$3,50 a \$4,50.

1.5.3 Análisis Histórico de la Demanda

Si bien es cierto el consumo de Enrollado de Pollo constituye un plato gourmet para servir a nivel de familia y/o eventos sociales, también es verdad decir que el Enrollado de Pollo constituye una forma de preparación del mismo (carne de pollo), como se puede decir que desde antes la carne de pollo era utilizada en diferentes formas de reparación.

De las investigaciones preliminares junto con las investigaciones de campo realizadas no existe información estadística como Enrollado de Pollo, sin embargo, podemos decir que el Ecuador ha incursionado en la producción y comercialización de pollo en pie como faenado. Los

mismos que son y han sido utilizados en sus diferentes formas de preparación y de comercialización (pre-cocido). Por lo cual para la ejecución del presente estudio no existirá dificultad o problema en la adquisición de la carne pollo.



Fuente. CONAVE (2005)

“Según los datos de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (Conave), el sector avícola produce actualmente 108 mil toneladas métricas de huevos y 406 mil toneladas métricas de carne de pollo. Así, el crecimiento que se alcanzó fue del 193% y el 588%, respectivamente, en el lapso comprendido entre 1990 y 2009.”¹⁹

Tabla N° 55 Evolución del consumo *per cápita* de productos avícolas

AÑO	POLLO	FUENTE
2000	16,37	CONAVE
2001	17,02	CONAVE
2004	15,96	FAO
2005	15,93	FAO
2006	23,00	CONAVE
2007	23,00	CONAVE
2008	24,00	El Comercio.com.pe
2009	26,00	Explored

FUENTE: http://www.engormix.com/la_industria_avicola_ecuatoriana_s_articulos_2606_AVG.htm

ELABORADO POR: Nadia González

¹⁹ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-produccion-avicola-alimenta-a-todo-el-ecuador-351678.html>

Realizando un análisis de la tabla anterior, se podría concluir en que la parvada nacional avícola de pollo contempla aproximadamente 20 millones de pollo de carne.

1.5.4 Demanda Actual del Producto y/o Servicio

a. Interna

Empresas:

La demanda actual del Enrollado de Pollo por parte de las 32 empresas ubicadas en el Valle de los Chillos (Sangolquí, San Rafael, Conocoto, La Merced). Para este análisis tomamos a la pregunta 15 que hace referencia a la frecuencia de compra con que las empresas adquirirían el Enrollado de Pollo, de donde obtuvimos los siguientes resultados:

Tabla N° 56 Demanda de eventos

Frecuencia de Compra	Porcentaje	Operación	Resultado
Semanal	50	$((32*50)/100) * 52$ semanas	832
Ocasiones Especiales	46.88	$((32*46.88)/100) * 20$ eventos fijos al año	300
Quincenal	3.13	$((32*3.13)/100) * 24$ quincenas	24
Total de eventos 2010 en donde se demanda el Enrollado de Pollo			1156

FUENTE: Entrevistas
ELABORADO POR: Nadia González

Con estos resultados tenemos un total de 1156 eventos en donde se demandaría el Enrollado de Pollo, para el menú de estos. Además de

conocer que el número de personas por evento que es de 150 a 300 personas, nos da una idea clara de la demanda del Enrollado de Pollo por empresas. Que se representa en el siguiente cuadro.

Tabla N° 57 Demanda personas por evento

Número de Personas por evento	Total de eventos 2010 en donde se demanda el Enrollado de Pollo	Total de personas por evento
150	1156	173400
300	1156	346800
Promedio de Personas por evento 225	1156	260100

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

El número de personas promedio por los 1156 eventos estimados para el 2010 es de 260.100 personas.

Venta Directa al Consumidor:

La demanda actual del Enrollado de Pollo y del servicio que espera brindar la empresa se calcula a partir de de la PEA del año 2010 que es igual a 64958 personas, realizando el siguiente cálculo:

$$64958 \text{ (PEA)} * 97,26\% \text{ (respuesta "sí" de la pregunta \# 12)} = 63178 \text{ personas}$$

Tomamos a la pregunta de 12 que hace referencia a la aceptación de la existencia de una empresa Productora y Comercializadora de Enrollado de Pollo en el Valle de los Chillos, el porcentaje del 97,26%

que es el porcentaje de aceptación. Dándonos como resultado al multiplicar este con el valor de la PEA, la demanda de este año.

Con este resultado analizamos junto con la pregunta # 16 que nos indica la frecuencia de compra en la que las personas adquirirían el producto, y tomando en cuenta que el número promedio de personas por hogar que es 3,9 según el SIISE 2008, y con las encuestas realizadas el promedio de ocasiones especiales por hogar esta en un promedio de 15 eventos por persona al año, nos dan los siguientes resultados.

Tabla N° 58 Demanda del 2010 (venta directa consumidor final)

DEMANDA DEL 2010			
Frecuencia de Compra	Porcentaje	Operación	Resultado
Quincenal	45	$((63178*45)/100)$	28430
Semanal	44	$((63178*44)/100)$	27798
Ocasiones Especiales	7	$((63178*7)/100)$	4422
Mensual	4	$((63178*4)/100)$	2527
Total demanda 2010			63178

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

Tenemos una demanda de para el 2010 de 63178 personas que adquirirían el Enrollado de Pollo ya sea de manera quincenal, semanal, mensual o en ocasiones especiales (cumpleaños, día de la madre, día del padre, fiestas de Quito, fiestas de Sangolquí, navidad, fin de año, etc.)

1.5.5 Proyección de la Demanda

Empresas:

Con los datos obtenidos podemos realizamos la proyección al 2015 del total de personas por evento, con las tasas de crecimiento del 3.2% y del 2.7% que son los datos dados por el INEC.

Tabla N° 59 Demanda proyectada (empresas)

Años		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
Tasas de Crecimiento en %				3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7
Número de Personas por Evento	150	173400	178949	178082	184675	182890	190585	187828	196683	192899	202977	198108	
	300	346800	357898	356164	369350	365780	381170	375656	393367	385799	405955	396215	
PROMEDIO DE PERSONAS POR EVENTO	225	260100	268423	267123	277013	274335	285877	281742	295025	289349	304466	297162	

FUENTE: Encuestas, INEC
ELABORADO POR: Nadia González

Con estos resultados tenemos la proyección del número de personas por evento tomando como base el número de eventos calculados para el 2010 que constan en el Cuadro N°55 y las personas por eventos en un promedio de 225, tenemos los resultados de la proyección de la demanda hasta el año 2015.

Con todos estos datos tenemos el cálculo estimado de personas por evento de las empresas en el Valle de los Chillos ya sean esta: Hosterías, Empresas de Catering, Empresas Organizadoras de Eventos Sociales.

Venta Directa al Consumidor:

Tenemos una proyección de la población que está dentro del segmento de mercado tomamos como base al 2010 y realizamos la proyección al 2015, tomando en cuenta las tasas de crecimiento del INEC de 3.2% para (Conocoto, La Merced) y 2.7% (Sangolquí, San Rafael).

Tabla N° 60 Demanda proyectada (venta directa al consumidor)

AÑOS	DEMANDA
2010	63178
2011	64656
2012	66133
2013	67610
2014	69087
2015	70564

FUENTE: INEC, ENCUESTAS
ELABORADO POR: Nadia González

Al 2010 tenemos una PEA de 64958 personas donde se considera la pregunta 12, donde la aceptación de esta empresa en el sector está en el orden de 97,26%, cuyo resultado al 2010 es de 63178.

1.6 Análisis de la Oferta

“La oferta se define como el número de unidades de un determinado grupo de productores que están dispuestos a vender un producto o servicio a un determinado precio.”²⁰

²⁰ SAPAG Chain Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw-Hill; Quita Edición; 2007; pág. 45.

1.6.1 Clasificación

La oferta se clasifica de la siguiente manera:

“Oferta Monopólica

Se encuentra dominada por un sólo productor o prestador del bien o servicio, que impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor o prestador único. Si el productor o prestador del servicio domina o posee más del 90% del mercado siempre determina el precio.

Oferta Oligopólica

Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad. Intentar la penetración en este tipo de mercados es no sólo riesgoso, sino en ocasiones muy complicado.

Oferta Competitiva

Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Ningún productor o prestador del servicio domina el mercado.²¹

Competencia Imperfecta

“Es una situación del mercado en la que los vendedores o empresas que compiten en él, tienen cierto control sobre el precio debido a que ofertan productos diferenciados y/o limitan el suministro. En este tipo de mercado existe información incompleta del mercado y comportamiento emocional de compra.”²²

ANÁLISIS:

Tomando en cuenta que hay un productor y comercializador del Enrollado de Pollo ahumado en el Sector de Valle de los Chillos, si bien es cierto este no es exactamente igual al Enrollado al Horno que se presenta en este proyecto, es similar por lo que se convierte en la competencia directa a nuestra empresa. Se considera una Competencia Imperfecta, dado que es un producto nuevo, la empresa

²¹ <http://www.eumed.net/libros/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>

²² <http://www.promonegocios.net/mercado/competencia-imperfecta.html>

presenta una tendencia de monopolio, ya que es el único Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos.

1.6.2 Factores que Afectan a la Oferta

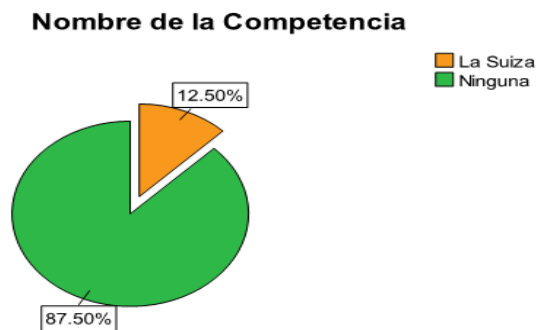
Al igual que en la Demanda, en la Oferta tenemos factores relevantes que afectan el comportamiento de esta. Y Tomando en cuenta que el segmento meta se divide en dos: Empresas (80%), Venta directa al consumidor (20%). Tenemos los siguientes:

a. Número y Capacidad de Producción de los Competidores

Empresas:

Tomando en cuenta los resultados de las entrevistas realizadas, haciendo referencia a la pregunta 5 se obtuvieron los siguientes resultados.

GRAFICO N° 48 Competencia



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

Con estos tenemos que la competencia directa para la empresa es La Suiza, ya que de las 32 encuestas entrevistadas 4 adquieren el producto en esta empresa.

Venta Directa al Consumidor:

Basándonos en las encuestas realizadas obtuvimos como resultados que la competencia directa para la empresa es La Suiza esto haciendo referencia a la pregunta N°6.

Tabla N° 61 Competencia

Nombre de la Competencia				
Validación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
La Suiza	4	5.5	5.5	5.5
Ninguna	69	94.5	94.5	100.0
Total	73	100.0	100.0	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

Capacidad de Producción:

En cuanto a la capacidad de producción, según el análisis a los resultados de las entrevistas, tomando como referencia a las preguntas N°8 y 10 que hacen referencia a la adquisición y a la frecuencia de compra por parte de las empresas, junto con la cantidad. Además de la adquisición y la frecuencia de compra por parte del consumidor final, tenemos una producción aproximada de:

Tabla N° 62

La Adquisición del Enrollado * Frecuencia de Compra a la competencia Crosstabulation				
		Frecuencia de Compra a la competencia		Total
		Semanal	Menús Especiales	
La Adquisición del Enrollado	Piezas Enteras	0	1	1
	Rodajas(libras)	1	2	3
Total		1	3	4

FUENTE: Entrevistas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 49

Bar Chart

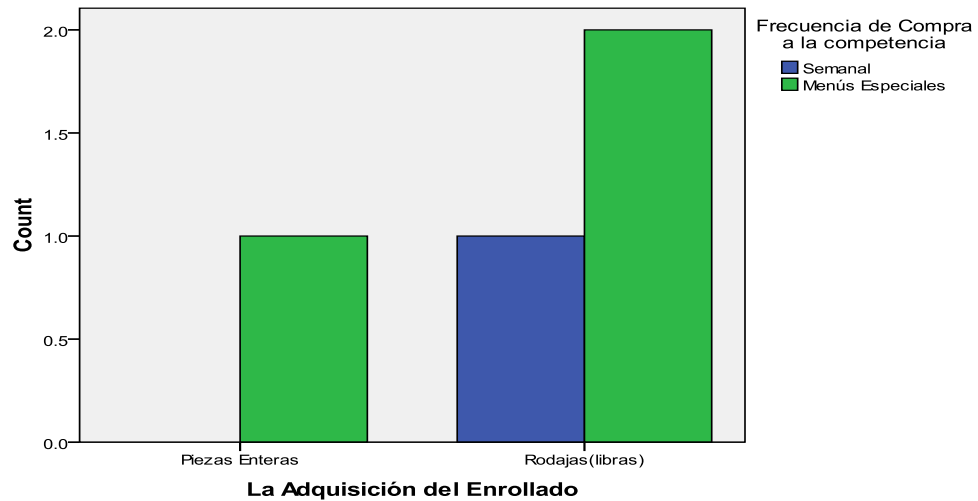


Tabla N° 63

Frecuencia de Compra a la competencia * La cantidad de compra hacia la competencia Crosstabulation					
		La cantidad de compra hacia la competencia			Total
		10.00	80.00	100.00	
Frecuencia de Compra a la competencia	Semanal	0	0	1	1
	Menús Especiales	1	1	1	3
Total		1	1	2	4

FUENTE: Entrevistas

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 64

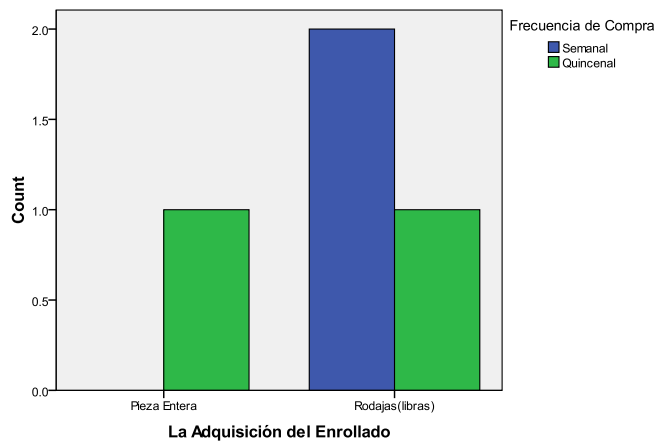
La Adquisición del Enrollado * Frecuencia de Compra Crosstabulation				
		Frecuencia de Compra		Total
		Semanal	Quincenal	
La Adquisición del Enrollado	Pieza Entera	0	1	1
	Rodajas(libras)	2	1	3
Total		2	2	4

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 50

Bar Chart



Se realiza las siguientes operaciones:

$$\textit{Producción} = (100 \textit{ rodajas} * 52 \textit{ semanas})$$

$$\textit{Producción} = 5200 \textit{ rodajas}$$

$$\textit{Producción} = 80 \textit{ rodajas} * 20 \textit{ eventos fijos al año}$$

$$\textit{Producción} = 1600 \textit{ rodajas}$$

$$\textit{Producción} = (10 \textit{ piezas} * 20 \textit{ eventos fijos año})$$

$$\textit{Producción} = 200 \textit{ piezas}$$

$$\textit{Producción} = (1 \textit{ pieza entera} * 24 \textit{ quincenas})$$

$$\textit{Producción} = 24 \textit{ piezas}$$

La producción estimada de la competencia es:

$$\textit{Producción} = 224 \textit{ piezas enteras}$$

$$\textit{Producción} = 6800 \textit{ rodajas}$$

Tomando en cuenta que en cada pieza puede tener un aproximado de 20 rodajas tenemos un total de 564 piezas enteras al año aproximadamente tiene de producción La Suiza en el Sector del Valle de los Chillos (Sangolquí, San Rafael, Conocoto, La Merced).

b. Incursión de Nuevos Competidores

Para la incursión de nuevos competidores se tiene que tomar en cuenta: la oferta en la que se haya la empresa así como también las barreras de entrada y salida.

Barreras de Entrada: “La amenaza de los nuevos entrantes depende de las barreras de entrada existentes en el sector. Estas barreras suponen un grado de dificultad para la empresa que quiere acceder a un determinado sector. Cuanto más elevadas son las barreras de entrada, mayor dificultad tiene el acceso al sector.

Barreras de Salida: Las barreras de salida son factores económicos estratégicos y emocionales que hacen que las empresas sigan en un determinado sector industrial, aun obteniendo bajos beneficios e incluso dando pérdidas.”²³

La empresa a pesar de estar inclinada hacia una oferta en monopolio, los precios, servicio y calidad dependen de los ofertantes por ello el ingreso y salida de nuevos competidores es muy accesible, al no tener barreras de entrada y de salida.

c. Capacidad de Inversión Fija

Una vez analizado que no hay barreras de entrada ni de salida, podemos deducir que la inversión es accesible, ya que se va a incursionar en el sector con una pequeña empresa, y no se requiere de la construcción de una planta de producción por los grandes costos de esta, por lo que se busca arrendar un local en la ciudad de Sangolquí, tanto para la producción y comercialización. Tenemos una inversión estimada de \$25000 dólares, para la ejecución del presente proyecto.

d. Precios de los Productos o Servicios Relacionados

²³ <http://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm>

Los precios de la competencia tanto para las empresas como para la venta directa al consumidor son:

Tabla N° 65 Precios Actuales de La Suiza

Enrollado de Pollo de La Suiza	
Kilo	\$13.40
Pieza Entera (1.5 Kilogramos)	\$15
Rodaja de 100gr	\$1.34

FUENTE: La Suiza de San Rafael

ELABORADO POR: Nadia González

1.6.3 Comportamiento Histórico de la Oferta



"La Suiza es un fábrica de productos cárnicos y pastelería que nació hace 18 años, cuando se asociaron un suizo y un uruguayo, "Al principio, la idea era abrir una fábrica pequeña y trabajar por unos años para ganar algo de dinero, pero mi socio y yo nos acopiamos muy bien en el trabajo, y el negocio empezó a crecer rápidamente" afirma Héctor de Los Santos.

Al inicio fabricaron productos de consumo popular como salchicha, mortadela, chorizo; luego introdujeron mayor variedad. En dos años el primer local se quedó pequeño, así pues en 1994 iniciaron la construcción

de la fábrica nueva a la que se mudaron doce meses después y a la que equiparon con maquinarias más modernas importadas desde Europa, con las que empezaron a fabricar productos especiales, como jamón, tocino, salami, etc..

En 1995 empezaron a atender a hoteles, pizzerías, restaurantes; más tarde la demanda de la numerosa clientela particular hizo que nos decidamos a construir el primer delicatessen en 1997, en Carcelén. Al año siguiente comenzaron a trabajar en la panadería y pastelería, con idéntico éxito al de los cárnicos. Nuevamente la demanda y el crecimiento de la empresa, originó en el año 2002, la construcción del nuevo delicatessen, con panadería, pastelería, y restaurante cafetería.

Paúl Benz concluye: "seguimos desarrollando productos nuevos, que junto a la buena atención al cliente y la muy amplia y diversa gama de productos, han sido las claves de nuestro éxito".

EMBUTIDOS Y CARNES

La filosofía de La Suiza es interpretar lo que el público necesita, sacar siempre productos nuevos, que puedan ser guardados en refrigerador durante la semana y prepararlos en corto tiempo, de ofrecer cosas listas, ayudar al anfitrión a quedar bien con sus invitados. Para complementar el servicio al público, hace 5 años la empresa amplió su oferta con la panadería pastelería y confitería," nuestro objetivo es que el cliente encuentre en un solo lugar todo lo que necesita". Le damos un servicio muy bueno a la ama de casa.

Tenemos más de 500 productos de elaboración propia a excepción del vino, el queso, y la leche".

"La Suiza no es solo un lugar para ir a comprar" dice Paúl Benz, parte del servicio es hacer que las compras se conviertan en una experiencia agradable, una tarea que se disfruta; lo logramos gracias a la pulcritud de los locales, la amplia oferta de productos y el especial cuidado en la atención al cliente"²⁴

1.6.4 Oferta Actual

En el Valle de los Chilllos (Sangolquí, San Rafael, Conocoto, La Merced), existe un solo ofertante del Enrollado de Pollo que es La Suiza que ofrece un Enrollado de Pollo ahumado. Según las entrevistas y las encuestas realizadas tenemos la siguiente información:

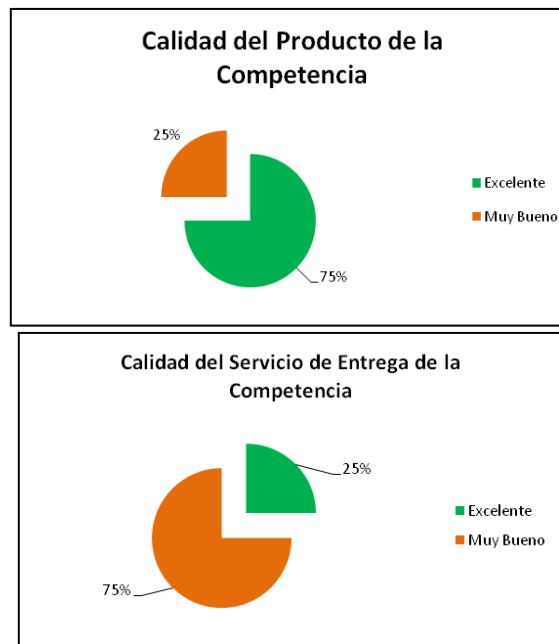
Empresas:

De las empresas entrevistadas que adquieren el producto de la competencia, haciendo referencia a las preguntas 6 y 7

²⁴ www.lasuiza.net

respectivamente se determina que la calidad del producto y el servicio que ofrece esta empresa es:

GRAFICO N° 51



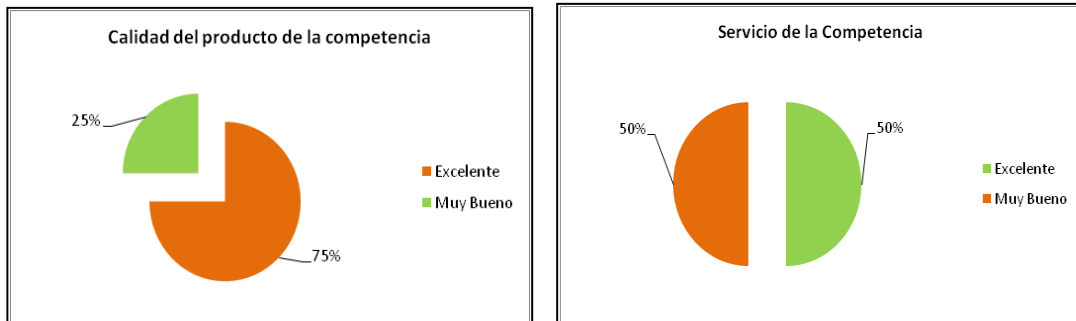
FUENTE: Entrevistas
ELABORADO POR: Nadia González

La calidad del producto es calificada con el 75% mientras que el servicio con el 25% como excelente.

Venta Directa al Consumidor:

Para este análisis se toman como referencia a las preguntas 7 y 8, en donde se refleja la calificación por parte de los consumidores finales hacia el producto y el servicio de la competencia.

GRAFICO N° 52



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

Para los encuestados el producto de la competencia es en un 75% excelente y el servicio en un 50% alcanza esta calificación.

CÁLCULO DE LA OFERTA

Tomando como referencia que no existe información estadística en todo lo que se relaciona con la Producción y Comercialización de Enrollados de Pollo, a pesar de esto a partir de la investigación de mercado por medio de las entrevistas y encuestas se puede llegar a determinar la oferta de la siguiente manera tanto para las empresas como para la venta directa al consumidor.

Empresas:

Tomando como base a la pregunta N°10 que hace referencia a la frecuencia de compra por parte de las 4 empresas que adquieren el Enrollado de Pollo de la Competencia.

Tabla N° 66 Eventos que abarca la oferta

Frecuencia de Compra	Porcentaje	Operación	Resultado
Semanal	25	$((4*25)/100) * 52$ semanas	52
Menús Especiales	75	$((4*75)/100) * 20$ eventos fijos al Año	60
Total de eventos 2010 en donde se oferta el Enrollado de Pollo			112

FUENTE: Entrevistas
ELABORADO POR: Nadia González

112 es el número de eventos para el 2010 que la competencia abastece en el Sector por parte de estas 4 empresas entre Hosterías, Empresas de Organización de Eventos y de Catering.

Además de las entrevistas realizadas se conoce que el número de personas por evento que es de 150 a 300 personas, lo cual nos da una idea clara de las personas atendidas por la competencia por parte de estas 4 empresas. Que se representa en el siguiente cuadro.

Tabla N° 67 Número de Personas que Abarca la Oferta por Eventos

Número de Personas por evento	Total de eventos 2010 en donde se oferta el Enrollado de Pollo	Total de personas por evento
150	112	16800
300	112	33600
Promedio de Personas por Evento 225	112	25200

FUENTE: Entrevistas
ELABORADO POR: Nadia González

Tenemos como resultado que la competencia abarca un promedio de 25.200 personas con un total de 112 eventos.

Venta Directa al Consumidor:

Para este cálculo se tomará a la pregunta N°6 que se refiere al nombre de la empresa en donde adquieren el producto en este caso La Suiza que es el 5.48%, esto multiplicando por la PEA del año 2010 que es igual a 64958 personas, realizando el siguiente cálculo:

$$64958 \text{ (PEA)} * 5,48\% \text{ (respuesta la Suiza de la pregunta \# 6)} \\ = 3560 \text{ personas}$$

Tenemos como resultado que la competencia abarca un mercado aproximado de 3560 personas en el sector, y tomando en cuenta con la pregunta N°10 que nos da a conocer la frecuencia de compra de las personas que adquieren el producto de la competencia.

Tabla N° 68

OFERTA DEL 2010			
Frecuencia de Compra	Porcentaje	Operación	Resultado
Quincenal	50	$((3560*50)/100)$	1780
Semanal	50	$((3560*50)/100)$	1780
Total demanda 2010			3560

FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Nadia González

Para el 2010 de 3560 personas adquirirían el Enrollado de Pollo de la competencia ya sea de manera quincenal y semanal.

1.6.5 Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta de igual manera tomamos a empresas y la venta directa al consumidor.

Empresas

Si bien es cierto el producto que se pretende comercializar que es el Enrollado de Pollo Tradicional al Horno, también es verdad que en la investigación de mercado no existe una empresa en el Valle de los Chillos (Sangolquí, San Rafael, Conocoto, La Merced), que elabore y comercialice este producto, lo que quiere decir que no existe una oferta de este producto, sin embargo, con el fin de demostrar la bondad de este estudio se le considera a la empresa La Suiza que produce y comercializa el Enrollado de Pollo Ahumado (producto similar).

Con los datos obtenidos podemos realizamos la proyección al 2015 del total de personas por evento, con las tasas de crecimiento del 3.2% y del 2.7% que son los datos dados por el INEC. Además tomamos en cuenta el número total de eventos que abarca la competencia que consta en el Cuadro N°66.

Tabla N° 69 Oferta proyectada (empresas)

Años		2010	2011		2012		2013		2014		2015	
Tasas de Crecimiento en %			3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7
Número de Personas por	150	16800	17338	17254	17892	17719	18465	18198	19056	18689	19666	19194
Evento	300	33600	34675	34507	35785	35439	36930	36396	38112	37378	39331	38388
PROMEDIO DE PERSONAS POR EVENTO	225	25200	26006	25880	26839	26579	27697	27297	28584	28034	29498	28791

FUENTE: Entrevistas, INEC

ELABORADO POR: Nadia González

Con estos resultados tenemos el número de personas por eventos proyectados hasta 2015, que abarca la competencia dentro de las empresas entrevistadas.

Venta Directa al Consumidor:

Al 2010 tenemos una PEA de 64958 personas donde se considera la pregunta 6, donde la adquisición del producto hacia la competencia está en el orden de 5,48%, cuyo resultado al 2010 es de 3560 personas.

También se toma como referencia a las tasas crecimiento del INEC, que en el caso de Sangolquí y San Rafael es de 2.7%, mientras que para Conocoto y La Merced es de 3.2%.

Tabla N° 70 Oferta proyectada (venta directa al consumidor)

AÑOS	OFERTA
2010	3560
2011	3643
2012	3726
2013	3809
2014	3893
2015	3976

FUENTE: Entrevistas, INEC

ELABORADO POR: Nadia González

Tenemos una proyección hasta el 2015 del número de personas que adquieren el Enrollado de Pollo de la competencia.

1.7 Determinación de la Demanda Insatisfecha

“Este análisis permite establecer el balance entre la oferta y la demanda potenciales, determinando la brecha existente, la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar la capacidad de producción de la empresa”²⁵

El principal objetivo de este análisis determinar la capacidad de producción La Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo, en el Valle de los Chillos. Tomando en cuenta a las empresas y al consumidor final.

²⁵ MENESES Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos.

Empresas

Tabla N° 71 Demanda insatisfecha de eventos al 2010

DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1156	112	1044

FUENTE: Entrevistas

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 72 Demanda insatisfecha de personas por eventos

Años		2010	2011	2012	2013	2014	2015						
Tasas de Crecimiento en %			3.2	2.7	3.2	2.7	3.2						
Número de Personas por Evento	150	156600	161611	160828	166783	165171	172120	169630	177628	174210	183312	178914	
	300	313200	323222	321656	333566	330341	344240	339260	355255	348420	366623	357828	
PROMEDIO DE PERSONAS POR EVENTO		225	234900	242417	241242	250174	247756	258180	254445	266441	261315	274968	268371

FUENTE: Entrevistas

ELABORADO POR: Nadia González

Para iniciar la ejecución del presente proyecto, se considera iniciar en el 2010 con el 6,86% de la demanda insatisfecha de personas del total de eventos.

Venta Directa al Consumidor

Tabla N° 73 Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	63178	3560	59618
2011	64656	3643	61013
2012	66133	3726	62407
2013	67610	3809	63801
2014	69087	3893	65195
2015	70564	3976	66589

FUENTE: Encuestas, INEC
ELABORADO POR: Nadia González

De igual manera para la venta directa se pretende iniciar al 2011 con el 6,88% de la demanda insatisfecha.

1.8 Análisis de Precios en el Mercado del Producto y Servicio.

“el establecimiento del precio es de suma importancia, debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las principales variables de decisión. en muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio.

es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras.

1.- una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción.

2.- ingresar con un precio bajo en comparación con la competencia.

3.- entrar con un precio cercano al de la competencia.

para obtener entonces un precio final, deben analizarse: las ventajas y desventajas de cualquiera de las tres opciones, cubrir en todos los casos los costos en los que incurre la empresa y los márgenes de ganancia que esperan percibir los diferentes elementos del canal de distribución.

el precio de un producto o servicio es una variable, ya que va relacionada con los otros tres elementos de la mezcla de mercadotecnia: plaza, publicidad y producto.”²⁶

²⁶ http://www.trabajo.com.mx/analisis_e_investigacion_de_mercado.htm

Para en análisis de precios en el mercado, se tomará en cuenta que la competencia directa es La Suiza. Analizando los siguientes puntos importantes:

1.8.1 Precios Históricos y Actuales

Tabla N° 74 Precios Actuales de La Suiza

Enrollado de Pollo de La Suiza	
Kilo	\$13.40
Pieza Entera (1.5 Kilogramos)	\$15
Rodaja de 100gr	\$1.34

FUENTE: La Suiza de San Rafael

ELABORADO POR: Nadia González

Tomando en cuenta que no hay oferta de Enrollados de Pollo al horno, solo del Enrollado de Pollo ahumado que ofrece La Suiza. Además tomando en cuenta la falta de datos históricos de este en mercado, para el análisis se tomará en cuenta los precios actuales del Enrollado de la Suiza.

1.8.2 Márgenes de Precios: Estacionalidad, Volumen, Forma de Pago, etc.

Estacionalidad:

El *Enrollado de Pollo* es un producto alimenticio que se puede adquirir durante todo el año sin esperar que sea una fecha especial. Sin embargo; en estas fechas conmemorativas como: día de la madre, día del padre, cumpleaños, santos, bautizos, primeras comuniones,

navidad, fin de año, reuniones familiares, etc., la demanda del *Enrollado* tiende a aumentar de manera considerable, ya que en este tipo de eventos se elaboran menús especiales, en donde el *Enrollado* es el principal ingrediente.

Volumen

El volumen del producto en el mercado conforma una parte fundamental ya que si existe más volumen y variedad del producto el precio de este puede bajar. Es importante tomar en cuenta: calidad, presentación, combinación de ingredientes, gustos y sobre todo las preferencias del consumidor siendo estos los principales elementos que se toma en cuenta al momento de adquirir el *Enrollado de Pollo*.

Forma de Pago:

Existen varias formas de pago: pago en efectivo, tarjetas de crédito o crédito personal, se puede trabajar en cada una de estas de acuerdo al segmento donde estará destinado el producto. Por ejemplo al realizarse una venta a las empresas el pago será la mitad al realizar el pedido dependiendo de la cantidad, y la otra mitad al realizar la entrega del producto. Sin embargo; pueden haber casos especiales, en donde se opte por el efectivo, tarjeta de crédito, o en el último de los casos se podría utilizar un crédito personal. En la venta directa al consumidor, la venta será en efectivo, con tarjeta de crédito.

CAPÍTULO 2

ESTUDIO TÉCNICO

2.1 Tamaño del Proyecto

“La importancia de definir el tamaño de la empresa radica principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación”²⁷

2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto

“La determinación de lo que podría considerarse el tamaño óptimo de la inversión responde a un análisis interrelacionado de una serie de variables, entre las cuales se destacan: la demanda, la capacidad financiera del inversionista, la disponibilidad de insumos, entre otros”²⁸

2.1.1.1 El Mercado

“Este análisis permite establecer el balance entre la oferta y la demanda potenciales, determinando la brecha existente, la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar la dimensión de la nueva planta”²⁹

El estudio de mercado llegó a determinar la viabilidad del presente proyecto, vemos la necesidad de la creación de una Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo al horno con un servicio de calidad y producto diferenciado, por tanto se pretende iniciar con:

El 6,86% de la demanda insatisfecha en lo que tiene que ver con las empresas, lo que quiere decir que se ajusta a la capacidad de esta empresa con la producción de 32 enrollados a la semana en el año 2010.

²⁷ SAPAG Chain Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw-Hill; Quita Edición; 2007;

²⁸ SAPAG Chain Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw-Hill; Quita Edición; 2007

²⁹ Preparación y Evaluación de Proyectos, Econ. Edilberto Meneses

Tabla N° 75 Demanda insatisfecha de personas por eventos

Años	2010	2011	2012	2013	2014	2015						
Tasas de Crecimiento en %		3.2	2.7	3.2	2.7	3.2						
Número de Personas por Evento	150	156600	161611	160828	166783	165171	172120	169630	177628	174210	183312	178914
	300	313200	323222	321656	333566	330341	344240	339260	355255	348420	366623	357828
PROMEDIO DE PERSONAS POR EVENTO	225	234900	242417	241242	250174	247756	258180	254445	266441	261315	274968	268371

FUENTE: Entrevistas

ELABORADO POR: Nadia González

Y con el 6,88% de la demanda insatisfecha de la venta directa al consumidor, que son 28 enrollados a la semana en el año 2010.

Tabla N° 76 Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	63178	3560	59618
2011	64656	3643	61013
2012	66133	3726	62407
2013	67610	3809	63801
2014	69087	3893	65195
2015	70564	3976	66589

FUENTE: Encuestas, INEC

ELABORADO POR: Nadia González

Dándonos como resultado la producción semanal de la empresa que será para iniciar con 60 Enrollados a la semana.

Tabla N° 77 Producción de enrollados de pollo a la semana para el 2010

Segmentación	Porcentaje de Demanda Insatisfecha	N° de Enrollados
80% Empresas	6.86	32
20% Venta Directa al Consumidor	6.88	28
TOTAL	13.75	60

FUENTE: Encuestas, Entrevistas, INEC

ELABORADO POR: Nadia González

2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

“Los recursos financieros, es el dinero que utiliza la empresa para llevar a cabo sus operaciones. Son los recursos que utilizan para financiar las actividades empresariales, además de los recursos financieros la empresa cuenta con otros elementos como los recursos materiales, recursos tecnológicos, recursos humanos o capital humano, e información...”³⁰

Para la creación de la Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos, el capital que se utilizará es: el 40% de recursos propios, el 60% con recursos obtenidos por un préstamo en una institución financiera local. Se analizará tanto las entidades bancarias públicas y privadas para la obtención del crédito, en donde se escogerá la más conveniente para la creación de la empresa, tomando en cuenta: tasas de interés, facilidad de obtención del crédito. Para esto se analizará el siguiente cuadro en donde se muestra estas características.

³⁰ <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080821121005AAEEbMy>

Tabla N° 78

INSTITUCIÓN FINANCIERA	MONTO	TASA DE INTERÉS	PLAZO	DESTINO DEL CRÉDITO	GARANTÍA REQUERIDA
Banco Pro-Credit	De \$3.001 - \$10000	28.68% anual Microempresa con o sin hipoteca	10 años	Activos fijos	Negocio por periodo mínimo de 1 año
	Mayor a \$10.000	22.6% anual Microempresa con o sin hipoteca	10 años		
Banco Nacional de Fomento	Hasta \$7.000	11% anual sector de producción	5 años	Activos fijos	Quirografarias personal
		15% anual sector comercio y servicio			
Corporación Financiera Nacional	Hasta el 70% proyectos nuevos desde \$10.000	10.50%	5 años	Activos fijos	La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes
		11%	10 años		

FUENTE: Investigación de campo.

ELABORADO POR: Nadia González

Analizando el cuadro, se ha escogido la opción de realizar el crédito con la Corporación Financiera Nacional, al brindar la más baja tasa de interés, para de esta manera iniciar lo más pronto posible las actividades de la empresa.

2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra

La empresa al pretender introducir al mercado un producto y servicio nuevos diferenciados, será de primordial importancia contar con personal capacitado, para las diferentes actividades que se desempeñarán en la empresa. Además vale la pena recalcar que el personal será constantemente capacitado en las diferentes áreas como: atención al cliente, manejo de alimentos, salubridad e higiene, entre otras, es decir que se contratará a personal capacitado del sector, aportando de esta manera al desarrollo del Valle de los Chillos.

Todos nuestros trabajadores estarán sujetos a los sueldos y beneficios sociales de acuerdo a la Ley. Para analizar la disponibilidad de Recurso Humano en el Valle de los Chillos, nos

basamos en Centros de capacitación SECAP para el área operativa y la bolsa de empleo de la ESPE para el área Administrativa.

Tabla N° 79 Clasificación de disponibilidad de recurso humano

Área Operativa SECAP	Área Administrativa BOLSA DE EMPLEO ESPE
<ul style="list-style-type: none"> • Ayudantes de Cocina • Manejo de Alimento • Utileros 	<ul style="list-style-type: none"> • Puestos Administrativos • Contadores • Entre otros

ELABORADO POR: Nadia González

2.1.1.4 Economías de Escala

“La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor costo, es decir, a medida que la producción en una empresa crece, sus costos por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad”³¹.

En el caso de la Empresa Productora y Comercializadora de Pollo, ya que se optimizarán los recursos, y al optimizar el uso de la maquinaria para producir la mayor cantidad de Enrollados, de esta manera se optimizan recursos.

2.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología

“Se define como Maquinarias y Equipos a todos los elementos que se utilizan para la preparación de un producto directa o indirectamente. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final”³²

El mercado de Maquinarias y equipos para cocina es amplio en nuestro mercado, existen varios proveedores de maquinarias en nuestro caso de hornos industriales, se ha escogido a dos empresas

³¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_escal

³² <http://www.scribd.com/doc/14998597/Concepto-y-definicion-de-maquinaria>

nacionales y de excelente calidad las mismas que se resumen en el siguiente cuadro.

Tabla N° 80 Disponibilidad de tecnología

Producto	Proveedor	Disponibilidad del Producto en el Sector	Calidad
Horno	Ochoa Hermanos	Si, existe en el Sector	Excelente
	Cold-Metal Dura Frio	Si, existe en el Sector	Excelente
Refrigerador Panorámico	Ochoa Hermanos	Si, existe en el Sector	Excelente
	Cold-Metal Dura Frio	Si, existe en el Sector	Excelente
Congelador	Ochoa Hermanos	Si, existe en el Sector	Excelente
	Cold-Metal Dura Frio	Si, existe en el Sector	Excelente
Cortadora - Rebanadora	Ochoa Hermanos	Si, existe en el Sector	Excelente
	Cold-Metal Dura Frio	Si, existe en el Sector	Excelente
Molino de Carne	Ochoa Hermanos	Si, existe en el Sector	Excelente
	Cold-Metal Dura Frio	Si, existe en el Sector	Excelente
Cuchillos	Megamaxi	Si, existe en el Sector	Excelente
	Todo Hogar	Si, existe en el Sector	Excelente
	Sangolquí	Si, existe en el Sector	Muy Buena
Tablas de picar	Megamaxi	Si, existe en el Sector	Excelente
	Todo Hogar	Si, existe en el Sector	Excelente
	Sangolquí	Si, existe en el Sector	Muy Buena
Mesas de Trabajo	Ochoa Hermanos	Si, existe en el Sector	Excelente
	Cold-Metal Dura Frio	Si, existe en el Sector	Excelente
Vasijas	Megamaxi	Si, existe en el Sector	Excelente
	Pica	Si, existe en el Sector	Muy Buena
	Todo Hogar	Si, existe en el Sector	Excelente
Bandeja de Acero	Ochoa Hermanos	Si, existe en el Sector	Excelente
Guantes	Megamaxi	Si, existe en el Sector	Excelente
	Mercado de Sangolquí	Si, existe en el Sector	Muy Buena
Cucharas de Madera	Megamaxi	Si, existe en el Sector	Excelente
	Santa María	Si, existe en el Sector	Excelente
	Mercado de Sangolquí	Si, existe en el Sector	Excelente
Computadora	Megamaxi	Si, existe en el Sector	Excelente

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Nadia González

2.1.1.6 Disponibilidad de Insumos, Materia Prima, Materiales

“Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, la materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto

final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.³³

MATERIA PRIMA:

Tabla N° 81 Disponibilidad de materia prima

Producto	Proveedor	Disponibilidad del Producto en el Sector	Calidad	Observaciones
Pollo Entero	Pronaca	Sí, existe en el Sector	Excelente	Pollo sin menudencia
	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Mercado de Sangolquí	Sí, existe en el Sector	Muy Buena	
Carne de Res	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Mercado de Sangolquí	Sí, existe en el Sector	Muy Buena	
Carne de Cerdo	Pronaca	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Mercado de Sangolquí	Sí, existe en el Sector	Muy Buena	
Embutidos (Jamón, tocino, chorizo ahumado)	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	Secreto del Sabor del Enrollado de Pollo
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Inapesa (Loja)	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Mercado de Sangolquí	Sí, existe en el Sector	Muy Buena	
Vainita, Pimiento	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Mercado de Sangolquí	Sí, existe en el Sector	Muy Buena	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Nadia González

³³ <http://www.scribd.com/doc/14998597/Concepto-y-definicion-de-materia-prima>

MATERIALES E INSUMOS

Tabla N° 82 Disponibilidad de materiales e insumos

Producto	Proveedor	Disponibilidad del Producto en el Sector	Calidad	Observaciones
Piola	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Mercado de Sangolquí	Sí, existe en el Sector	Excelente	
Papel Aluminio	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
Papel adhesivo	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
Aliños (Salmuera)	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	Secreto del Sabor Lojano
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Centro Comercial Loja	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Mercado de Sangolquí	Sí, existe en el Sector	Excelente	
Achiote liquido	Megamaxi	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Magda	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Santa Maria	Sí, existe en el Sector	Excelente	
	Mercado de Sangolquí	Sí, existe en el Sector	Excelente	

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Nadia González

2.1.2 Optimización del Tamaño

El Enrollado de Pollo está conformado por una combinación de carnes, en conjunto con embutidos y vegetales, todo al horno rescatando el sabor tradicional de cocido al horno con sabor lojano. La capacidad máxima de producción inicial dependerá de la capacidad de los hornos que en este caso es de 35 Enrollados de Pollo.

2.1.3 Definición de las Capacidades de Producción

“La capacidad de producción se define como el volumen, o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando”³⁴

³⁴ PRIETO Jorge Elicer, Los proyectos: La razón de ser del presente.

La empresa ofrecerá un producto y servicio de calidad y diferenciado se considera que se arrancará con: el 6,86% en el caso de las empresas y el 6,88% de la venta directa al consumidor de la demanda insatisfecha. La productora elaborará 60 Enrollados de Pollo semanales.

Tabla N° 83 Producción de enrollados de pollo a la semana para el 2010

Segmentación	Porcentaje de Demanda Insatisfecha	N° de Enrollados
80% Empresas	6.86	32
20% Venta Directa al Consumidor	6.88	28
TOTAL	13.75	60

ELABORADO POR: Nadia González

2.2 Localización del Proyecto

“El estudio de localización del proyecto debe definir claramente cuál será el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”³⁵

2.2.1 Macro localización

“Es la definición de la zona, región, provincia o área geográfica en la que se localizará la unidad productiva tratando de reducir al mínimo los costos totales.”³⁶

³⁵ BACA URBINA Gabriel, Evaluación de proyectos

³⁶ CALDA MOLINA Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos.

GRAFICO N° 53



Para la creación de la empresa se consideró varias alternativas de localización dentro de la Provincia de Pichincha donde se eligió a Sangolquí, ya que es el eje del Valle de los Chillos al tener una demanda alta de consumidores, las empresas del sector y la comunidad en general de las demás parroquias elijen a este sector para realizar diferentes compras.

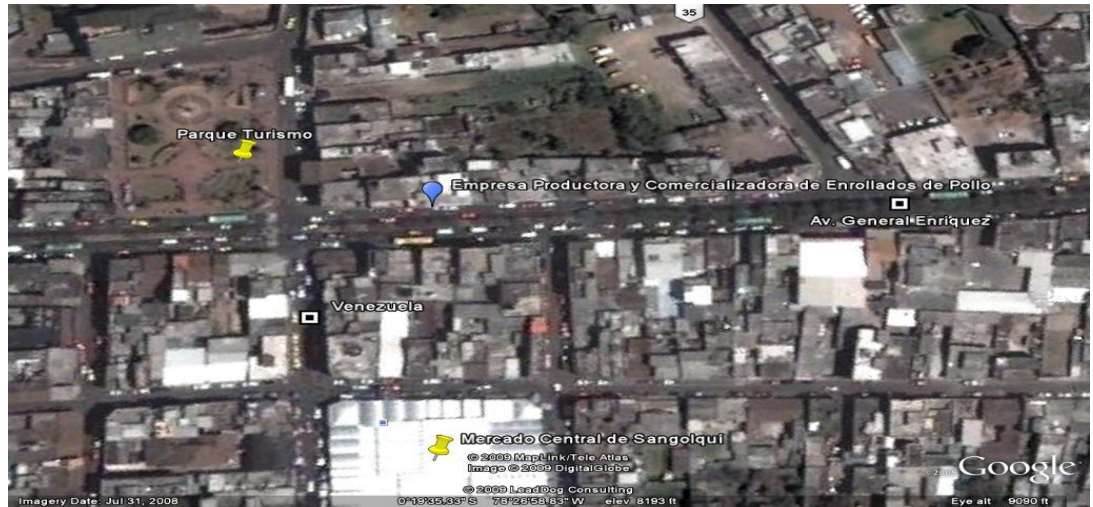
2.2.2 Micro localización

“El emplazamiento (micro localización), en sí consiste en determinar el terreno concreto donde se va a levantar el proyecto y por consiguiente, debe ser más detallada.”³⁷

La Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos estará ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, Parroquia de Sangolquí.

³⁷ ALEGRE F. Jenner, Formulación y Evaluación de proyectos de inversión

GRAFICO N° 54



FUENTE: Google earth.

2.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas

Transporte y Comunicaciones

Las oficinas de la Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo se encontrará ubicada en una zona céntrica y de gran demanda en Sangolquí los principales medios de transporte para llegar a las oficinas son las Cooperativas de Transporte como Marco Polo, Turismo, Condorvall, Los Chillos, entre otras si buscamos una opción más personal, los taxis, las vías son de primer orden y son de las más circuladas en toda la parroquia.

La comunicación está en perfecto orden ya que la telefonía fija, celular, internet, redes de conexión, están permanente activas para todo tipo de operación o actividad en el sector.

Cercanía a las Fuentes de Abastecimiento

Todos los implementos y materiales que necesitemos para la continuidad de la actividad de Producción y Comercialización de Enrollados de Pollo, se encuentran cerca o son accesibles al Sector, hemos escogido proveedores de: Sangolquí, San Rafael, para tener agilidad y puntualidad a los requerimientos de nuestra empresa. Sin embargo, en el caso de los condimentos la fuente de abastecimiento será de la Ciudad de Loja, esto ya que el secreto del Enrollado de Pollo al horno se encuentra la sazón de éste que se basa en los condimentos que se adquieren en la Ciudad de Loja.

Cercanía al Mercado

La empresa se encontrará en la zona más importante de Sangolquí donde se ubica el Mercado Central de Sangolquí, Centro Comercial River Mall, San Luis Shopping, Supermercados Santa María, zonas bancarías, entre otros. Dando como conclusión que la empresa estará cerca del mercado, tanto para las empresas de catering, organización de eventos, hosterías, así como de la población en general.

Factores Ambientales

Las oficinas de la empresa se encontrarán en la ciudad de Sangolquí, la actividad que esta desempeñará, no afectará al medio ambiente del sector ya que se tomará todas las medidas necesarias para esto, como lo es el desecho adecuado de los residuos de la preparación del producto. Todo esto tomando en cuenta las ordenanzas del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui.

Estructura Impositiva

Se acatarán todas las normativas tanto: sanitaria, técnica y comercial, para el funcionamiento de la Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo.

Disponibilidad de Servicios Básicos

De acuerdo a la ubicación de la empresa en la ciudad de Sangolquí, se tendrá acceso a todos los servicios de primera, como es el caso de: cuerpo de bomberos, ambulancias, hospitales, clínicas, Policía Nacional, Empresa Eléctrica, Corporación Nacional de Telecomunicaciones, etc.

Posibilidad de Eliminación de Desechos

La eliminación se la realizará clasificando los desechos de la siguiente manera tachos de basura: verdes para los desechos orgánicos, negros para los desechos inorgánicos. Asegurándonos de esta manera que no se eliminará ningún tipo de desechos grandes por las cañerías, además aportando con los programas de reciclaje del sector. Dando Cumplimiento a las Ordenanzas Municipales y de Salud.

2.2.3 Matriz Locacional

“El diseño de la matriz locacional toma como referencia el Método Cualitativo de evaluación por puntos, que consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignar valores ponderados, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, dependerá del criterio del evaluador”³⁸

³⁸ SAPAG Chain Nassir; SAPAG Chain Reinaldo; “Preparación y Evaluación de Proyectos”; Editorial Mc Graw-Hill; Quita Edición; 2007

En este caso la calificación es de 1 a 10, tomando como 1 al puntaje más bajo ya 10 como el más alto, se evaluará tomando en cuenta a dos alternativas.

Tabla N° 84 Matriz Locacional

Factor	Peso %	Valle de los Chillos		Valle de Tumbaco	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía de Mercado	0.30	9.00	2.70	7.00	2.10
Cercanía de Fuentes Abastecimiento	0.20	8.00	1.60	8.00	1.60
Servicios Básicos	0.15	9.00	1.35	8.00	1.20
Transporte y Comunicación	0.15	9.00	1.35	8.00	1.20
Costo de Arriendo	0.20	9.00	1.80	8.00	1.60
TOTALES	1.00		8.80		7.70

ELABORADO POR: Nadia González

2.2.3.1 Selección de la Alternativa Óptima

Se determinó que al comparar la localización de la empresa entre el Valle de los Chillos con el Valle de Tumbaco, se ratifica que la mejor opción para la localización de la empresa es el Valle de los Chillos al obtener una puntuación de 8.80 contra el 7.70 del Valle de Tumbaco.

2.2.3.2 Plano de la Micro Localización

La empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo se localizará en la ciudad de Sangolquí en la Av. General Enríquez. Lo cual se visualiza a continuación.

GRAFICO N° 55



ELABORADO POR: Nadia González

2.3 Ingeniería del Proyecto

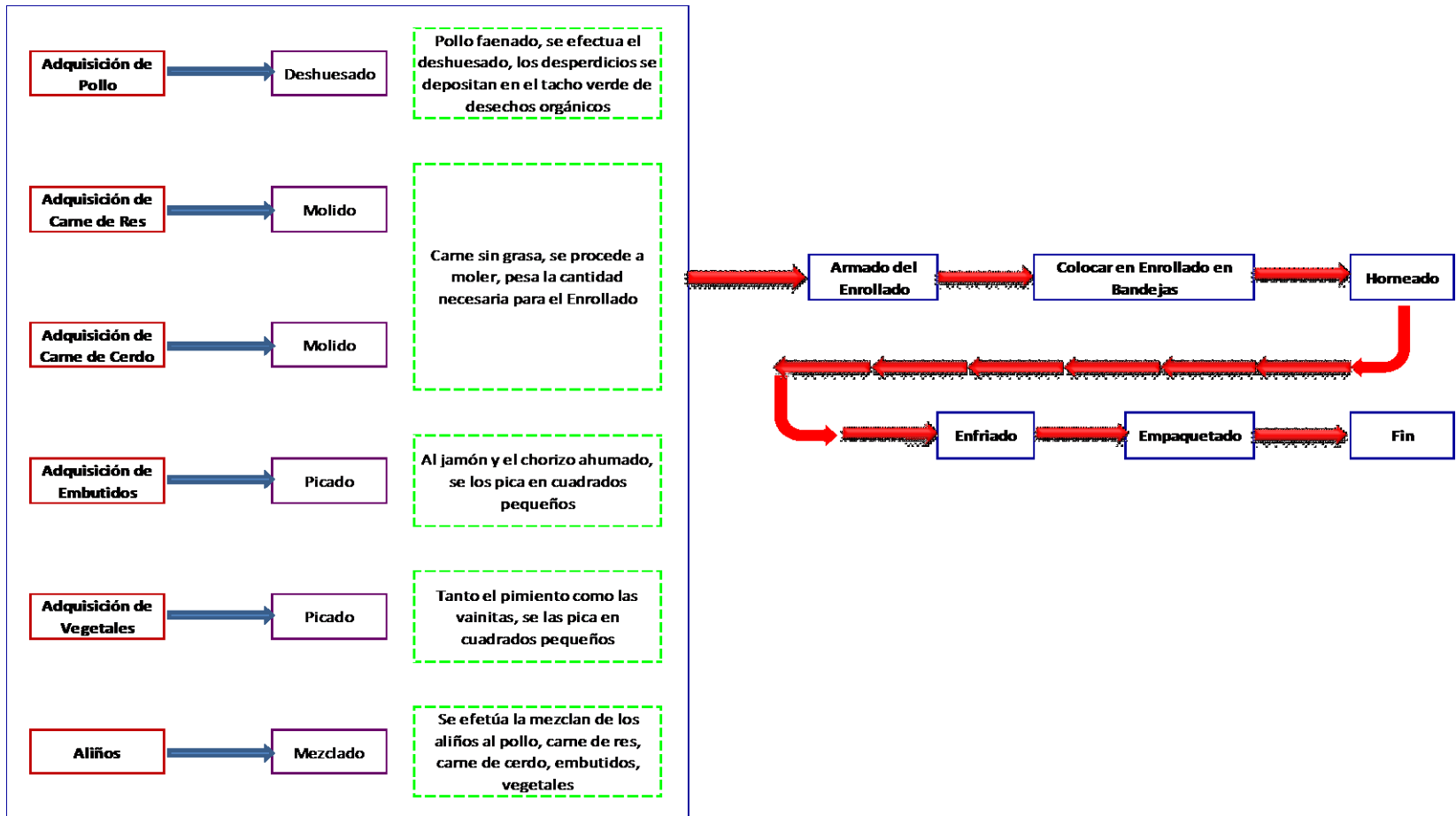
“Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio”³⁹

2.3.1 Proceso de Producción y/o Servicio

En el cuadro se representa el proceso de producción del Enrollado de Pollo, tanto para las empresas como para la venta directa al consumidor final.

³⁹ Fuente: <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/inversion/CAPÍTULO4.htm>

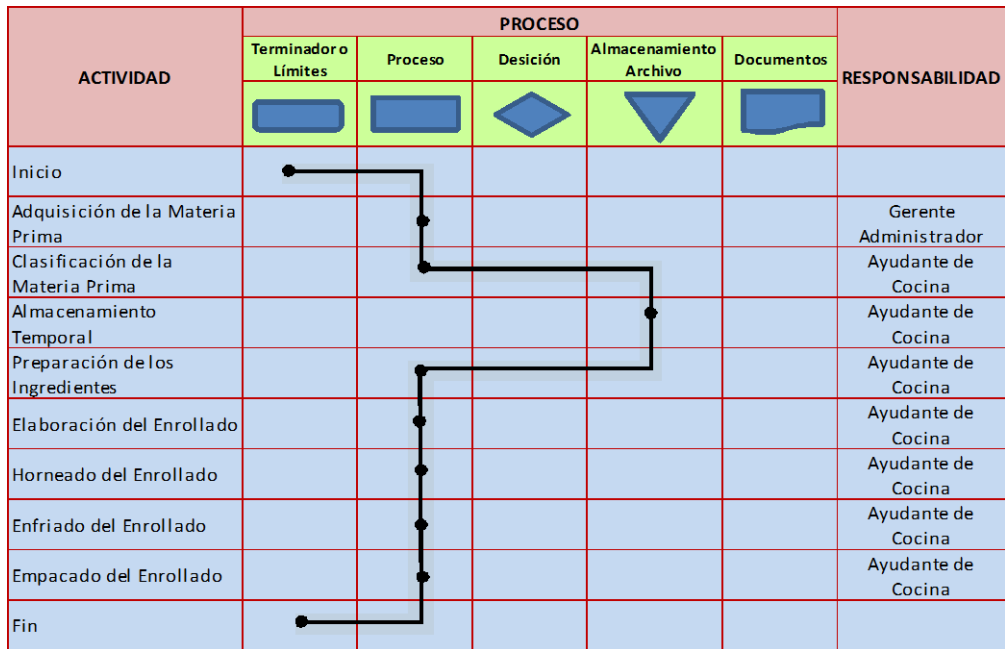
GRAFICO N° 56 Proceso de producción y/o servicio



ELABORADO POR: Nadia González

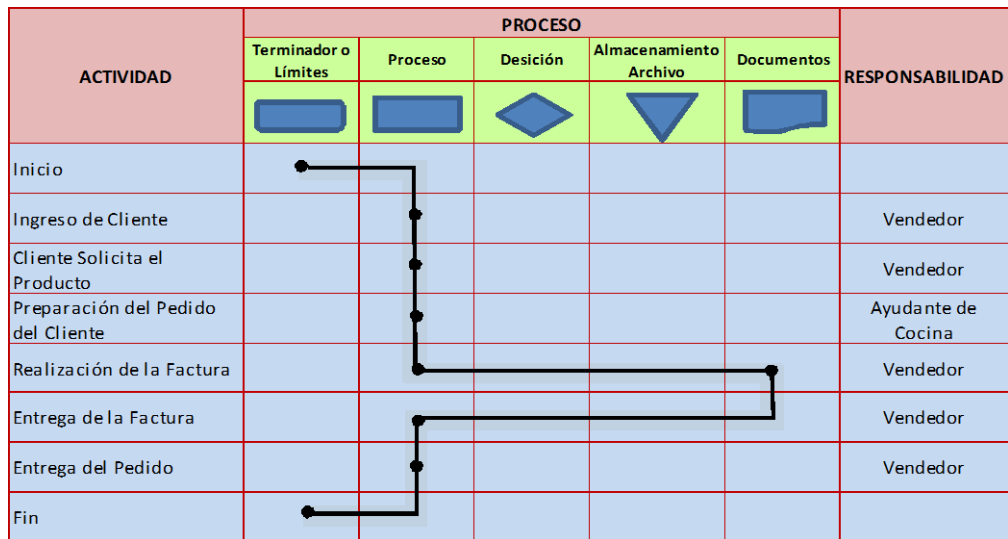
2.3.1.1 Diagrama de Flujo

GRAFICO N° 57 Diagrama de flujo – proceso de producción



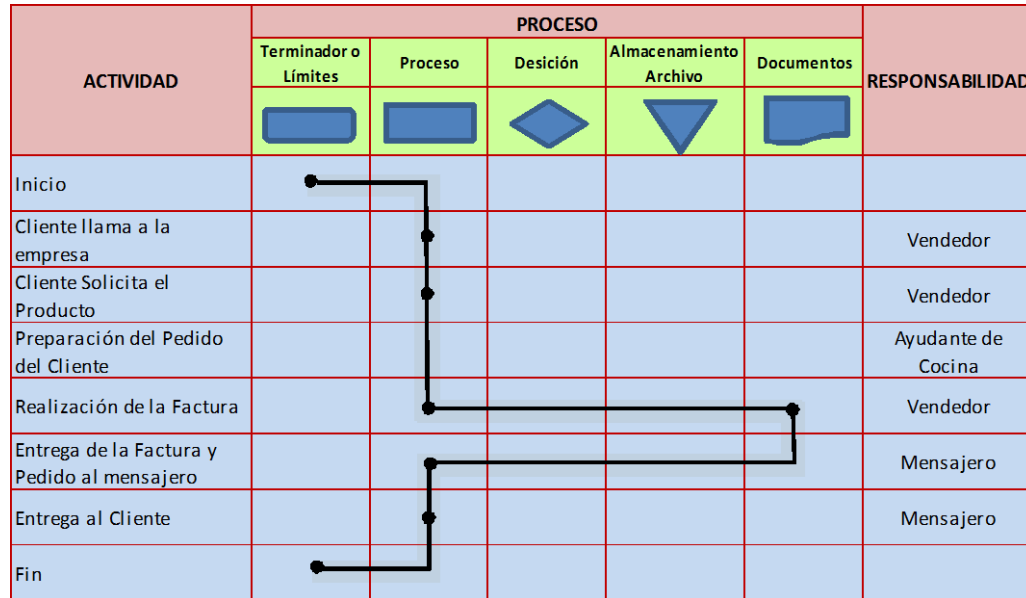
ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 58 Diagrama de flujo – proceso de servicio en las instalaciones



ELABORADO POR: Nadia González

GRAFICO N° 59 Diagrama de flujo – proceso de servicio de entrega



ELABORADO POR: Nadia González

Los diagramas nos dan a conocer los procesos de la Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo en el Valle de los Chillos.

2.3.1.2 Requerimiento de Recursos Humanos y Mano de Obra

Tabla N° 85 Tabla de sueldos

CARGO	N°	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	SUELDO	SUELDO
		BÁSICO		MENSUAL	ANUAL
Gerente - Administrador	1	600	243.30	843.30	10119.6
Contador	1	280	113.54	393.54	4722.48
Ayudante de Cocina 1	1	250	101.38	351.38	4216.5
Ayudante de Cocina 2	1	250	101.38	351.38	4216.5
Vendedor	1	260	105.43	365.43	4385.16
TOTAL	5	1640		2305.02	27660.2

FUENTE: Ministerio de Trabajo

ELABORADO POR: Nadia González

En la tabla se muestra el personal que la empresa necesita para comenzar con su funcionamiento junto con sus respectivos sueldos y beneficios.

2.3.1.3 Requerimiento de Maquinaria y Equipo

Se representan la cantidad, precio y valor anual de cada una de los requerimientos de maquinaria, equipo y equipo de cómputo, muebles y enseres para el inicio de actividades de la empresa.

Tabla N° 86 Requerimiento de maquinaria

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO
		UNITARIO
Horno	1	1600
Refrigerador Panorámico	1	1250
Congelador Mixto	1	2100
Cortadora	1	1050
Caja Registradora	1	495
TOTAL		6495

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 87 Requerimiento de equipo

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO
		UNITARIO
Cuchillos	8	2.21
Tablas de Picar	8	6.68
Mesas de Trabajo	2	550
Vasijas	10	2.5
Lata de Acero	4	20
Guantes	50	0.5
Cucharas de Madera	10	1.25
TOTAL		1313.62

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 88 Requerimiento de equipo de cómputo

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO
		UNITARIO
Combo: Computadora, Impresora, Scanner, Copiadora, Fax	1	772.57
TOTAL		772.57

FUENTE: Proforma
ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 89 Requerimiento de muebles

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
		UNITARIO	TOTAL
Escritorios	2	150	300
Sillas Giratorias	1	35	35
Sillas General	8	8	64
Juego de Sala Pequeño	1	250	250
Archivadores	1	80	80
TOTAL			729

FUENTE: Proforma
ELABORADO POR: Nadia González

2.3.1.4 Requerimiento de Insumos, Materias Primas, etc. (Cálculo del requerimiento de materias primas, materiales, etc.)

Se analizará en los siguientes cuadros en donde se especifican cada uno de los requerimientos para la elaboración del Enrollado de Pollo, tanto en materia prima como insumos.

Tabla N° 90 Requerimientos de materia prima del enrollado de pollo

PRODUCTO	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
			UNITARIO	ANUAL
Pollo Entero	Kg	1.81	4.6	14352
Carne de Res	Kg	0.45	2	6240
Carne de Cerdo	Kg	0.45	2.1	6552
Embutidos (Jamón, tocino, chorizo ahumado)	Kg	0.21	1.2	3744
Vainita, Pimiento	Kg	0.01	0.35	1092
TOTAL			10.25	31980

FUENTE: Inapesa Loja, Mega Pollo Colonial Cia. Ltda.

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 91 Requerimiento de insumos del enrollado de pollo

PRODUCTO	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
			UNITARIO	ANUAL
Aliños (Salmuera)	kg	0.07	0.35	1092
Achiote Líquido	cm3	10	0.09	280.8
Piola	metros	1.5	0.055	171.6
Papel Aluminio	metros	1.5	0.069	215.28
Papel Adhesivo	metros	1.5	0.075	234
TOTAL			0.639	1993.68

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 92 Requerimiento de arriendo

PRODUCTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Arriendo	300	3600
TOTAL	300	3600

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 93 Requerimiento de publicidad

PRODUCTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad	25	300
TOTAL	25	300

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 94 Requerimiento de combustibles

PRODUCTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gas	35	420
Combustible	25	625
TOTAL	35	1045

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 95 Requerimiento de artículos de limpieza

PRODUCTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Artículos de Limpieza	25	300
TOTAL	25	300

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 96 Requerimiento de artículos de oficina

PRODUCTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Artículos de Oficina	20	240
TOTAL	20	240

FUENTE: Proforma

ELABORADO POR: Nadia González

Estos son los requerimientos mensuales de los insumos necesarios mensualmente para el funcionamiento de la empresa.

A continuación se presentan los requerimientos de servicios básicos para la producción del Enrollado de Pollo.

Tabla N° 97 Requerimientos de servicios básicos

PRODUCTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua (cm3)	30	360
Lúz (Kw)	35	420
Teléfono (min)	15	180
Internet	20	240
TOTAL	100	1200

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 98 Activos diferidos

DETALLE	COSTO
Gastos de Constitución	3000
Elaboración de Proyecto	1500
TOTAL	4500

ELABORADO POR: Nadia González

Capital de Trabajo

“El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo maniobra) es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.”⁴⁰

⁴⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/capital_de_trabajo

Tabla N° 99 Cuentas del capital de trabajo

Cuentas del Capital de Trabajo	Valor Anual
Sueldos	27660
Materia Prima	31980
Materiales e Insumos	1994
Servicios Básicos	1200
Utiles de Oficina	240
Arriendo	3600
Material de Limpieza	300
Publicidad	300
Combustibles	1045
TOTAL	68319

ELABORADO POR: Nadia González

2.3.1.5 Determinación de las Inversiones

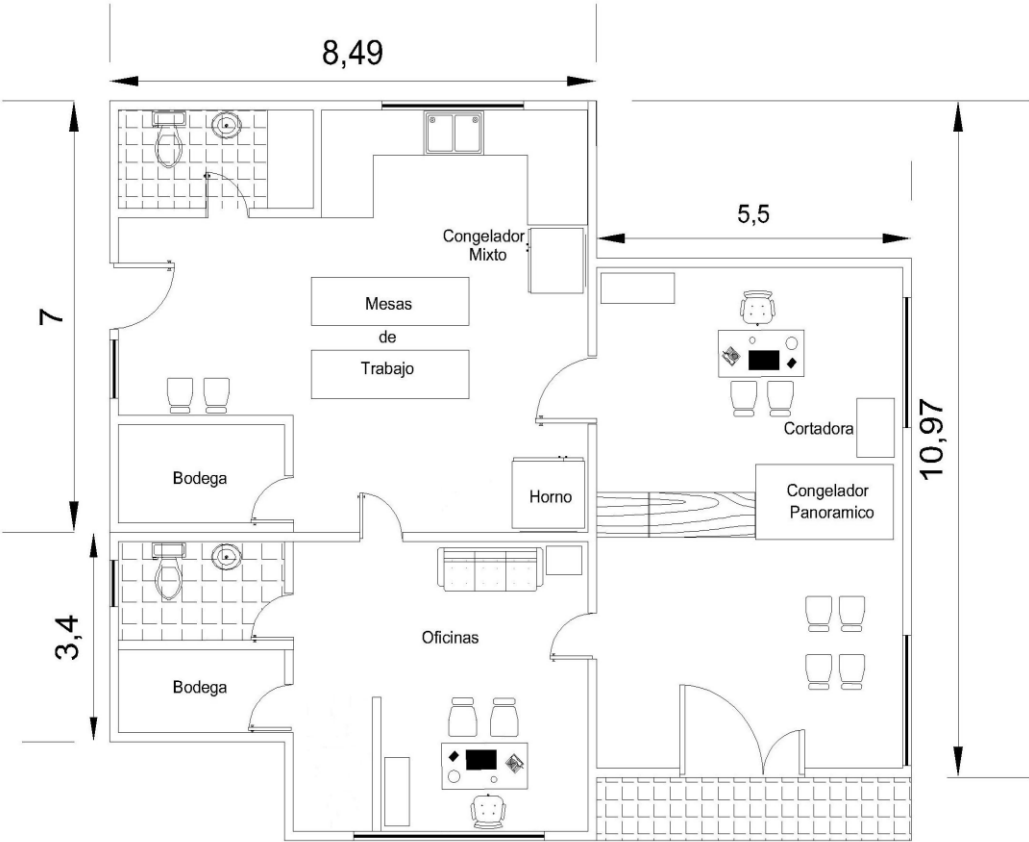
Tabla N° 100 Inversiones

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipo	7809
Equipo de Computación	773
Muebles y Enseres	729
Transporte	1800
Total de Activos Fijos	11110
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	3000
Elaboración de Proyecto	1500
Total Activos Diferidos	4500
CAPITAL DE TRABAJO (3 meses de Producción)	
Total Capital de Trabajo	17080
TOTAL	32690

ELABORADO POR: Nadia González

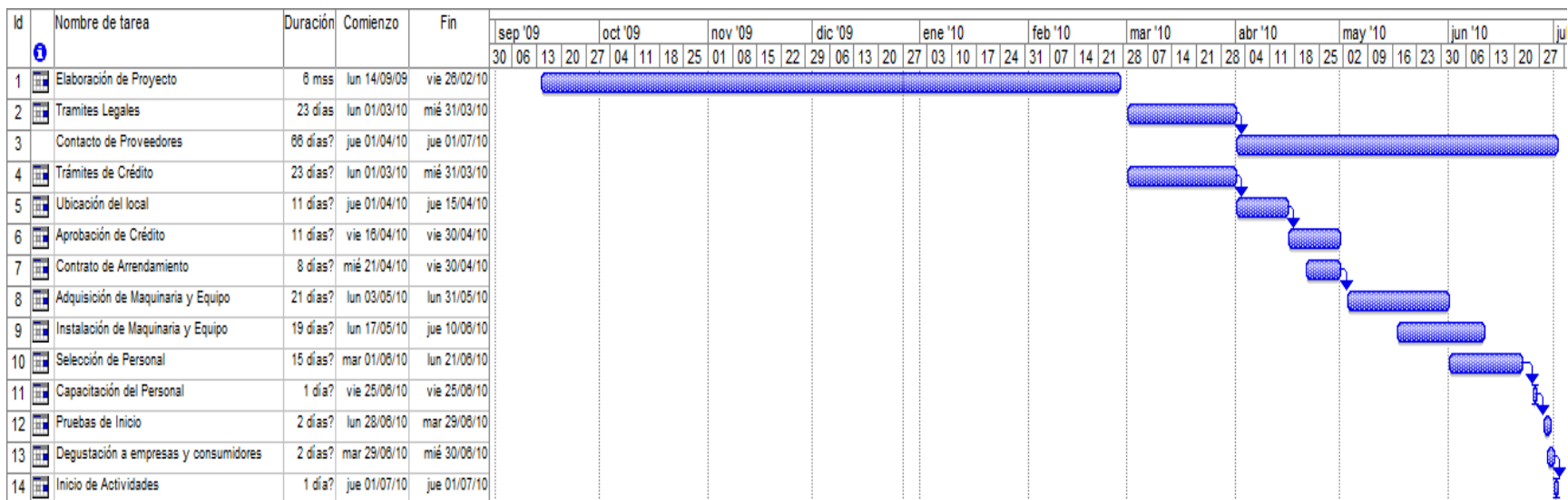
2.3.2 Distribución en Planta de Maquinaria y Equipo (Plano)

GRAFICO N° 60



2.3.3 Calendario de Ejecución del Proyecto

GRAFICO N° 61 CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO



ELABORADO POR: Nadia González

2.4 Aspectos Ambientales

2.4.1 Legislación Vigente

Dentro de la Constitución Actual del Ecuador, que se tomará a detalle como *ANEXO 3*.

2.4.2 Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales

Los desperdicios de la Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo al Horno, serán recolectados en tachos de basura de acuerdo a su clasificación:

- Tacho verde: Desperdicios degradables (restos de: vegetales, carne, etc.)
- Tacho negro: Desperdicios no degradables (papel, plástico, cartón, vidrio).

La clasificación de los desperdicios en los tachos, nos permitirá desecharlos para facilitar las tareas de reciclaje de las entidades del Sector.

2.4.3 Medidas de Mitigación

La empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo, no producirá productos que estén en contra del ambiente del sector, a pesar de eso se tomarán en cuenta las ordenanzas municipales referente a la recolección de basura.

CAPÍTULO 3

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

“Definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva”⁴¹

3.1 Base Legal

Tabla N° 101 Tipos de empresas - Compañías

Nombre	Mínimo		Forma de Capital	Obligaciones Accionistas	Tipo de Administración
	Accionistas	Capital Social			
Sociedad Colectiva	3	\$400	Participación	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Junta General de Socios
Sociedad en Comandita	3	\$400	Participación	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Junta General de Socios
Sociedad Anónima	3	\$800	Acción	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Junta General de Accionistas
Compañía en nombre Colectivo	3	\$400	Participación	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Junta General de Socios
Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones	3	\$400	Participación	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Junta General de Socios
Compañía de Responsabilidad Limitada	3	\$400	Participación	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Junta General de Socios
Compañía Anónima	5	\$800	Acción	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Directorio
Compañía de Economía Mixta	2	\$800	Acción	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Directorio
Sociedad de Hecho	1	\$400	Participación	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Junta General de Socios
Empresas Unipersonal	1	\$400	Participación	50% Capital Suscrito y diferencia en 1 año	Unipersonal

FUENTE: Ley de Compañías

ELABORADO POR: Nadia González

⁴¹ www.wikipedia.com

La Base Legal para la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada, se deben seguir los siguientes pasos:

3.1.1 Constitución de la Empresa

Requisitos

“El nombre: Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

Solicitud de aprobación: La compañía de responsabilidad limitada se constituye oficialmente luego de obtener la aprobación de las escrituras de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías y la publicación sub-secuente de un anuncio al respecto en el periódico local de mayor circulación.

Número mínimo y máximo de socios: La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Capital Mínimo: Su capital inicial debe ser mínimo de US \$ 400, dividido en participaciones de US \$ 1,00 ó en múltiplos de US \$ 1,00. Por lo menos el 50% de su capital debe ser pagado a su formación, y la diferencia en el transcurso del año siguiente.

El objeto social: Todo depende del sector donde estará dirigida la actividad de la empresa, puede ser: Cámara de la Construcción, Cámara de Minería, Cámara de Agricultura, Cámara de Industriales o de la Pequeña Industria, Cámara de Turismo, Cámara de Acuicultura, Cámara de Comercio, Cámara Ecuatoriana del Libro.

De las personas que pueden asociarse: Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges”.⁴²

3.1.2 Tipo de Empresa (Sector, Actividad, CIIU)

Según la clasificación del C.I.I.U la empresa pertenecería a:

⁴² www.supercias.gov.ec. Instructivo Societario.

Tabla N° 102 Clasificación del C.I.U.U

Digito Alfabético	D	Elaboración de productos alimenticios y de bebidas.
Digito	15	Elaboración de productos alimenticios y de bebidas.
Código C.I.I.U	1511.1	Preparación y conservación de carnes y productos cárnicos.
Código de la Actividad Económica	D15	Elaboración de productos alimenticios y de bebidas.

FUENTE: SRI⁴³

ELABORADO POR: Nadia González

La actividad que desempeñará la Empresa será de Producir y Comercializar Enrollado de Pollo, con un servicio y producto diferenciados de calidad, con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes tanto las empresas como el consumidor final, además se aportará a la productividad del sector, con nuevas plazas de trabajo, y se generará una utilidad económica para los miembros de la empresa.

3.1.3 Razón Social, Logotipo, Slogan

Razón Social:

Tabla N° 103 Razón social

RAZÓN SOCIAL	NÚMERO MÍNIMO DE ACCIONISTAS	CAPITAL SOCIAL MÍNIMO
SABOR SUREÑO Cía. Ltda	3	\$400

FUENTE: Superintendencia de Compañías.

ELABORADO POR: Nadia González

⁴³ <http://descargas.sri.gov.ec/download/excel/CIIU3.xls>

Logotipo:



Slogan:

Haciendo referencia al origen Lojano del Enrollado de Pollo y a su combinación de carnes, en el slogan resaltaré estas características.

"El enrollado con sabor lojano"

3.2 Base Filosófica de la Empresa

“La filosofía de la empresa está constituida por los elementos preponderantes para construir una cultura organizacional adecuada, estos son: visión, misión, principios y valores; a partir de los cuales devienen los objetivos e ideales de la organización.”⁴⁴

3.2.1 Visión

“La visión es aquella idea o conjunto de ideas que se tienen de la organización a futuro. La visión de la organización a futuro expone de manera evidente y ante todos los grupos de interés el gran reto empresarial que motiva e impulsa la capacidad creativa en todas las actividades que se desarrollan dentro y fuera de la empresa. Consolida el liderazgo de alta dirección, ya que al tener claridad conceptual acerca de lo que se requiere construir a futuro, le permite enfocar su capacidad de dirección, conducción y ejecución hacia su logro permanente.”⁴⁵

⁴⁴ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

⁴⁵ http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/misionempresarial/

La visión de la Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo se basa en lo que se pretende alcanzar en el desarrollo de la organización, identificar los aspectos estratégicos en los cuales se debe de concentrar la atención para alcanzar el objetivo a futuro.

VISIÓN 2015

Ser la Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo líder en el mercado del Valle de los Chillos, ofreciendo tanto a empresas como al consumidor final un producto y servicio de Calidad, Diferenciado. Satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.

3.2.2 Misión

“Breve enunciado que sintetiza los principales propósitos estratégicos y los valores esenciales que deberán ser conocidos, comprendidos y compartidos por todas las personas que colaboran en el desarrollo del negocio”.⁴⁶

La misión de la Productora y Comercializadora de Enrollado de Pollo, se tomaron en cuenta: estrategia, propósito, valores, políticas y normas. Dando como resultado:

MISIÓN

Somos una empresa que produce y comercializa Enrollado de Pollo, un producto junto con un servicio de calidad, diferenciado, a un precio accesible de excelente calidad, con la finalidad de satisfacer el paladar del mercado.

⁴⁶ http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/misionempresarial/

3.2.3 Objetivos Estratégicos

“Es el marco de referencia con base en el cual se orientan todas las estrategias, planes, programas y proyectos específicos de la organización. Sirve para evaluar el desempeño general de la organización y medir el avance o rezago que manifiesta esta en relación con los grandes propósitos empresariales. Se definen por cuatro elementos principales que son: imagen objetivo, factores clave del éxito, prioridades, parámetros de evaluación”⁴⁷.

- Poner a disposición del mercado un producto de calidad y diferenciado, que este al nivel de satisfacer el paladar exigente del consumidor.
- Ofrecer un servicio de primera, con: amabilidad, respeto, eficaz, ágil, en un excelente ambiente, para lograr de esta manera la fidelidad del cliente.
- Dar a conocer a la empresa por las características diferenciadoras, e innovadoras del producto.
- Lograr recuperar la inversión realizada, y obtener la rentabilidad de la empresa.
- Tener contacto constante con el cliente, para así evaluar su nivel de satisfacción y conocer las expectativas de este.
- Capacitar constantemente a los miembros de la empresa, a la vez de evaluar el desempeño de cada uno de los miembros de la empresa, con la finalidad de mejorar día a día la productividad de la misma.

⁴⁷ http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/misionempresarial/

3.2.4 Principios y Valores

“Son generadores de compromiso que de alguna u otra manera se identifican con el contexto de la cultura organizacional en la empresa; pero, que se desea consolidar y fortalecer en el corto, medio y largo plazo y, sirven para crear una cultura organizacional”⁴⁸.

PRINCIPIOS

“Los principios son declaraciones propias del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad, los principios son universales y se los puede apreciar en la mayoría de las doctrinas y religiones a lo largo de la historia de la humanidad”⁴⁹

Trabajo en equipo: Se incentivará que exista trabajo en equipo dentro de la empresa, para así lograr la cooperación entre los empleados desarrollando un excelente ambiente de trabajo.

Innovación y Creatividad: Sé aportará con nuevas ideas para mejorar tanto el producto como el servicio de la empresa, esto con el fin de estar un paso delante de la competencia.

Orden y Disciplina: Los empleados deberán acatar las reglas y normas establecidas de la empresa.

Responsabilidad social: Se actuará con ética moral, además de participar y ayudar en las iniciativas sociales que ayuden al desarrollo de la comunidad, como los programas de reciclaje, entre otros.

Agilidad y Eficiencia: Las actividades se realizarán de manera que se optimice el tiempo y sin el desperdicio de materiales.

VALORES

“Los valores son una cualidad "sui generis" de un objeto. Los valores son agregados a las características físicas, tangibles del objeto; es decir, son atribuidos al objeto y por un individuo o un grupo social, modificando -a partir de esa atribución- su comportamiento y actitudes hacia el objeto en cuestión.”⁵⁰

⁴⁸ http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/misionempresarial/

⁴⁹ www.wikipedia.com

⁵⁰ www.wikipedia.com

Fiabilidad: Hacia la empresa, en cada una de las acciones por parte todos miembros de la organización.

Honestidad: En todas las actividades realizadas por el personal.

Responsabilidad: En el cumplimiento de las tareas diarias, realizándolas de la mejor manera.

Respeto: Hacia cada persona sea esta miembro de la empresa o no.

Puntualidad: En el cumplimiento de las responsabilidades asignadas.

Amabilidad y Cordialidad: En cada una de las actividades, más aún hacia la atención de los clientes.

3.2.5 Estrategia Empresarial

“Una estrategia es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizativos y para luchar por la misión de la organización.”⁵¹

3.2.5.1 Estrategia de Competitividad

De acuerdo a Porter se tomarán las estrategias basadas en: Diferenciación y Segmentación.

- Diferenciación: Al poner a la venta un producto innovador en: sabor, combinación de carnes, embutidos, vegetales.
- Segmentación: Al tener bien definido el segmento de mercado objetivo que es del 80% a las empresas de catering, eventos sociales y hosterías, y el 20% a la venta directa al consumidor.

⁵¹ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

- Cursos semestrales de capacitación a los empleados de la empresa en: Relaciones Humanas, Atención al Cliente, Manejo de Alimentos. Para que los clientes se sientan a gusto al visitar nuestra empresa, con un ambiente agradable y no exista ningún tipo de queja.
- Con el fin de evaluar la satisfacción del cliente, la calidad del producto y servicio de la empresa, y de conocer las exigencias y expectativas. Se realizarán encuestas a los clientes tanto a: las empresas, como al consumidor final.

3.2.5.2 Estrategia de Crecimiento

- Realizar alianzas estratégicas con: Hosterías, Empresas de Catering, Empresas de Eventos Sociales, para de esta manera ofrecerles nuestro producto y servicio.
- Realizar una reinversión de las utilidades, en busca de ampliar y mejorar la infraestructura, junto con los servicios de la empresa.

3.2.5.3 Estrategia de Competencia

- Dar promociones y descuentos de acuerdo a la cantidad de venta del producto tanto para las empresas, como para el consumidor final.

3.2.5.4 Estrategia Operativa

- Crear economías de escala con el objetivo de producir más Enrollados de Pollo, reduciendo en lo posible los desperdicios ya sea en materiales o materia prima.

3.3 Estrategias de Mercadotecnia

“La estrategia de mercadotecnia es un tipo de estrategia que define un mercado meta y la combinación de mercadotecnia relacionada con él. Se trata de una especie de panorama general sobre el modo de actuar de una empresa dentro de un mercado.”⁵²

3.3.1 Estrategia de Precio

- Analizar los precios de la competencia, en busca de un precio promedio, para el ingreso del Enrollado de Pollo al mercado.
- Establecer los precios de acuerdo al segmento del mercado, ya sea para las empresas como para el consumidor final.

3.3.2 Estrategia de Promoción

- Realizar citas con las empresas para la degustación del producto, con el fin de dar a conocer la empresa.
- Realizar la degustación del Enrollado de Pollo en el local para el consumidor final.
- Dar folletos en donde se dé a conocer las características de la empresa, producto y servicio diferenciado a los clientes.

3.3.3 Estrategia de Producto y/o Servicio

- Comercializar un producto que se basa su elaboración en materias primas naturales y un proceso de horneado, que lo muestra como un producto artesanal atractivo hacia el consumidor.

⁵² Jerome McCarthy y William Perreault (autores del libro "Marketing Planeación Estratégica

- Resaltar el origen del producto, así como la peculiaridad de la sazón Lojana, haciéndolo atractivo e innovador hacia el consumidor.
- Ofrecer al mercado variedad en la presentación del producto, de acuerdo a la necesidad del cliente.
- Enfatizar en el servicio de calidad que prestará la empresa, a la agilidad, amabilidad con el que se dará.

3.3.4 Estrategia de Plaza

- Se respetarán las fechas estipuladas para la entrega del producto en el caso de las empresas. Realizando el documento respectivo, para evitar problemas.

3.3.5 Estrategia de Distribución

- El despacho del producto en el caso de las empresas, se lo realizará previo la facturación del mismo, con la respectiva orden de salida, llevando un control despacho.
- En el caso de la venta directa se realizará el despacho del producto previo la facturación de este.

3.4 La Organización

A la organización empresarial corresponde el proceso de organizar el talento humano, los recursos financieros y materiales de los que dispone la empresa, para alcanzar los objetivos deseados.

3.4.1 Estructura Orgánica

La estructura organizacional es el conjunto de unidades y relaciones que integran la empresa. Para el diseño de una estructura organizacional hay que tomar en cuenta ciertos parámetros como el de definir los tipos de puestos que se deben crear en la empresa, y sobre todo saber encontrar a las personas más adecuadas para cubrir dichos puestos, pues son ellos los pilares de toda organización y quienes harán posibles el logro de los objetivos planteados.

3.4.2 Responsabilidades

▪ JUNTA GENERAL DE SOCIOS

La Junta General de Socios tendrá las siguientes funciones;

- Asistir a las juntas
- Cambiar o ajustar los estatutos
- Conocer sobre la situación financiera de la compañía
- Tomar decisiones trascendentales

▪ ADMINISTRADOR GENERAL

La Gerencia General tendrá las siguientes funciones:

- Planificar, organizar, dirigir y controlar la administración de la empresa
- Cotizar precios, buscar, cerrar contratos con proveedores
- Verificar roles de pagos
- Elaborar planes estratégicos

- Elaborar y aprobar presupuestos
- Buscar fuentes de financiamiento
- Manejar los inventarios de la empresa.
- Pago a Proveedores.
- Velar por la contabilidad sea llevada de acuerdo a las normas y principios de contabilidad generalmente aceptadas
- Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.
- Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
- Cumplir con las demás funciones que fueren señaladas por la Dirección General.
- Ejercer las tareas de distribución del producto a las empresas que realicen el pedido el Enrollado de Pollo.
- Coordinar y Supervisar la limpieza de la empresa.
- Evaluar el desempeño del personal a su cargo.

- **CONTADOR EXTERNO**

- Verificar que todos los documentos cumplan con los requisitos fiscales correspondientes, con sus respectivos documentos sustentables.
- Contabilizar las operaciones de la empresa.
- Cálculo y pago de los impuestos correspondientes.
- Elaboración de Estados Financieros.

- Elaboración de Conciliaciones Bancarias.
- Realizar un análisis de la información generada por el área, de tal manera que se proponga continuamente mejoras.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.

▪ **VENDEDOR**

- Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.
- Mantener el registro de ventas e inventario de productos, base de datos de clientes y más documentos propios de la función.
- Informar sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.
- Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
- Cumplir con las demás funciones que fueren señaladas por la Dirección General.
- Elaboración de facturas.

▪ **AYUDANTE COCINA**

- Organizar la materia prima en: congelador, refrigeradora, etc.
- Organizar los insumos y materiales.
- Participar en los inventarios.
- Ejercer las tareas de preparación y elaboración de productos.
- Lavar, pelar, cortar, picar.
- Llevar oportunamente a conocimiento de los superiores problemas que se le presentaren.

- Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
- Ayuda a llevar un registro de producción semanal.
- Ordenar su puesto de trabajo, y colaborar con el arreglo general.
- Limpiar.

3.4.3 Perfiles Profesionales

- **GERENCIA GENERAL (Administrador)**

- Profesional en administración de Empresas o Ingeniero Comercial.
- Experiencia mínima de 1 año en puestos similares.
- Conocimientos de sistemas computacionales.
- Relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 25 años.

- **ASESOR CONTABLE:**

- Superior en Contabilidad CPA.
- Mínimo 1 año en puestos similares.
- Mayor de 23 años.

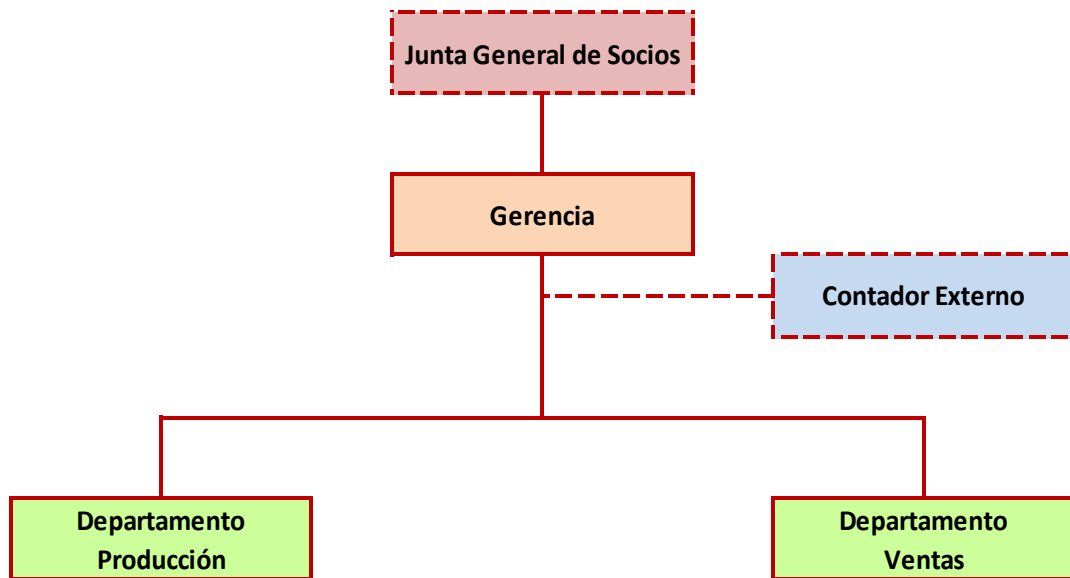
- **VENDEDOR**

- Bachiller
- Mínimo 6 meses en puestos similares.
- Mayor de 18 años.

▪ **AYUDANTE COCINA**

- Estudiante de cocina o escuelas de chefs de los últimos años de la facultad.
- No requiere experiencia.
- Relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 18 años.

3.4.4 Organigrama estructural y Análisis



CAPÍTULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Presupuesto

“El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios de mercado y técnico, que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente, la estructura financiera expresada por el balance general proyectado.”⁵³

4.1.1 Presupuesto de Inversión

El presupuesto de Inversión está conformado por: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. En este caso nos dará a conocer los requerimientos necesarios para el comienzo de las actividades o la ejecución del presente proyecto.

Tabla N° 104 Cuadro de inversiones

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipo	7809
Equipo de Computación	773
Muebles y Enseres	729
Transporte	1800
Total de Activos Fijos	11110
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	3000
Elaboración de Proyecto	1500
Total Activos Diferidos	4500
CAPITAL DE TRABAJO (3 meses de Producción)	
Total Capital de Trabajo	17080
TOTAL	32690

ELABORADO POR: Nadia González

⁵³ MENESES, Edilberto; Preparación y evaluación de proyectos

4.1.1.1 Activos Fijos

“Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.”⁵⁴

Se detalla el total de activos fijos para la ejecución del presente proyecto.

Tabla N° 105 Presupuesto activos fijos

1. MAQUINARIA Y EQUIPO	CANT.	V.UNIT	VALOR TOTAL	AÑOS V. UTIL
Horno	1	1600	1600	10
Refrigerador Panorámico	1	1250	1250	10
Congelador Mixto	1	2100	2100	10
Cortadora	1	1050	1050	10
Caja Registradora	1	495	495	10
Cuchillos	8	2	18	1
Tablas de Picar	8	7	53	1
Mesas de Trabajo	2	550	1100	10
Vasijas	10	3	25	1
Lata de Acero	4	20	80	5
Guantes	50	1	25	1
Cucharas de Madera	10	1	13	1
TOTAL			7809	
2. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	CANT	V.UNIT	VALOR TOTAL	AÑOS V. UTIL
Combo: Computadora, Impresora, Scanner, Copiadora, Fax	1	773	773	3
TOTAL			773	
3. MUEBLES Y ENSERES	CANT	V.UNIT	VALOR TOTAL	AÑOS V. UTIL
Escritorios	2	150	300	10
Sillas Giratorias	1	35	35	10
Sillas General	8	8	64	10
Juego de Sala pequeño	1	250	250	10
Archivadores	1	80	80	10
TOTAL			729	
4. TRANSPORTE	CANT	V.UNIT	VALOR TOTAL	AÑOS V. UTIL
Motocicleta Suzuki AX100-2SP equipada	1	1800	1800	5
TOTAL			1800	
TOTAL ACTIVO FIJO			11110	

ELABORADO POR: Nadia González

⁵⁴ Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtml>

“La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta. En la medida en que avance el tiempo de servicio, decrece el valor contable de dichos activos.”⁵⁵

La depreciación se la ha realizado basándonos en la vida efectiva de cada uno de los activos fijos, y en las tasas de depreciación.

Tabla N° 106 Depreciación de activos fijos

1. MAQUINARIA Y EQUIPO	VIDA UTIL	VALOR COMPRA	AÑOS				
			UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Horno	10	1600	160	160	160	160	160
Refrigerador Panorámico	10	1250	125	125	125	125	125
Congelador Mixto	10	2100	210	210	210	210	210
Cortadora	10	1050	105	105	105	105	105
Caja Registradora	10	495	50	50	50	50	50
Cuchillos	1	22	22	22	22	22	22
Tablas de Picar	1	53	53	53	53	53	53
Mesas de Trabajo	10	1100	110	110	110	110	110
Vasijas	1	25	25	25	25	25	25
Lata de Acero	5	80	16	16	16	16	16
Guantes	1	25	25	25	25	25	25
Cucharas de Madera	1	13	13	13	13	13	13
	Suma		913	913	913	913	913
2. EQUIPO DE COMPUTO							
Combo: Computadora, Impresora, Scanner, Copiadora, Fax	3	773	258	258	258	258	258
	Suma		258	258	258	258	258
3. MUEBLES Y ENSERES							
Escritorios	10	300	30	30	30	30	30
Sillas	10	64	6	6	6	6	6
Juego de Sala pequeño	10	250	25	25	25	25	25
Archivadores	10	80	8	8	8	8	8
	Suma		69	69	69	69	69
4. TRANSPORTE							
Motocicleta Suzuki AX100-2SP equipada	5	1800	360	360	360	360	360
	Suma		360	360	360	360	360
TOTAL DEPRECIACIONES :			1600	1600	1600	1600	1600

ELABORADO POR: Nadia González

⁵⁵ www.wikipedia.com

“El mantenimiento está incluido dentro de las operaciones que sufre el Activo Fijo durante su funcionamiento, ya que ellos se deterioran o resienten por el uso que se les da, llegando incluso a sufrir desperfectos técnicos u accidentes que impiden su normal funcionamiento. Todas las operaciones que tienden a conservar en adecuadas condiciones el bien son conocidas como mantenciones.”⁵⁶

El mantenimiento de los mismos tomando el 2% de provisión para maquinaria y equipo y el 1% para muebles y enseres.

CUADRO N° 1 MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

1. MAQUINARIA Y EQUIPO	%	VALOR COMPRA	AÑOS				
			UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Horno	2%	1600	32	32	32	32	32
Refrigerador Panorámico	2%	1250	25	25	25	25	25
Congelador Mixto	2%	2100	42	42	42	42	42
Cortadora	2%	1050	21	21	21	21	21
Caja Registradora	2%	495	10	10	10	10	10
Cuchillos	2%	18	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Tablas de Picar	2%	53	1	1	1	1	1
Mesas de Trabajo	2%	1100	22	22	22	22	22
Vasijas	2%	25	1	1	1	1	1
Lata de Acero	2%	80	2	2	2	2	2
Guantes	2%	25	1	1	1	1	1
Cucharas de Madera	2%	13	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
	TOTAL		156	156	156	156	156
2. EQUIPO DE COMPUTO							
Combo: Computadora, Impresora, Scanner, Copiadora, Fax	2%	773	15	15	15	15	15
	TOTAL		15	15	15	15	15
3. MUEBLES Y ENSERES							
Escritorios	1%	300	3	3	3	3	3
Sillas	1%	64	1	1	1	1	1
Juego de Sala pequeño	1%	250	3	3	3	3	3
Archivadores	1%	80	1	1	1	1	1
	TOTAL		1	1	1	1	1
4. TRANSPORTE							
Motocicleta Suzuki AX100-2SP equipada	1%	1800	18	18	18	20	20
	TOTAL		18	18	18	20	20
TOTAL MANTENIMIENTO			190	190	190	192	192

ELABORADO POR: Nadia González

⁵⁶ www.wikipedia.com

4.1.1.2 Activos Intangibles

“Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.”⁵⁷

Tabla N° 107 Presupuesto de activos intangibles

4.ACTIVOS DIFERIDOS (AMORTIZABLES)	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gastos de constitucion	1	3,000	3,000
Elaboración del Proyecto	1	1,500	1,500
TOTAL			4,500

ELABORADO POR: Nadia González

Los activos diferidos se amortizan ya que estos gastos son susceptibles de recuperación una vez que el proyecto se ejecute. La amortización de estos activos es de 5 años.

Tabla N° 108 Amortización de activos diferidos

ACTIVO DIFERIDO	%	VALOR INICIAL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Gastos de constitucion	20%	3,000	600	600	600	600	600
Elaboración del Proyecto	20%	1,500	300	300	300	300	300
TOTALES			900	900	900	900	900

ELABORADO POR: Nadia González

4.1.1.3 Capital de Trabajo

“El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo maniobra) es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.”⁵⁸

⁵⁷ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

⁵⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/capital_de_trabajo

El capital de trabajo del presente proyecto se lo calcula a partir del Método del Ciclo de Caja, y se lo calculará para tres meses de producción. De Donde la Rotación de Efectivo es igual a:

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{\text{Ciclo de Caja (90 días)}}$$

Rotación Efectivo = 4 Veces rota el efectivo en el año

El Total de Desembolso se toman en cuenta las siguientes cuentas con su desembolso anual:

Tabla N° 109 Capital de trabajo

Cuentas del Capital de Trabajo	Valor Anual
Sueldos	27660
Materia Prima	31980
Materiales e Insumos	1994
Servicios Básicos	1200
Utiles de Oficina	240
Arriendo	3600
Material de Limpieza	300
Publicidad	300
Combustibles	1045
TOTAL	68319

ELABORADO POR: Nadia González

Aplicando la fórmula del Método de Ciclo de Caja dándonos como resultado:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Total Desembolso Anuales}}{\text{Rotación Efectivo}}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{68319}{4}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 17080$$

4.1.2 Cronograma de Inversiones

La Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo tendrá un cronograma para las inversiones necesarias y reposiciones de los activo que son objeto de depreciación.

Tabla N° 110 Cronograma de inversiones

ACTIVOS	PERIODOS					
	0	1	2	3	4	5
Gastos de constitucion	3000					
Elaboración del Proyecto	1500					
Motocicleta Suzuki AX100-2SP equipada	1800					1800
Horno	1600					
Refrigerador Panorámico	1250					
Congelador Mixto	2100					
Cortadora	1050					
Caja Registradora	495					
Cuchillos	18	18	18	18	18	18
Tablas de Picar	53	53	53	53	53	53
Mesas de Trabajo	1100					
Vasijas	25	25	25	25	25	25
Lata de Acero	80					
Guantes	25	25	25	25	25	25
Cucharas de Madera	13	13	13	13	13	13
Combo: Computadora, Impresora, Scanner, Copiadora, Fax	773			773		
Escritorios	300					
Sillas	64					
Juego de Sala pequeño	250					
Archivadores	80					
Nuevas inversiones						
TOTALES	15575	134	134	906	134	1934

ELABORADO POR: Nadia González

4.1.3 Presupuesto de Operación

“Son estimados que en forma directa en proceso tiene que ver con la parte Neurológica de la Empresa, desde la producción misma hasta los gastos que conlleva ofertar el producto o servicio.”⁵⁹

4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos

Para la elaboración del presupuesto de ingresos se debe establecer el volumen de ventas del producto, y el precio de este ya sea para: las empresas, como de la venta directa, tomando en cuenta siempre la vida útil del presente proyecto.

Tomando como referencia a la demanda insatisfecha que se determino en el Estudio de Mercado, que nos dio como resultado.

⁵⁹http://www.wikilearning.com/monografia/presupuesto_maestro-presupuesto_de_operacion/13274-2

Tabla N° 111 Demanda insatisfecha con captación - empresas

Años		2010	2011		2012		2013		2014		2015	
Tasas de Crecimiento en %			3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7	3.2	2.7
PROMEDIO DE PERSONAS POR EVENTO	225	234900	242417	241242	250174	247756	258180	254445	266441	261315	274968	268371
			241830		248965		256312		263878		271669	
Captación	6.86%	16114	16590		17079		17583		18102		18637	

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 112 Demanda insatisfecha con captación – venta directa

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPTACIÓN 6.88%
2010	59618	4102
2011	61013	4198
2012	62407	4294
2013	63801	4389
2014	65195	4485
2015	66589	4581

ELABORADO POR: Nadia González

Haciendo Referencia a la pregunta 14 de la entrevista que dice: **¿Cómo le gustaría adquirir el producto para su empresa?** Y a la pregunta 15 de la encuesta que dice: **¿Cómo le gustaría adquirir el producto?**

Tabla N° 113 ¿Cómo le gustaría adquirir el producto para su empresa?

PRESENTACION	PUNTAJE	%
Pieza Entera (20 Rodajas)	15	47%
Rodajas (Lbs)	17	53%
TOTALES	32	100.00%

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 114 ¿Cómo le gustaría adquirir el producto?

PRESENTACION	PUNTAJE	%
Pieza Entera (20 rodajas)	12	17%
Media Pieza (10 Rodajas)	4	6%
Rodajas (Lbs)	55	78%
TOTALES	71	100.00%

ELABORADO POR: Nadia González

Para la fijación de precios se realizó análisis tanto de las preguntas de la entrevista como de la encuesta, analizando los rangos de precios que el cliente estaría dispuesto a pagar por el producto.

Tabla N° 115 Ingresos - empresas

PRODUCTO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Piezas Enteras(20 Rodajas 2 rodajas por persona)	778	801	825	849	874
PRECIO U.	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
TOTAL PIEZAS ENTERAS USD.	23,341	24,030	24,739	25,470	26,222
Rodajas (2 rodajas por persona)	17,618	18,138	18,673	19,224	19,792
PRECIO U.	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
TOTAL RODAJAS USD.	21,142	21,765	22,408	23,069	23,750
TOTAL VENTAS ENROLLADO	44,483	45,796	47,147	48,539	49,972
+VTAS OTROS PRODUCTOS	882	882	882	882	882
TOTAL CANTIDAD DE PIEZAS ENTERAS DE ENROLLADO	1,659	1,708	1,758	1,810	1,864
=TOTAL INGRESOS USD	45,365	46,678	48,029	49,421	50,854

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 116 Ingreso – venta directa

PRODUCTO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Piezas Enteras	709	726	742	758	774
PRECIO U.	32.00	32.00	32.00	32.00	32.00
TOTAL PIEZAS ENTERAS USD.	22,701	23,220	23,738	24,257	24,776
Media Pieza (10 rodajas)	235	240	246	251	257
PRECIO U.	16.00	16.00	16.00	16.00	16.00
TOTAL MEDIAS PIEZAS USD.	3,761	3,847	3,933	4,019	4,105
Rodajas (1 libra)	3,253	3,328	3,402	3,476	3,550
PRECIO U.	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
TOTAL RODAJAS USD	14,639	14,974	15,308	15,643	15,977
TOTAL VENTAS ENROLLADOS	41,101	42,041	42,980	43,919	44,858
+VTAS OTROS PRODUCTOS	882	882	882	882	882
TOTAL CANTIDAD DE PIEZAS ENTERAS DE ENROLLADO	1,478	1,511	1,545	1,579	1,613
=TOTAL INGRESOS USD	41,984	42,923	43,862	44,801	45,740

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 117 Total de piezas de enrollado de pollo

SEGMENTO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
EMPRESAS	1659	1708	1758	1810	1864
VENTA DIRECTA	1478	1511	1545	1579	1613
TOTAL	3137	3219	3303	3389	3476

ELABORADO POR: Nadia González

Resumiendo los ingresos de la empresa se basan en el total de piezas enteras de Enrollado de Pollo, que se venderán a los segmentos de mercado en los que se enfoca el presente proyecto como son: Empresas y por Venta Directa.

Tabla N° 118 Presupuesto de ingresos

AÑOS	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
EMPRESAS	45365	46678	48029	49421	50854
VENTA DIRECTA	41984	42923	43862	44801	45740
TOTAL DE INGRESOS	87349	89600	91891	94222	96594

ELABORADO POR: Nadia González

El presupuesto de ingresos se toma como base las el total de las ventas del Enrollado de Pollo en todas sus presentaciones, dándonos como resultado el total de ingresos.

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos

Este presupuesto nos ayudará determinar los costos fijos y variables, que se tienen que incurrir en el Empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo, para poder continuar con sus operaciones. Así como también los diferentes desembolsos de dinero que se analizaron dentro del Estudio Técnico del proyecto.

Tabla N° 119 Presupuesto de egresos

CONCEPTO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
GASTOS DE PRODUCCIÓN	36,473	37,373	38,290	39,223	40,172
Materia Prima	32,149	32,997	33,860	34,738	35,632
Materiales e Insumos	2,004	2,057	2,111	2,166	2,221
Depreciaciones	1,274	1,274	1,274	1,274	1,274
Combustibles	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045
Mantenimiento	174	174	174	174	174
GASTOS ADMINISTRATIVOS	34,582	34,796	34,796	34,798	34,798
Sueldos y beneficios	27,660	27,660	27,660	27,660	27,660
Consumo telefónico e Internet	420	420	420	420	420
Útiles de oficina	240	480	480	480	480
Amortización Act. Diferido	900	900	900	900	900
Uniformes con logotipo	120	120	120	120	120
Agua potable	360	360	360	360	360
Depreciaciones	325	325	325	325	325
Mantenimiento	16	190	190	192	192
Energía eléctrica	420	420	420	420	420
Arriendo	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Suministros de limpieza	300	300	300	300	300
Otros egresos	20	20	20	20	20
Gasto Adecuación	200				
GASTOS DE VENTAS	300	300	300	300	300
Gastos de publicidad	300	300	300	300	300
GASTOS FINANCIEROS	2,059	1,648	1,236	824	412
Intereses pagados	2,059	1,648	1,236	824	412
Servicio de la Deuda	3,923	3,923	3,923	3,923	3,923
Nuevas Inversiones					134
TOTAL EGRESOS	77,337	78,040	78,544	79,067	79,605

ELABORADO POR: Nadia González

4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Tabla N° 120 Estado de origen y aplicación de recursos

DETALLE	VALOR	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y Equipo	7809		7809
Equipo de Computación	773		773
Muebles y Enseres	729		729
Transporte	1800	1800	
Total de Activos Fijos	11110		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución	3000	3000	
Elaboración de Proyecto	1500	1500	
Total Activos Diferidos	4500		
CAPITAL DE TRABAJO (3 meses de Producción)			
Total Capital de Trabajo	17080	6776	10304
TOTAL	32690	13076	19614

ELABORADO POR: Nadia González

4.1.3.4 Estructura de Financiamiento

La estructura del financiamiento inicial del presente proyecto se divide de la siguiente manera.

Tabla N° 121 Estructura de financiamiento

Total Inversiones	32,690
60% Financiamiento	19,614
40% Recursos Propios	13,076

ELABORADO POR: Nadia González

El 60% será financiado a 5 años con el 10.5% de interés, mientras que el 40% será de recursos propios.

Tabla N° 122 Tabla de la amortización

CAPITAL	19,614			
INTERES	0.11			
PLAZO	5	AÑOS		
No. AÑOS	CUOTA CAPITAL	INTERES PERIODO	CUOTA PERIODO	SALDO
0				19,614
1	3,923	2,059	5,982	15,691
2	3,923	1,648	5,570	11,768
3	3,923	1,236	5,158	7,846
4	3,923	824	4,747	3,923
5	3,923	412	4,335	-
SUMAS	19,614	6,178	25,792	39,228

ELABORADO POR: Nadia González

4.1.4 Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio constituye una situación de la empresa, donde el volumen de producción, alcanza a cubrir los costos variables y fijos, sin obtener utilidad alguna.”⁶⁰

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares la fórmula empleada fue la siguiente:

$$P.E.(\$) = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{I}}$$

⁶⁰ BOLAÑOS, Gastón, La didáctica de los costos

En donde:

P.E. (\$) = Punto de equilibrio monetario

CF = Costo fijo

CV = Costo Variable

I = Ingresos

Para el cálculo del punto de equilibrio en cantidad de Enrollados la fórmula empleada fue la siguiente:

$$P.E.(Q) = \frac{CFT}{PRECIO - CVU}$$

En donde:

P.E. (Q) = Punto de equilibrio en cantidad

CFT = Costo fijo total

CVU = Costo Variable Unitario

Ya con los ingresos y egresos se determinan los costos fijos y variables, para así aplicar la fórmula del Punto de Equilibrio en Dólares y en Cantidad de Enrollados de Pollo.

Tabla N° 123 Costos fijos y variables

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	40,682	40,666	40,255	39,845	39,433
Sueldos y beneficios	27,660	27,660	27,660	27,660	27,660
Consumo telefónico e Internet	420	420	420	420	420
Útiles de oficina	240	480	480	480	480
Amortización Act. Diferido	900	900	900	900	900
Uniformes con logotipo	120	120	120	120	120
Agua potable	360	360	360	360	360
Depreciaciones	325	325	325	325	325
Mantenimiento	34	190	190	192	192
Energía eléctrica	420	420	420	420	420
Arriendo	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Suministros de limpieza	300	300	300	300	300
Otros egresos	20	20	20	20	20
Intereses pagados	2,059	1,648	1,236	824	412
Servicio de la deuda	3,923	3,923	3,923	3,923	3,923
Gastos de publicidad	300	300	300	300	300
COSTOS VARIABLES	35,199	36,099	37,016	37,948	38,898
Materia Prima	32,149	32,997	33,860	34,738	35,632
Materiales e Insumos	2,004	2,057	2,111	2,166	2,221
Combustibles	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045
VENTAS TOTALES	87,349	89,600	91,891	94,222	96,594

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 124 Punto de equilibrio en Dólares

SEGMENTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EMPRESAS	33159	33265	33039	32820	32604
VENTA DIRECTA	30687	30589	30172	29751	29325
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	63846	63853	63210	62571	61929

ELABORADO POR: Nadia González

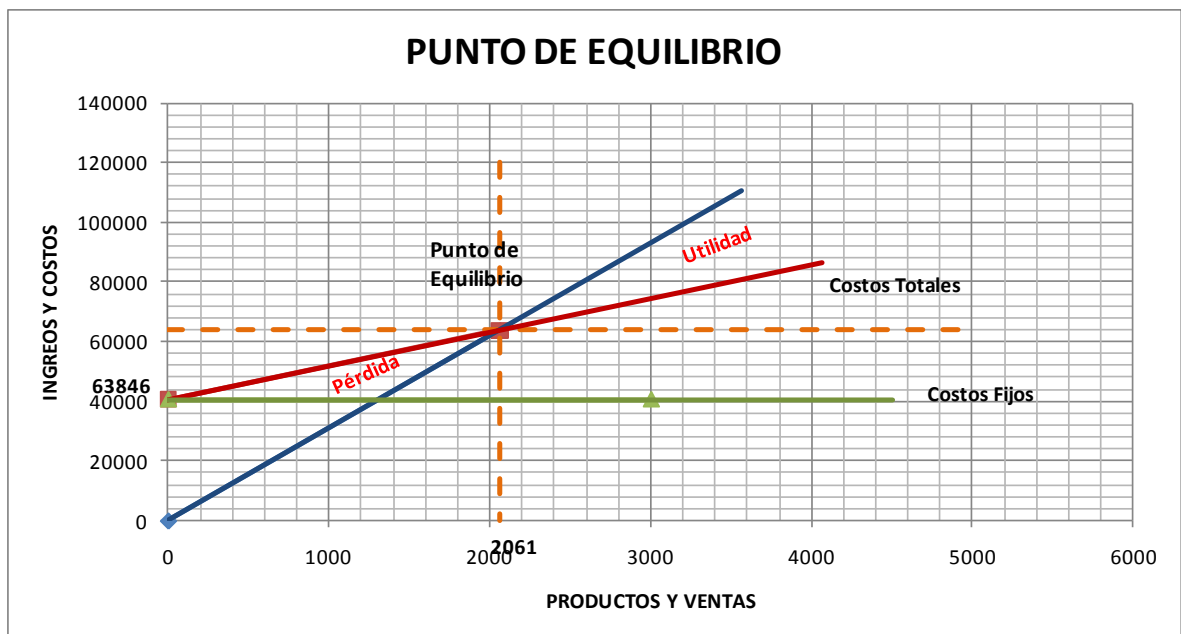
Tabla N° 125 Punto de equilibrio en cantidad de enrollados

SEGMENTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EMPRESAS	1070	2205	1067	1060	1053
VENTA DIRECTA	991	987	974	961	947
PUNTO DE EQUILIBRIO EN ENROLLADOS	2061	2061	2041	2020	2000

ELABORADO POR: Nadia González

Los resultados obtenidos nos dan como conclusión que, se tiene que la empresa debe producir 2061 Enrollados de Pollo, que representan \$63.846, para cubrir todos sus egresos. Al producir más de 2061 Enrollados se obtiene utilidad y al producir menos se obtendría pérdida.

GRAFICO N° 62 Punto de equilibrio



ELABORADO POR: Nadia González

4.2 Estados Financieros Projectados

“Los estados financieros se requieren principalmente para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico. De ahí que la información consignada en los estados financieros deba ser muy confiable.”⁶¹

⁶¹ PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Econ. Edilberto Meneses, tercera edición, Pág. 132.

4.2.1 Del Inversionista

4.2.1.1 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

Para el cálculo del costo de producción, se realizó el Estado de Costo de Producción, en donde se especifican cada uno de los rubros que intervienen en la producción del Enrollado de Pollo.

Tabla N° 126 Estado de costo de producción

ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS					
PERIODO	1	2	3	4	5
MATERIALES DIRECTOS UTILIZADOS	\$ 32,149	\$ 32,997	\$ 33,860	\$ 34,738	\$ 35,632
Materia Prima Directa	\$ 32,149	\$ 32,997	\$ 33,860	\$ 34,738	\$ 35,632
(+) MANO DE OBRA UTILIZADA	\$ 8,433	\$ 8,433	\$ 8,433	\$ 8,433	\$ 8,433
(=)COSTO PRIMO	\$ 40,582	\$ 41,430	\$ 42,293	\$ 43,171	\$ 44,065
(+) COSTO INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 4,498	\$ 4,550	\$ 4,604	\$ 4,659	\$ 4,715
(+) MATERIA PRIMA INDIRECTA	\$ 2,004	\$ 2,057	\$ 2,111	\$ 2,166	\$ 2,221
(+) MANO DE OBRA INDIRECTA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) CARGA FABRIL	\$ 2,493	\$ 2,493	\$ 2,493	\$ 2,493	\$ 2,493
Depreciación	\$ 1,274	\$ 1,274	\$ 1,274	\$ 1,274	\$ 1,274
Combustibles	\$ 1,045	\$ 1,045	\$ 1,045	\$ 1,045	\$ 1,045
Mantenimiento	\$ 174	\$ 174	\$ 174	\$ 174	\$ 174
(=)COSTO DE FABRICACIÓN DEL PERIODO	\$ 45,080	\$ 45,981	\$ 46,897	\$ 47,830	\$ 48,779
(+) Inventario Inicial de Producción en Proceso					
(=) Costo de Producción en Proceso Disponible	\$ 45,080	\$ 45,981	\$ 46,897	\$ 47,830	\$ 48,779
(-) Inventario Final de Producción en Proceso					
(=) Costo de Producción de Producto Terminado	\$ 45,080	\$ 45,981	\$ 46,897	\$ 47,830	\$ 48,779
(+) Inventario Inicial de Artículos Terminados					
(=) Artículos Terminados Disponibles para la Venta	\$ 45,080	\$ 45,981	\$ 46,897	\$ 47,830	\$ 48,779
(-) Inventario Final de Artículos Terminados					
(=)COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS	\$ 45,080	\$ 45,981	\$ 46,897	\$ 47,830	\$ 48,779

ELABORADO POR: Nadia González

El estado de resultados del presente estudio, permite conocer la utilidad que generará “SABOR SUREÑO Cía. Ltda.” para lo cual se

presentan los siguientes estados de resultados enfocados con financiamiento y sin financiamiento.

Tabla N° 127 Estado de resultados con financiamiento

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES	89,113	91,365	93,655	95,986	98,358
Ventas Enrollados	87,349	89,600	91,891	94,222	96,594
Ventas otros productos	1,764	1,764	1,764	1,764	1,764
TOTAL INGRESOS	89,113	91,365	93,655	95,986	98,358
(-) COSTOS DE PRODUCCION	45,080	45,981	46,897	47,830	48,779
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	44,033	45,384	46,758	48,156	49,579
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	26,149	26,189	26,189	26,189	26,189
Sueldos y Beneficios	19,227	19,227	19,227	19,227	19,227
Útiles de oficina	240	480	480	480	480
Amortización Act. Diferido	900	900	900	900	900
Agua potable	360	360	360	360	360
Consumo telefónico e Internet	420	420	420	420	420
Arriendo	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Energía eléctrica	420	420	420	420	420
Suministros de limpieza	300	300	300	300	300
Uniformes	120	120	120	120	120
Depreciaciones	325	325	325	325	325
Mantenimiento	16	16	16	16	16
Otros egresos (capacitació,etc)	20	20	20	20	20
Gasto Adecuación	200				
TOTAL GTOS ADMINISTRATIVOS	26,149	26,189	26,189	26,189	26,189
(-) GASTOS DE VENTAS	300	300	300	300	300
Gastos de publicidad y propaganda	300	300	300	300	300
TOTAL GATOS. VENTAS	300	300	300	300	300
= UTILIDAD OPERACIONAL	17,584	18,895	20,269	21,667	23,090
(-) GASTOS FINANCIEROS	2,059	1,648	1,236	824	412
Intereses pagados	2,059	1,648	1,236	824	412
TOTAL GATOS FINANCIEROS	2,059	1,648	1,236	824	412
= UTIL. ANTES PARTICIPACIÓN	15,525	17,248	19,034	20,844	22,678
15% Útil Trabajadores	2,329	2,587	2,855	3,127	3,402
= UTIL ANTES DE IMPTOS	13,196	14,661	16,179	17,717	19,276
25% Impto a la Renta	3,299	3,665	4,045	4,429	4,819
=UTILIDAD NETA	9,897	10,995	12,134	13,288	14,457

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 128 Estado de Resultados sin Financiamiento

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES	89,113	91,365	93,655	95,986	98,358
Ventas Enrollados	87,349	89,600	91,891	94,222	96,594
Ventas otros productos	1,764	1,764	1,764	1,764	1,764
TOTAL INGRESOS	89,113	91,365	93,655	95,986	98,358
(-) COSTOS DE VENTAS	45,080	45,981	46,897	47,830	48,779
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	44,033	45,384	46,758	48,156	49,579
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	26,149	26,363	26,363	26,365	26,365
Sueldos y Beneficios	19,227	19,227	19,227	19,227	19,227
Útiles de oficina	240	480	480	480	480
Amortización Act. Diferido	900	900	900	900	900
Agua potable	360	360	360	360	360
Consumo telefónico e Internet	420	420	420	420	420
Arriendo	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Energía eléctrica	420	420	420	420	420
Suministros de limpieza	300	300	300	300	300
Uniformes	120	120	120	120	120
Depreciaciones	325	325	325	325	325
Mantenimiento	16	190	190	192	192
Otros egresos (capacitació,etc)	20	20	20	20	20
Gasto Adecuación	200	-	-	-	-
TOTAL GTOS ADMINISTRATIVOS	26,149	26,363	26,363	26,365	26,365
(-) GASTOS DE VENTAS	300	300	300	300	300
Gastos de publicidad y propaganda	300	300	300	300	300
TOTAL GATOS. VENTAS	300	300	300	300	300
= UTILIDAD OPERACIONAL	17,584	18,721	20,095	21,491	22,914
= UTIL. ANTES PARTICIPACIÓN	17,584	18,721	20,095	21,491	22,914
15% Útil Trabajadores	2,638	2,808	3,014	3,224	3,437
= UTIL ANTES DE IMPTOS	14,947	15,913	17,081	18,268	19,477
25% Impto a la Renta	3,737	3,978	4,270	4,567	4,869
=UTILIDAD NETA	11,210	11,935	12,811	13,701	14,608

ELABORADO POR: Nadia González

4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos

“El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.”⁶²

⁶² www.wikipedia.com

Tabla N° 129 Flujo de Fondos con Financiamiento

A. INGRESOS OPERACIONALES	0	1	2	3	4	5
Ventas Enrollados		87,349	89,600	91,891	94,222	96,594
Ventas otros productos		1,764	1,764	1,764	1,764	1,764
TOTAL		89,113	91,365	93,655	95,986	98,358
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materia Prima		32,149	32,997	33,860	34,738	35,632
Insumos		2,004	2,057	2,111	2,166	2,221
Sueldos y beneficios		27,660	27,660	27,660	27,660	27,660
Consumo telefónico e Internet		420	480	480	480	480
Útiles de oficina		240	360	360	360	360
Uniformes con logotipo		120	357	357	357	357
Agua potable		360	120	120	120	120
Mantenimiento		190	190	190	192	192
Energía eléctrica		420	420	420	420	420
Arriendo		3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Suministros de limpieza		300	300	300	300	300
Combustibles		1,045	1,045	1,045	1,045	1,045
Otros egresos		20	20	20	20	20
Gasto de Adecuación		200				
Gastos de publicidad		300	300	300	300	300
TOTALES		69,029	69,907	70,823	71,758	72,708
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0	20,084	21,458	22,832	24,228	25,651
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito largo plazo	19,614					
TOTALES	19,614	0	0	0	0	0
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		2,059	1,648	1,236	824	412
Servicio de la deuda		3,923	3,923	3,923	3,923	3,923
15% de Utilidades		2,329	2,587	2,855	3,127	3,402
25% Impto Renta		3,299	3,665	4,045	4,429	4,819
Inversión en Activo Fijo	(11,110)					
Inversión en Activo Diferido	(4,500)					
Capital de Trabajo	(17,080)					17,080
TOTALES	(32,690)	11,610	11,823	12,058	12,302	4,525
FLUJO DE FONDOS	(13,076)	8,474	9,635	10,774	11,926	21,126

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 130 Flujo de Fondos sin Financiamiento

A. INGRESOS OPERACIONALES	0	1	2	3	4	5
Ventas Enrollados		87,349	89,600	91,891	94,222	96,594
Ventas otros productos		1,764	1,764	1,764	1,764	1,764
TOTAL		89,113	91,365	93,655	95,986	98,358
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materia Prima		32,149	32,997	33,860	34,738	35,632
Insumos		2,004	2,057	2,111	2,166	2,221
Sueldos y beneficios		27,660	27,660	27,660	27,660	27,660
Consumo telefónico e Internet		420	420	420	420	420
Útiles de oficina		240	480	480	480	480
Uniformes con logotipo		120	120	120	120	120
Agua potable		360	360	360	360	360
Mantenimiento		190	190	190	192	192
Energía eléctrica		420	420	420	420	420
Arriendo		3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Suministros de limpieza		300	300	300	300	300
Combustibles		1,045	1,045	1,045	1,045	1,045
Otros egresos		20	20	20	20	20
Gastos de Adecuación		200				
Gastos de publicidad		300	300	300	300	300
TOTALES		69,029	69,970	70,886	71,821	72,771
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0	20,084	21,395	22,769	24,165	25,588
D. EGRESOS NO OPERACIONALES						
15% de Utilidades		2,638	2,808	3,014	3,224	3,437
25% Impto Renta		3,737	3,978	4,270	4,567	4,869
Inversión en Activo Fijo	(11,110)					
Inversión en Activo Diferido	(4,500)					
Capital de Trabajo	(17,080)					17,080
TOTALES	(32,690)	6,374	6,786	7,285	7,791	8,774
FLUJO DE FONDOS	(32,690)	13,710	14,608	15,484	16,374	16,814

ELABORADO POR: Nadia González

4.3 Evaluación Financiera

4.3.1 Determinación de la Tasa de Descuento

“La tasa de descuento es utilizada para calcular el valor presente de un importe futuro. A mayor tasa de descuento, menor precio del instrumento.”⁶³

⁶³ Chain Nassir Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos

Tabla N° 131 Tasa de descuento con Financiamiento

DETALLE	% APORTACIÓN	TMAR	PONDERACION
Recursos Propios	60%	12.00%	7.20%
Financiamiento	40%	10.50%	4.20%
TMAR GLOBAL			11.40%

ELABORADO POR: Nadia González

La tasa mínima de descuento estimada es de 11.40%, la cual se calcula tomando en cuenta el 12% de la TMAR de recursos propios, y el 10.50% correspondiente a la tasa activa bancaria de la Corporación Nacional Financiera, que fue la entidad Bancaria escogida para el financiamiento.

Tabla N° 132 Tasa de descuento sin Financiamiento

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO			
TMAR=	BONOS	+	RIESGO
TMAR=	8.00%	+	4%
TMAR=	12.00%		

ELABORADO POR: Nadia González

La tasa mínima de descuento estimada es de 12%, la cual se calcula tomando en cuenta los bonos del Estado que es el 8% y el 4% de una tasa de premio al riesgo.

4.3.2 Evaluación Financiera del Proyecto

La evaluación financiera de proyectos se constituye en una etapa de tipo de comprobación y tiene como principal objetivo, verificar y dar la viabilidad de la información junto con los datos consignados en el presente estudio.

4.3.2.1 Criterios de Evaluación

Cada uno de los criterios que se tomarán en cuenta para la evaluación nos darán a conocer, si la inversión que se realizará en este caso con financiamiento es viable y dará la rentabilidad prevista. Se utilizarán tanto los métodos dinámicos como estáticos.

4.3.2.1.1 Valor Actual Neto

“En términos generales, el Valor Actual Neto es un método de evaluación mediante el cual se mide la viabilidad económica financiera de invertir en un proyecto determinado.”⁶⁴

$$VAN = \frac{(B_0 - C_0)}{(1+i)^0} + \frac{(B_1 - C_1)}{(1+i)^1} + \frac{(B_2 - C_2)}{(1+i)^2} + \dots + \frac{(B_n - C_n)}{(1+i)^n} - IIN$$

Donde:

B_n = Beneficio del año n

C_n = Costo o egreso del año n

B_n - C_n = Beneficio neto obtenido en el año n.

Según el resultado obtenido se pueden sacar las conclusiones pertinentes tomando en cuentas que:

1. Si $VAN > 0$, el proyecto se debe aceptar.
2. Si $VAN = 0$, el proyecto no se acepta, resulta mejor escoger otras alternativas de inversión, ya que esa no genera beneficio alguno.
3. Si $VAN < 0$, el proyecto no vale la pena, ya que las otras alternativas de inversión arrojan mayor beneficio.

⁶⁴ www.wikipedia.com

Tabla N° 133 Cálculo del valor actual neto (VAN) con financiamiento

AÑO	ING.	EGRESOS	BENEFICIO	ING.	EGRE.	BENEFICIOS
				ACTULES	ACTUALES	ACTUALES
0		-13,076	13,076	0	13,076	-13,076
1	89,113	80,639	8,474	79,994	72,387	7,607
2	91,365	81,730	9,635	73,622	65,858	7,764
3	93,655	82,882	10,774	67,745	59,952	7,793
4	95,986	84,061	11,926	62,326	54,582	7,744
5	98,358	77,232	21,126	57,330	45,017	12,314
TOTALES				341,017	310,872	30,145
				VAN		43,221

ELABORADO POR: Nadia González

ANÁLISIS: El VAN obtenido es mayor cero, lo que nos da como conclusión que el presente proyecto es aceptable, y generará el beneficio deseado de \$43.221, luego de recuperar la inversión.

Tabla N° 134 Cálculo del valor actual neto (VAN) SIN financiamiento

AÑO	ING.	EGRESOS	BENEFICIO	ING.	EGRE.	BENEFICIOS
				ACTULES	ACTUALES	ACTUALES
0		-32,690	32,690		-32,690	32,690
1	89,113	75,404	13,710	79,565	67,325	12,241
2	91,365	76,756	14,608	72,835	61,190	11,646
3	93,655	78,171	15,484	66,662	55,641	11,022
4	95,986	79,612	16,374	61,001	50,595	10,406
5	98,358	81,544	16,814	55,811	46,271	9,541
TOTALES				335,875	248,330	87,545
				VAN		120,235

ELABORADO POR: Nadia González

ANÁLISIS: El VAN obtenido es mayor cero, lo que nos da como conclusión que el presente proyecto es aceptable, y generará el beneficio deseado de \$120.235.

4.3.2.1.2 Tasa Interna de Retorno

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.”⁶⁵

Se realizó el cálculo del TIR aplicando la siguiente fórmula:

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) * \frac{VAi}{VAi - VAs}$$

Donde:

TDi = Tasa de descuento inicial

TDs = Tasa de descuento superior

VAi = Valor actual inicial

Vas = Valor actual superior

Al igual que el VAN la TIR, también tiene ciertos parámetros de donde se pueden sacar conclusiones, y estas son:

1. Si $TIR > TMAR$: El proyecto es aceptable, ya que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida.
2. Si $TIR < TMAR$: El proyecto se rechaza, ya que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida. La TMAR representa es el coste de oportunidad.
3. Si $TIR = TMAR$: El proyecto es Indiferente, ya que el proyecto da una rentabilidad igual a la rentabilidad mínima requerida, no genera ni ganancias ni pérdidas.

⁶⁵ www.wikipedia.com

Tabla N° 135 Tasa Interna de Retorno con Financiamiento

AÑOS	BENEFICIO NETO	TASA DESCUENTO		
		70.50%	71.95%	72.00%
0	-13,076	-13,076	-13,076	-13,076
1	8,474	4,970	4,928	4,927
2	9,635	3,314	3,259	3,257
3	10,774	2,174	2,119	2,117
4	11,926	1,411	1,364	1,363
5	21,126	1,466	1,405	1,403
TOTALES		260	0	-9

ELABORADO POR: Nadia González

De donde reemplazando en la fórmula de la TIR se obtiene:

$$TIR = 0.705 + (0.720 - 0.705) \frac{260}{260 - (-9)}$$

$$TIR = 71.95\%$$

Reemplazando este valor en la fórmula del VAN, comprobamos que esta se hace cero.

TIR		TMAR
71.95%	>	11,40%

ANÁLISIS: La TIR que se obtuvo es de 71.05% reemplazando este indicador en la fórmula del VAN nos da cero, lo que nos da como conclusión que el proyecto es aceptable poseyendo un alto porcentaje de rentabilidad.

Tabla N° 136 Tasa Interna de Retorno sin Financiamiento

AÑOS	BENEFICIO NETO	TASA DESCUENTO		
		34.00%	35.74%	35.80%
0	-32,690	-32,690	-32,690	-32,690
1	13,710	10,231	10,100	10,095
2	14,608	8,136	7,928	7,921
3	15,484	6,435	6,191	6,183
4	16,374	5,079	4,823	4,815
5	16,814	3,892	3,649	3,641
TOTALES		1,083	0	-35

ELABORADO POR: Nadia González

De donde reemplazando en la fórmula de la TIR se obtiene:

$$TIR = 0.34 + (0.358 - 0.34) \frac{1083}{1083 - (-35)}$$

$$TIR = 35.74\%$$

Reemplazando este valor en la fórmula del VAN, comprobamos que esta se hace cero.

TIR		TMAR
35.74%	>	12%

ANÁLISIS: La TIR que se obtuvo es de 35.74% reemplazando este indicador en la fórmula del VAN nos da cero, lo que nos da como conclusión que el proyecto es aceptable poseyendo un alto porcentaje de rentabilidad.

4.3.2.1.3 Relación Beneficio / Costo

“La relación Beneficio/costo está dada por la relación de los Ingresos y los Egresos calculados. El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1.”⁶⁶

Los criterios de selección son:

1. B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
2. B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
3. B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

Tabla N° 137 Beneficio/Costo con financiamiento

AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES
0	-	13,076	-13,076
1	79,994	72,387	7,607
2	73,622	65,858	7,764
3	67,745	59,952	7,793
4	62,326	54,582	7,744
5	57,330	45,017	12,314
SUMA	341,017	310,872	43,221
R. B/C			1.10

ELABORADO POR: Nadia González

Para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$CBCE = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados} + \text{Inversión Total}}$$

$$CBCE = 1.10$$

⁶⁶ www.gestipolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm - 56k

ANÁLISIS: Con el resultado obtenido de 1.10, siendo este mayor que uno, nos da como conclusión que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio adicional de \$0.10 dólares.

Tabla N° 138 Beneficio/Costo sin financiamiento

AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES
0	-	-32,690	32,690
1	79,565	67,325	12,241
2	72,835	61,190	11,646
3	66,662	55,641	11,022
4	61,001	50,595	10,406
5	55,811	46,271	9,541
SUMA	335,875	248,330	54,855
R. B/C			1.35

ELABORADO POR: Nadia González

Para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$CBCE = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados} + \text{Inversión Total}}$$

$$CBCE = 1.35$$

ANÁLISIS: Con el resultado obtenido de 1.35, siendo este mayor que uno, nos da como conclusión que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio adicional de \$0.35 dólares.

4.3.2.1.4 Período de Recuperación de la Inversión

“Este método permite determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.”⁶⁷

⁶⁷ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

Tabla N° 139 Período de Recuperación con Financiamiento

AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES	ACTUALIZADO
0	-	32,690	-32,690	
1	79,994	72,387	7,607	7,607
2	73,622	65,858	7,764	15,371
3	67,745	59,952	7,793	23,164
4	62,326	54,582	7,744	30,907
5	57,330	45,017	12,314	43,221
			RESPUESTA	4 AÑOS 2 MESES

ELABORADO POR: Nadia González

Aplicando la fórmula:

$$PRR = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo Neto Actualizado del Primer Año}}{\text{Flujo Neto Actualizado del Siguien te Año}}$$

$$PRR = \left(\frac{32.690 - 30.907}{12.314} \right) \times 12$$

$$PRR = 2$$

ANÁLISIS: Con el resultado de 2, y tomando en cuenta que el valor de la inversión se encuentra dentro del segundo año. La inversión se recuperará en 4 años 2 meses aproximadamente.

Tabla N° 140 Período de Recuperación sin Financiamiento

AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES	ACUMULADO
0		32,690	-32,690	
1	79,565	67,325	12,241	12,241
2	72,835	61,190	11,646	23,886
3	66,662	55,641	11,022	34,908
4	61,001	50,595	10,406	45,314
5	55,811	46,271	9,541	54,855
			RESPUESTA	2 AÑOS 10 MESES

ELABORADO POR: Nadia González

Aplicando la fórmula:

$$PRR = \left(\frac{32.690 - 23.886}{11.022} \right) \times 12$$

$$PRR = 10$$

ANÁLISIS: Con el resultado de 10, y tomando en cuenta que el valor de la inversión se encuentra dentro del primer año. La inversión se recuperará en 2 años 10 meses aproximadamente.

4.3.2.3.5 Análisis de Sensibilidad

“El análisis de sensibilidad revela el efecto que tienen las variaciones sobre la rentabilidad en los pronósticos de las variables relevantes. La evaluación del proyecto será sensible a las variaciones de uno o más parámetros sí, al incluir estas variaciones en el criterio de evaluación empleado, la decisión inicial cambia. La importancia de este análisis se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados.”⁶⁸

Para el análisis de sensibilidad se tomaron en cuenta las siguientes variaciones como:

- Disminución en el Precio de Venta del 10%.
- Disminución del Volumen de Ventas del 35%.
- Aumento en el Costo de la Materia Prima del 20%.
- Aumento en los Sueldos del 10%.

⁶⁸ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

Tabla N° 141 Análisis de sensibilidad con Financiamiento

VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	71.95%	43221	4 AÑOS 2 MESES	1.10	Viable
Precio de venta (-10%)	23.91%	18297	Más de 5 años	1.02	Viable
Volumen de ventas (-35%)	14.50%	14296	Más de 5 años	1	Sensible
Costo Materia Prima (+20%)	34.67%	23326	Más de 5 años	1.03	Viable
Sueldos (+10%)	51.62%	33101	5 Años	1.06	Viable

ELABORADO POR: Nadia González

Tabla N° 142 Análisis de Sensibilidad sin Financiamiento

VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	35.74%	120235	2 AÑOS 10 MESES	1.35	Viable
Precio de venta (-10%)	8.93%	-2337	Más de 5 años	0.99	No Viable
Volumen de ventas (-35%)	3.25%	-6271	Más de 5 años	0.98	No Viable
Costo Materia Prima (+20%)	15.24%	100676	4 Años 4 meses	1.25	Viable
Sueldos (+10%)	25.47%	110265	3 Años 6 meses	1.3	Viable

ELABORADO POR: Nadia González

ANÁLISIS:

- En caso que el precio de venta disminuya en tal porcentaje, la empresa procederá a bajar los gastos: administrativos, publicidad, optimizando al máximo los insumos. Para de esta manera controlar el precio final.
- Ante la posibilidad de que el volumen de ventas disminuya en tal porcentaje, se optará por promocionar más el producto, con promociones de: el segundo a mitad de precio, o un producto de obsequio en cada compra, tanto para las empresas como para la venta directa, con el fin de estimular la adquisición del producto.
- Si el costo de la materia prima aumentará, se optaría por la búsqueda de nuevos proveedores, para de esta manera no verse en la obligación de aumentar el precio del Enrollado de

Pollo. Sin embargo de ser este aumento causa externa, se buscaría la manera de bajar los gastos administrativos, publicidad, para de esta manera no subir el precio de venta del Enrollado.

- La estrategia que se tomaría en caso que los sueldos aumentarán es de negociar con los trabajadores, estableciendo políticas de bonos extra por cumplimiento de metas, así de esta manera se motivará al personal y aumentará la productividad de la empresa.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- En el Estudio de Mercado se determinó que los segmentos objetivos para la incursión en el mercado del Enrollado de Pollo son:
 - Empresas (Catering, Hosterías, Organización de Eventos) con el 80% de la producción, donde se pretende iniciar con el 6.86% de la demanda insatisfecha.
 - Venta Directa con el 20% respectivamente, iniciando con el 6.88% de la demanda insatisfecha.

De los resultados de entrevistas y encuestas realizadas se determinó la aceptación del Enrollado de Pollo en el Mercado.

- La empresa se ubicará en el Cantón Rumiñahui, ciudad de Sangolquí, en la Av. General Enríquez y Venezuela, en donde se encontrará estratégicamente ubicada, esto se determinó por un análisis realizado, principalmente por la disponibilidad y cercanía a cada uno de los requerimientos para la ejecución del proyecto.
- Se formará un micro-empresa constituida como Compañía Limitada, definiendo la razón social como “Sabor Sureño Cía. Ltda.”, identificando la actividad de la empresa, además de establecer las estrategias óptimas para la incursión del Enrollado de Pollo en el mercado.

- Cada uno de los resultados obtenidos en el estudio financiero reflejan la rentabilidad y viabilidad del proyecto, incluso en casos extremos que se plantean en el análisis de sensibilidad.

5.2 RECOMENDACIONES

- Una vez confirmada la rentabilidad del proyecto, se recomienda la ejecución inmediata de este, para de esta manera aportar con el aumento de la productividad económica del sector, con la generación de nuevas fuentes de trabajo.
- Para la incursión del Enrollado de Pollo en el Mercado, se recomienda realizar degustaciones tanto para: las empresas, como para la venta directa. Así de esta manera se promociona la calidad y sobre todo la peculiaridad de su exquisito sabor.
- Además se recomienda, enfocar a la empresa en para brindar un producto y un servicio de calidad diferenciado, basado en el valor agregado y retroalimentación continua.

BIBLIOGRAFÍA

- **LIBROS:**

CALLAZOS Cerrón Jesús: El Estudio de Mercado en los Proyectos de Inversión, segunda edición, 2004, Lima, Editorial San Marcos.

SAPAG Chain Nassir; SAPAG Chain Reinaldo: Preparación y Evaluación de Proyectos, quinta edición, 2007, Bogotá, Editorial Mc Graw-Hill

MALHOTRA Naresh K.: Investigación de Mercados – Un enfoque Aplicado, Cuarta edición, 2004, Editorial Pearson Educación.

MENESES Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos, tercera edición, 2005, Quito, Quality Print. Quito.

PRIETO Jorge Eliecer: Los proyectos: La razón de ser del presente, primera edición, 2005, ECOE Ediciones Colección Textos Universitarios.

BACA Urbina Gabriel: Evaluación de proyectos, Tercera Edición, 1995, México D.F Colección McGraw-Hill.

CALDA MOLINA Marco: Preparación y Evaluación de Proyectos.

ALEGRE F. Jenner: Formulación y Evaluación de proyectos de inversión, 1997, Lima, Editorial América.

REYES Ponce Agustin: Administración de Empresas, 1992, México, Editorial Limusa México, D. F. 1992

McCarthy Jerome y Perreault William: Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Practica, editorial Mac Graw Hill.

BOLAÑOS Gastón: La didáctica de los costos

- **INSTITUCIONES**

Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

Cuerpo de Bomberos del Cantón Rumiñahui.

Determinación de Recursos (Rentas) Unidad de Atención al Ciudadano del Ilustre Municipio de Rumiñahui.

- **INTERNET**

www.sri.com

www.bce.com

www.inec.gov.ec

www.monografias.com

www.degerencia.com

www.promonegocios.net

www.hoy.com.ec

www.marketing-xxi.com

www.lasuiza.net

www.wikipedia.com

www.supercias.gov.ec

www.elprisma.com

www.gestiopolis.com

ANEXOS

ANEXO 1

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Fecha: 17 de Octubre del 2009.

Generalidades	<p>La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.</p> <p>La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.</p> <p>La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.</p>
Sobre los Socios	<p>Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.</p>

<p style="text-align: center;">Capital</p>	<p>El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.</p> <p>Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. La participación de cada socio es transmisible por herencia.</p>
<p style="text-align: center;">Derechos y Obligaciones de los Socios</p>	<p>Derechos:</p> <p>A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto.</p> <p>A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;</p> <p>A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan.</p> <p>Obligaciones:</p> <p>Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley.</p> <p>Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social.</p>

	Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración.
Administración	<p>La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.</p> <p>Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.</p>

FUENTE: Superintendencia de Compañías

Elaborado Por: Nadia González

- Inscripción del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Fuente: Servicio de Rentas Internas - sucursal San Rafael.

Fecha: 14 de Octubre del 2009.

- Ecuatorianos y extranjeros residentes presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Los ecuatorianos presentarán además el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecido en la Ley de Elecciones.
- Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección del domicilio actual y de cada uno

de los establecimientos en el que realiza la actividad económica: Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, estados de cuenta bancaria o de tarjetas de crédito hasta de tres meses anteriores a la fecha del registro, comprobante del pago del impuesto predial correspondiente al año en que se realiza el registro o del inmediato anterior, contrato de arrendamiento inscrito ante la respectiva oficina de inquilinato o notarizado, según corresponda. Cualquiera de estos documentos a nombre del sujeto pasivo.

Siempre que no haya sido posible la entrega de cualquiera de estos documentos, presentará una carta simple donde el propietario declare que ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble, donde conste nombres y apellidos completos, número de cédula y firma del cedente y de la persona a la cual está cediendo y adjuntar copia del documento de identificación del cedente, así como copia de cualquiera de los documentos señalados anteriormente (excepto en los estados de cuenta y televisión por cable), que reflejen la dirección del local objeto de la cesión.

- Documentos Adicionales (De acuerdo a las características del Contribuyente).

ANEXO 2

MATRIZ DE PLANTEAMIENTO DEL CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA										
OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALA	TIPO DE PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS				
Determinar las características de las potenciales empresas clientes	Características	Tipo de Empresa	Nominal	Tipo de Empresa	Hostería Serv. Catering Org. Eventos	Tipo de empresa vs Adquisición				
		Sector	Nominal	Sector de Ubicación	Sangolquí La Merced San Rafael Conocoto	Sector vs Adquisición				
		Ingreso	Razón	¿Cuál es el ingreso mensual de la empresa?	0-500 501-1500 1501-3000 3001-7000 7001 o más	Ingreso vs Cantidad				
		Establecer el conocimiento de las empresas sobre el producto	Conocimiento	Conocimiento	Nominal	¿Conoce sobre el Enrollado de Pollo?	Sí No	Conocimiento vs Ingreso		
				Presentación en menús	Nominal	¿Ha presentado el Enrollado de Pollo en el menú de su empresa?	Sí No	Tipo de empresa vs Presentación menús		
		Establecer los atributos del Enrollado de Pollo que demandan las empresas	Atributos	Combinación	Nominal	¿Qué combinación de ingredientes le gustaría el Enrollado de Pollo?	Carnes: Pollo, res, cerdo; tocino, chorizo ahumado, vainita, pimienta, condimento	Combinación vs Precio		
							Carnes: Pollo, res; tocino, chorizo ahumado, vainita, pimienta, condimento			
							Carnes: Pollo, cerdo; tocino, chorizo ahumado, vainita, pimienta, condimento			
				Adquisición	Nominal	¿Cómo le gustaría adquirir el producto?	Otra ¿Cuál? Piezas Enteras Medias Piezas Rodajas (libras)	Adquisición vs Cantidad		
Determinar la aceptación del Enrollado de Pollo en el mercado	Demanda	Cantidad	Razón	¿En que cantidad?		Cantidad vs Tipo de Empresa				
		Aceptación	Nominal	¿Le gustaría que en sector del Valle de los Chillos tenga una empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo para que le provea del producto?	Sí No	Pregunta Base				
					Frecuencia de Compra		Nominal	¿Con qué frecuencia adquiriría el Enrollado de Pollo?	Semanal Quincenal Mensual Menus Especiales	Frecuencia vs Cantidad
									Precio	

Establecer la competencia del Enrollado de Pollo	Oferta	Competencia	Nominal	Indique el nombre de la fábrica o empresa que le provee de Enrollado de Pollo		Competencia vs Adquisición competencia
		Calidad	Nominal	El producto que le ofrece dicha fábrica o empresa es:	Excelente	Calidad vs Frecuencia Compra Competencia
					Muy Bueno	
					Bueno	
		Servicio	Nominal	El servicio de entrega que le ofrece dicha fábrica o empresa es:	Regular	Servicio vs Adquisición Competencia
					Excelente	
					Muy Bueno	
		Precio Competencia	Nominal	¿Cuánto paga por ese producto?		Precio Competencia vs Precio
		Adquisición Competencia	Nominal	La adquisición del Enrollado es por:	Piezas Enteras	Adquisición Competencia vs Frecuencia de Compra Competencia
					Medias Piezas	
Rodajas (libras)						
Cantidad Competencia	Razón	¿En que cantidad?		Cantidad competencia vs Adquisición Competencia		
Frecuencia de Compra Competencia	Nominal	¿Con qué frecuencia adquiriría el Enrollado de Pollo?	Semanal	Frecuencia de Compra Competencia vs Cantidad		
			Quincenal			
			Mensual			
			Menus Especiales			

MATRIZ DE PLANTEAMIENTO DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA									
OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALA	TIPO DE PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS			
Determinar las características de las potenciales empresas clientes	Características	Edad	Razón	Edad					
		Género	Nominal	Género	Femenino Masculino	Género vs Adquisición			
		Sector	Nominal	Sector de Residencia	Sangolquí San Rafael Conocoto La Merced	Sector vs Adquisición			
		Ingresos	Razón	¿Cuál es su ingreso mensual?	0-500 501-1500 1501-3000 3001-7000 7001 o más	Ingreso vs Frecuencia de Compra			
		Establecer el conocimiento de las empresas sobre el producto	Conocimiento	Conocimiento	Nominal	¿Conoce sobre el Enrollado de Pollo?	Sí No	Conocimiento vs Ingreso	
				Degustación	Nominal	¿Ha consumido Enrollado de Pollo?	Sí No	Degustación vs Sector	
		Establecer los atributos del Enrollado de Pollo que demandan las empresas	Atributos	Combinación	Nominal	¿Qué combinación de ingredientes le gustaría el Enrollado de Pollo?	Carnes: Pollo, res, cerdo; tocino, chorizo ahumado, vainita, pimienta, condimento	Combinación vs Frecuencia de Compra	
Carnes: Pollo, res; tocino, chorizo ahumado, vainita, pimienta, condimento									
Carnes: Pollo, cerdo; tocino, chorizo ahumado, vainita, pimienta, condimento	Combinación vs Precio								
Adquisición	Nominal			¿Cómo le gustaría adquirir el producto?	Piezas Enteras Medias Piezas Rodajas (libras)	Adquisición vs Frecuencia de Compra			
Determinar la aceptación del Enrollado de Pollo en el mercado	Demanda	Aceptación	Nominal	¿Le gustaría que en sector del Valle de los Chillos tenga una empresa Productora y Comercializadora de Enrollados de Pollo para que le provea del	Sí No	Pregunta Base			
					Frecuencia de Compra	Nominal	¿Con qué frecuencia adquiriría el Enrollado de Pollo?	Semanal Quincenal Mensual Menús Especiales	Frecuencia de Compra vs Precio
								Precio	Nominal

Establecer la competencia del Enrollado de Pollo	Oferta	Competencia	Nominal	Indique el nombre de la fábrica o empresa que le provee de Enrollado de Pollo		Competencia vs Adquisición competencia
		Calidad	Nominal	El producto que le ofrece dicha fábrica o empresa es:	Excelente	Calidad vs Frecuencia Compra Competencia
					Muy Bueno	
					Bueno	
					Regular	
		Servicio	Nominal	El servicio de entrega que le ofrece dicha fábrica o empresa es:	Excelente	Servicio vs Adquisición Competencia
					Muy Bueno	
Bueno						
Regular						
Precio Competencia	Nominal	¿Cuánto paga por ese producto?		Precio Competencia vs Precio		
Adquisición Competencia	Nominal	La adquisición del Enrollado es por:	Piezas Enteras	Adquisición Competencia vs Frecuencia de Compra Competencia		
			Medias Piezas			
			Rodajas (libras)			
Cantidad Competencia	Razón	¿En que cantidad?		Cantidad competencia vs Adquisición Competencia		
Frecuencia de Compra Competencia	Nominal	¿Con qué frecuencia adquiriría el Enrollado de Pollo?	Semanal	Frecuencia de Compra Competencia vs Cantidad		
			Quincenal			
			Mensual			
			Menus Especiales			

ANEXO 3

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

Art. 396.- El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño.

En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño. La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas.

Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente. Las acciones legales para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles.

Art. 397.- En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a:

1. Permitir a cualquier persona natural o jurídica, colectividad o grupo humano, ejercer las acciones legales y acudir a los órganos judiciales y administrativos, sin perjuicio de su interés directo, para obtener de ellos la tutela efectiva en materia ambiental, incluyendo la posibilidad de solicitar medidas cautelares que permitan cesar la amenaza o el daño ambiental materia de litigio. La carga de la prueba sobre la inexistencia de daño potencial o real recaerá sobre el gestor de la actividad o el demandado.
2. Establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales.

3. Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente.

4. Asegurar la intangibilidad de las áreas naturales protegidas, de tal forma que se garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas de los ecosistemas. El manejo y administración de las áreas naturales protegidas estará a cargo del Estado.

5. Establecer un sistema nacional de prevención, gestión de riesgos y desastres naturales, basado en los principios de inmediatez, eficiencia, precaución, responsabilidad y solidaridad.

Art. 398.- Toda decisión o autorización estatal que pueda afectar al ambiente deberá ser consultada a la comunidad, a la cual se informará amplia y oportunamente. El sujeto consultante será el Estado. El Estado valorará la opinión de la comunidad según los criterios establecidos en la ley y los instrumentos internacionales de derechos humanos. Si del referido proceso de consulta resulta una oposición mayoritaria de la comunidad respectiva, la decisión de ejecutar o no el proyecto será adoptada por resolución debidamente motivada de la instancia administrativa superior correspondiente de acuerdo con la ley.

Art. 399.- El ejercicio integral de la tutela estatal sobre el ambiente y la corresponsabilidad de la ciudadanía en su preservación, se articulará a través de un sistema nacional descentralizado de gestión ambiental, que tendrá a su cargo la defensoría del ambiente y la naturaleza.

ANEXO 4

PROFORMAS