



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

**Instituto Superior Tecnológico  
Honorable Consejo Provincial de Pichincha**

**Carrera de Administración de Empresas**

**Plan de proyecto de grado para La obtención del Título de Tecnólogo (A)  
En Administración de Empresas**

**TEMA: Plan de negocios para la creación de un asadero de pollos en el  
sector la Villaflora del DMQ.**

**Estudiante: Bravo Collaguazo, María Cecilia**

**Tutor: Miranda Pineda, Iván Patricio**

**PROMOCIÓN:35 AE1**

**QUITO – ECUADOR**

**(Agosto – 2020)**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de estudio va dedicado a Dios primeramente por haberme permitido llegar hasta este punto con salud para alcanzar uno de mis principales metas profesionales y culminar con éxito mi tesis.*

*A mi hijo por su apoyo constante y por su gran amor, a quien con el ejemplo de la constancia y la perseverancia se llega a cumplir con los objetivos y en un mañana el también llegue a cumplir todas sus metas.*

*A mi madre Carmen Collaguazo por apoyarme, en toda esta lucha y alcanzar mis metas por guiarme de la mejor manera y estar conmigo en todo momento, por su ejemplo y perseverancia en todo lo que se propone y a mi padre Agustín Bravo por siempre estar conmigo en todo momento.*

*Y*

*A el Instituto Superior Tecnológico Pichincha por permitirme ser parte de una de las generaciones de triunfadores y gente productiva para el país.*

*María Cecilia, Bravo*



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

## **AGRADECIMIENTOS**

*Al terminar esta etapa de estudios primero quiero agradecer a Dios por permitirme culminar otra meta más en el ámbito profesional y por ponerme en el camino a buenas personas que contribuyeron incondicionalmente en cosas positivas.*

*Agradecer a mi familia por apoyarme en todos los momentos difíciles, en los momentos que decaía y sentía no poder continuar gracias por ese apoyo incondicional, por los consejos positivos que me ayudaron a terminar esta etapa de mi vida profesional.*

*Al instituto Tecnológico Pichincha, cuyas enseñanzas fomentaron a la creación del emprendimiento brindándome los conocimientos necesarios durante toda la carrera, por hacer de mi un profesional responsable con principios y valores.*

*A mi tutor de tesis el Ing. Iván Miranda quien con sus conocimientos y su experiencia y su paciencia motivo al lograr que culmine mis estudios con éxito.*

*Y gracias a todos los profesores que me ayudaron en toda la carrera con sus conocimientos han aportado de una manera positiva para mi vida profesional.*

**GRACIAS POR TODO SU APOYO**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

### **AUTORA INTELECTUAL**

Yo, María Cecilia Bravo Collaguazo en calidad de autor del trabajo de investigación realizada sobre “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN ASADERO DE POLLO ASADO EN EL SECTRO LA VILLAFLORA”, por la presente autorizo al Instituto Tecnológico Pichincha, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los contenidos esta obra, con fines estrictamente de investigación.

Los derechos de autor me corresponden, con excepción de la presente autorización seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos que pertenecen a ley de propiedad intelectual.

En la ciudad de Quito, 10 de agosto de 2020.

1722201652

[Cecylubravo22@hotmail.com](mailto:Cecylubravo22@hotmail.com)

Celular: 0993675084



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación, aprobado por el Honorable Concejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” certifico: que el trabajo de investigación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN ASADERO DE POLLOS EN EL SECTOR LA VILLAFLORA DEL DMQ”, presentado por la señora María Cecilia Bravo Collaguazo de la promoción 35AE1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometida a la del tribunal de titulación que el señor rector designe.

En la ciudad de Quito a los 11 días del mes de agosto de 2020.

---

Ing. Iván Patricio Miranda Pineda

CI No. 1705255550



## Contenido

1. CAPITULO I .....	13
2. TEMA: .....	13
3. PROBLEMA.....	13
4. JUSTIFICACION .....	14
5. OBJETIVOS .....	15
1. O BJETIVO GENERAL.....	15
2. OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO.....	15
6. CAPTITULO II.....	16
1. MARCO TEÓRICO.....	16
1. FUNDAMENTACION TEORICA.....	16
2. La Investigación de Mercado .....	16
3. Fundamentos de la Mercadotecnia:.....	16
4. Estrategias y modelos de Emprendimiento .....	16
5. Gestión Administrativa .....	16
6. Plan de Negocios.....	17
2. Ubicación Asadero De Pollos Sector La Villaflora .....	17
1. Factor económico.....	19
3. MARCO CONCEPTUAL.....	19
1. Capital de Trabajo.....	19
2. Ley de la Demanda .....	19
3. Financiamiento.....	19
4. Marketing.....	19
5. Ley de Oferta .....	20
6. Productos y servicios .....	20
7. Procesos y procedimientos.....	20
8. Procesos .....	20
9. Procedimiento .....	20
10. Proceso Legal.....	20
11. Personal Estratégico.....	20
12. Recurso Humano.....	21



13.	El VAN .....	21
14.	TIR .....	21
4.	MARCO LEGAL.....	21
1.	MARCO LEGAL INTERNO DEL PROYECTO.....	21
2.	CODIGO DE TRABAJO.....	21
3.	LEY DEL CONSUMIDOR .....	22
5.	MARCO TEMPORAL – ESPACIAL. ....	22
7.	ESTRATEGIA METODOLOGICA.....	22
1.	UNIDAD DE ANALISIS .....	22
1.	UNIVERSO Y MUESTRA .....	22
2.	MUESTRA .....	22
3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACION .....	23
4.	TIPOS DE INVESTIGACION .....	23
5.	LINEA DE INVESTIGACION .....	23
8.	CAPITULO III.....	24
9.	ESTUDIO DE MERCADO .....	24
1.	Objetivos General .....	24
2.	Objetivos Específicos.....	24
3.	Características del producto .....	24
4.	Beneficios del producto .....	24
5.	Composición del producto .....	25
6.	Determinación del mercado objetivo: .....	26
7.	Tipos de Segmentación de mercado.....	27
8.	Segmentación Demográfica: .....	28
9.	La Encuesta:.....	30
2.	Tamaño de la muestra: .....	31
1.	Diseño de la encuesta:.....	31
3.	Tabulación de la encuesta: .....	34
1.	Análisis de la demanda. ....	39
2.	Demanda proyectada.....	41
3.	Análisis de la Oferta.....	41
4.	Oferta Proyectada.....	42
5.	Plan de Marketing .....	44
10.	CAPITULO IV.....	49



11.	ESTUDIO TÉCNICO .....	49
1.	CUAL ES EL TAMAÑO DEL NEGOCIO .....	49
2.	TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO .....	50
3.	Micro localización .....	51
4.	Distribución área Administrativa y áreas necesarias para la implementación del local: .....	53
2.	ESTUDIO ORGANIZATIVO .....	58
1.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA .....	58
2.	Misión .....	58
3.	Visión .....	58
4.	PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS .....	58
3.	OBJETIVOS EMPRESARIALES .....	59
1.	Objetivos Específicos .....	59
2.	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA .....	59
3.	ORGANICO ESTRUCTURAL .....	60
4.	Organigrama Estructural .....	60
5.	ORGANICO FUNCIONAL .....	61
12.	CAPITULO V .....	65
13.	ESTUDIO ECONOMICO .....	65
1.	Inversión. ....	65
1.	Activos Fijos .....	66
2.	Muebles y Enseres .....	66
3.	Equipos de Cómputo. - .....	66
4.	Equipos de Oficina.- .....	67
5.	Menaje .....	67
6.	ACTIVOS DIFERIDOS .....	68
7.	Gastos y Costos del Proyecto. - .....	69
8.	Gastos Administrativos. - .....	69
9.	Gastos Financieros. - .....	70
10.	Costos de Operación o Producción. - .....	71
11.	Capital de Trabajo. - .....	71
12.	Financiamiento del Proyecto. - .....	71
13.	Evaluación Financiera. - .....	72
14.	Estado de Situación Inicial. - .....	73
2.	Estado de Pérdidas y Ganancias. - .....	73





1. Cálculo del Punto de Equilibrio. -.....	74
2. Flujo de Caja.-.....	76
3. FLUJO DE EFECTIVO .....	76
4. El VAN .....	77
5. TIR .....	77
.....	77
6. Relación Beneficio – Costo. - .....	78
3. TASA DE INVERSION RELACION COSTO Y BENEFICIO .....	78
1. Periodo Real de Recuperación de la Inversión. - .....	79
CONCLUSIONES .....	80
RECOMENDACIONES.....	81
14. Bibliografía .....	82
Referencias.....	85
Trabajos citados .....	88

#### INDICE DE TABLAS

Tabla 1, variables de Segmentación Geográfica.....	27
Tabla 2, Segmentación Demográfica.....	28
Tabla 3, Universo y muestras aceptación mercado.....	39
Tabla 4, Aceptación Asadero de pollos en el Mercado .....	40
Tabla 5, Frecuencia de compra de pollo asado .....	40
Tabla 6, Frecuencia de compra anual de pollo asado .....	40
Tabla 7, Demanda proyectada de consumo de pollo asado. ....	40
Tabla 8, Proyección de la demanda .....	41
Tabla 9, Oferta Anual de pollo asado .....	42
Tabla 10, Oferta proyectada.....	42
Tabla 11, Demanda Insatisfecha .....	43
Tabla 12, Proyección de Oferta a ser cubierta .....	43
Tabla 13, Analisis de precios Competencia .....	44
Tabla 14, Capacidad del proyecto.....	49
Tabla 15; Factores de Localización .....	51
Tabla 16, Microlocalización .....	52
Tabla 17, Materiales que se utilizarn para la producción de pollo asado .....	53
Tabla 18, Materiales área de ventas .....	55
Tabla 19, Materiales del área Administrativa .....	57
Tabla 20, Activos Fijos, Asadero de Pollos Bravo&Bravo .....	66
Tabla 21, Muebles de Oficina Asadero Pollos Bravo%Bravo.....	66
Tabla 22, Equipos de Computo Asadero de Pollos Bravo&Bravo .....	67



Tabla 23, Gastos de mano de obra .....	69
Tabla 24, gGastos Administrativos Operacionales .....	69
Tabla 25, Tabla de Amortizcaión.....	70
Tabla 26, Presupuesto de Costos de Producción Pollos asado Bravo&Bravo.....	71
Tabla 27, Inversión Capital de Trabajo.....	71
Tabla 28, Tabla de Amortización.....	72
Tabla 29, Amortizacion prestamo .....	72
Tabla 30, Estado de Perdidas y ganancias Proyectado .....	74
Tabla 31, Punto de Equilibrio .....	75
Tabla 32, Costos variables .....	75
Tabla 33, determinación Costo Actual neto sin financiamiento .....	76
Tabla 34, flujo de Efectivo.....	76
Tabla 35, Valor Actual Neto .....	77
Tabla 36, Periodo de recuperación sin financiamiento .....	79

#### INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1, Limites Barrio la Villaflora.....	17
Ilustración 2, Población barrio la Villaflora sector 272.273 .....	18
Ilustración 3, Fotos presentación del producto Asadero de Pollos .....	25
Ilustración 4; Presentación de bebidas Asadero de pollos .....	26
Ilustración 5, Presentacion del Producto.....	45
Ilustración 6, Marca del Producto.....	46
Ilustración 7, Plaza, Distrubucion, Produccion, Producto, precio .....	47
Ilustración 8, presentacion de Combos de Pollo asado.....	47
Ilustración 9, Combos Infatiles de pollo asado y bebidas.....	48
Ilustración 10, Presentacion servicio a domicilio .....	48
Ilustración 11, Microlocalizacion sector 272-273 .....	52
Ilustración 12, Distribucion local Comercial .....	53



## **RESUMEN EJECUTIVO**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN ASADERO DE POLLOS SECTOR LA VILLAFLORA DMQ”.

El proyecto de factibilidad está enfocado a la población flotante y residente del sector la Villaflora, ya que acuden por muchos motivos ya sea (distracción, trabajo entre otros), motivo por el cual es una buena opción para la implementación del asadero de Pollos.

Esta tesis comprende 4 Capítulos, en los cuales están centrados netamente en el estudio de diferentes temas relacionados con el proyecto.

El primer capítulo es el estudio de las generalidades del proyecto.

En el segundo capítulo es el estudio del Marco Teórico relacionado con todos los conceptos, en que nos vamos a basar en el estudio del proyecto es la fundamentación teórica de autores.

En el tercer capítulo está el Estudio de Mercado que tiene como finalidad determinar la oferta y la demanda estableciendo la demanda insatisfecha del mercado.

En el cuarto capítulo, es el Estudio Técnico el cual ayuda a mejorar todos los recursos disponibles de una manera óptima.

El quinto capítulo, es el Estudio Financiero el cual permitirá verificar la viabilidad y rentabilidad económica del proyecto.

Y por último tenemos las conclusiones y recomendaciones a fin de puntualizar los resultados de y las recomendaciones necesarias para el mejoramiento del proyecto.

### **PALABRAS CLAVES**

POLLO- CONSUMO DE ALIMENTOS

ALIMENTOS DE CONSUMO ANIMAL

MICROEMPRESA-POLLOS RENTABILIDAD

MICROEMPRESA-ASADERO DE POLLOS

ASADERO DE POLLOS



## ABSTRACT

"BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A CHICKEN FARM SECTOR THE VILLAFLORA DMQ".

The feasibility project is focused on the floating and resident population of the Villaflora sector, since they come for many reasons either (distraction, work among others), which is why it is a good option for the implementation of the Chicken farm.

This thesis comprises 5 Chapters, in which they are focused clearly on the study of different topics related to the project.

The first chapter is the study of the generalities of the project.

In the second chapter is the study of the Theoretical Framework related to all concepts, on which we will rely on the study of the project is the theoretical foundation of authors.

In the third chapter is the Market Study which aims to determine supply and demand by establishing unmet market demand.

In the fourth chapter, it is the Technical Study which helps to improve all available resources in an optimal way.

The fifth chapter is the Financial Study which will allow to verify the viability and economic profitability of the project.

And finally, we have the conclusions and recommendations to point out the results of and the recommendations necessary for the improvement of the project.

## KEYWORDS

CHICKEN- FOOD CONSUMPTION

ANIMAL CONSUMPTION FOODS

MICRO-COMPANY-CHICKENS PROFITABILITY

MICRO-COMPANY-CHICKEN ASADERO

ASADERO CHICKEN



1. **CAPITULO I**

2. **TEMA:**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN ASADERO DE POLLOS SECTOR LA VILLAFLORA DMQ”.

3. **PROBLEMA**

El Barrio la Villaflora es un sector muy comercial y debido al incremento económico y de la población se ha aumentado la actividad comercial del sector, por tal razón se ha proyectado realizar un estudio de factibilidad para la creación de un asadero de Pollos, ya que se ha podido observar que hay ciertos sectores que están desatendidos.

También se pudo observar que hay una alta demanda de consumo de pollo asado en el sector la Villalfora y debido a la carencia que existe en el lugar, se ve una oportunidad de implementar el asadero y así poder cumplir con las necesidades de los consumidores.

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Debido crecimiento poblacional en los últimos años y la carencia que hay para ciertos sectores sociales que se encuentran desatendidos y el alta de demanda del consumo de pollo asado, motivo a realizar un plan de negocios para la creación de un asadero de pollos en el sector la Villaflora DMQ?



#### **4. JUSTIFICACION**

¿Debido crecimiento poblacional en los últimos años en la ciudad de Quito y con relación a los sectores que se encuentran desatendidos y el alta de demanda que existe dentro del mercado de consumo de pollo asado, motivó a realizar un plan de negocios para la creación de un asadero de pollos en el sector la Villaflora DMQ?

Para la creación del asadero de pollos resulta un poco amplio el estudio ya que es un que tiene una gran apertura dentro del mercado, su crecimiento considerable que ofrece al emprendedor una ventaja ya sea este con un tamaño pequeño el cual se puede ir expandiendo gradualmente, lo que permite aprovechar todas las oportunidades que tiene este tipo de negocios, para lo cual se debe realizar una investigación y recopilación de datos para la diseño y la creación del futuro negocio.

Dentro del estudio de factibilidad del asadero de pollos que se va a realizar se revisara el tipo de organización que se quiere dar a conocer a los futuros clientes, aquí se debe revisar todas las actividades que se puedan utilizar para fidelizar a los consumidores ofreciendo un servicio o un valor agregado que nos permita mantener una relación estrecha con el cliente entre calidad y precios.

Como se ha podido analizar en el sector una alta demanda del consumo de pollo asado y debido a la falta de lugares que puedan ofrecer un buen servicio y buena atención al cliente, motivo a la creación de un asadero de pollos, esto también aportaría al desarrollo económico generando empleo y satisfaciendo las necesidades del consumidor.

Dentro del sector también se verificarán los posibles clientes, Ya que hay gran afluencia de personas dentro del sector como son las personas que viven en el sector, los dueños de locales comerciales, las Instituciones Educativas, las personas tanto del norte del sur y sus alrededores que transitan por el lugar

Razón por la cual se ha optado por realiza un plan de negocios por el cual se podrá justificar la creación del asadero de pollos que sea competitivo dentro del mercado de restaurantes ofreciendo un buen servicio.

A través de este estudio se espera llegar a satisfacer la necesidad alimenticia del mercado, coordinando estrategias que permitan captar clientela. De esta manera se alcanzará reconocimiento y aceptación de un futuro negocio que se puede expandir dentro del mercado.



## **5. OBJETIVOS**

### **1. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de negocios para la creación de un asadero de pollos en el sector la Villaflora del DMQ, mediante técnicas de investigación de mercado que determinen la viabilidad administrativa, económica y financiera del futuro negocio.

### **2. OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO**

- Realizar un diagnóstico situacional del mercado de asaderos de pollos en el sector de la Villaflora para identificar las dificultades y beneficios que tiene este tipo de negocio y para determinar la demanda insatisfecha del sector.
- Proponer estrategias de Marketing en la creación de un asadero de pollos considerando las ventas y acercamiento al cliente de acuerdo a las estructuras planteadas por otros autores y los datos recopilados en la investigación de campo.
- Elaborar el estudio económico – financiero aplicando técnicas de evaluación financiera para determinar la rentabilidad del negocio.



## 6. CAPTITULO II

### 1. *MARCO TEÓRICO*

#### 1. FUNDAMENTACION TEORICA

#### 2. La Investigación de Mercado

La investigación de mercados se realiza en base a los consumidores y clientes con el mercado, esta información sirve para identificar y definir cuáles son las operaciones y los problemas de Marketing en general y evalúa las actividades de marketing; (MALHOTRA, 2004)

#### 3. Fundamentos de la Mercadotecnia:

La mercadotecnia se encarga del proceso de planificación de las actividades que realiza la empresa de acuerdo a el precio, la promoción, distribución y venta de bienes y servicios que ofrece. Por medio del estudio de la mercadotecnia se puede analizar las preferencias de los consumidores y se puede agilizar las compras. (PERALTA, "SF").

#### 4. Estrategias y modelos de Emprendimiento

El emprendimiento empresarial se define como la acción de una idea viable, en un modelo de negocio que tenga una oportunidad dentro del mercado esta debe ser rentable y de beneficio para la sociedad, La estrategia empresarial son acciones que se planifican para obtener objetivos propuestos de un negocio que se quiere poner en marcha aprovechando los recursos que se mantiene y verificando la situación actual del mercado. (Barroeta, 2019)

#### 5. Gestión Administrativa

La gestión administrativa es el conjunto de actividades que se realiza para dirigir una organización mediante una conducción racional de tareas, esfuerzos y recursos.

Su capacidad de controlar y coordinar las acciones y los distintos roles que se desempeñan dentro de la empresa permite prevenir problemas y alcanzar los objetivos. La conducción sistemática de una correcta gestión administrativa favorece la obtención de resultados favorables para la organización.

La importancia de la gestión administrativa consiste en preparar a la empresa y disponerla para actuar, pero de manera anticipada, examinando los medios y procedimientos que necesita para cumplir con sus objetivos y disminuir riesgos.

Una de las principales funciones es la Planificación para guiar y desarrollar de manera exitosa las siguientes etapas. Consiste en proyectar metas, definir los objetivos y establecer los recursos necesarios y las actividades que se van a realizar en determinado período de





tiempo. Para eso, por ejemplo, se puede realizar una investigación interna y del entorno a través de herramientas de análisis como “las cinco fuerzas de Porter” o “FODA”.

Luego está la Organización la cual consiste en armar una estructura para distribuir los recursos humanos y los económicos de los que dispone la empresa para ordenar y desarrollar su trabajo y alcanzar los objetivos planificados. Aquí se determinan las áreas dentro de la organización, se agrupan las tareas según los puestos de trabajo y se selecciona el personal apto.

Y por último esta la Dirección que consiste en ejecutar las estrategias planificadas, orientando los esfuerzos hacia los objetivos a través del liderazgo, la motivación y la comunicación. Implica incentivar a los empleados, mantener una comunicación fluida con todas las áreas de la organización y establecer mecanismos de evaluación constante, entre otros. (Raffino, 2020)

## **6. Plan de Negocios**

UN plan de negocios es una descripción del negocio que se quiere iniciar también es una planificación de cómo piensa operarlo y desarrollarlo, después elaborar un plan de negocios que se tendrá un buen conocimiento del mundo de los negocios, es decir en donde se quiere ver en un futuro.

El plan de negocios recoge todos los elementos de su formación comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio: Contribuye a un inicio más ordenado, en beneficio del emprendedor y su familia, red personal, consultores y fuentes de financiamiento.

Por tal razón el plan de negocios se debe ver como una plataforma desde la cual se podrá tener acceso al mundo de los negocios, Es decir es un mundo dinámico para los planes de negocios futuros. (Thomsen, 2009)

### **2. Ubicación Asadero De Pollos Sector La Villaflora**

Ubicación, se pretende implementar el asadero de pollos en la Parroquia la Magdalena en el sector la Villaflora

A continuación, se detalla los límites del barrio la Villaflora:

*Ilustración 1, Límites Barrio la Villaflora*



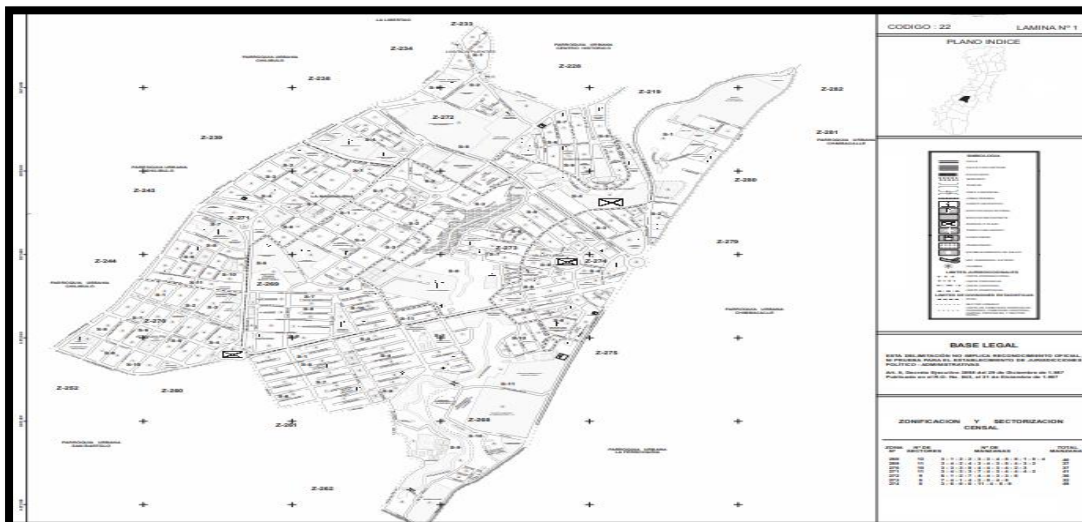
(Google, 2020)

## BARRIO

Sector residencial de clase media y popular, además de un inminente papel comercial, pues concentra los mejores centros comerciales del sur de la ciudad como el Centro Comercial El Recreo. Sus calles principales son las avenidas Rodrigo de Chávez y la Alonso de Angulo.

Población.

*Ilustración 2, Población barrio la Villaflora sector 272.273*



Fuente: Tomado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>



## 1. Factor económico

Dentro del factor económico tenemos un monto mínimo de Inversión de **33564,48(USD)** dólares.

## 3. *MARCO CONCEPTUAL*

### 1. Capital de Trabajo

Comprende el activo corriente que la empresa necesitará para poder operar, el capital de trabajo se sujeta a los insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos y otros, El capital de trabajo son los recursos que necesita la empresa para ejecutarse, como el dinero, bienes, especies, u otros. (Thompson, 2006)

### 2. Ley de la Demanda

En términos generales, la demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público desea comprar para cubrir sus necesidades o deseos. (Thompson, 2006)

### 3. Financiamiento

El dinero necesario puede tener distintas fuentes para elaborar el plan de inversión, entre las que se diferencian: recursos propios, financiamiento de bancos, apoyo y participación gubernamental, emisión de acciones. Elegir la fuente de financiamiento depende del tipo de producto que se proyecte y que permita al negocio mantenerse en marcha.

### 4. Marketing

En término generales, el **marketing** es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales. (Thompson, 2006)

La **estrategia de marketing** es un tipo de estrategia con el que cada unidad de negocios espera lograr sus objetivos de marketing mediante:

- 1) La selección del mercado meta al que desea llegar
- 2) la definición del posicionamiento que intentará conseguir en la mente de los clientes meta
- 3) la elección de la combinación o mezcla de marketing (producto, plaza, precio y promoción) con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta
- 4) la determinación de los niveles de gastos en marketing. (Thompson, 2006)



## 5. Ley de Oferta

La oferta término que deriva del latín offerre, se realiza con la promesa de entregar un producto a cambio de algo. La persona que anuncia la oferta está indicando el propósito que tiene de dar un producto o concretar una acción con el consumidor, es decir de satisfacer las necesidades que tiene el consumidor. (Perez & Gardey, 2009)

## 6. Productos y servicios

Un producto es el objeto que oferta el mercado. “Por producto se entiende cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad”

## 7. Procesos y procedimientos

### 8. Procesos

Un manual de procedimientos es una guía con el propósito de establecer la secuencia de pasos para que una empresa, organización o área consiga realizar sus funciones.

Así como definir el orden, tiempo establecido, reglas o políticas y responsables de las actividades que serán desempeñadas.

Bien definido, un manual de procedimientos es una herramienta muy útil, con la que se introducirá rápidamente a las personas a entender y realizar sus actividades

### 9. Procedimiento

Un procedimiento es una serie de pasos bien definidos para conseguir un objetivo específico.

O un conjunto de acciones que es la forma oficial o aceptada de realizar algo, de acuerdo al diccionario de Cambridge.

En nuestro caso nos enfocaremos a procedimientos administrativos, que están relacionados con la gestión de empresas. (Softgrade, 2020)

### 10. Proceso Legal

La empresa es un órgano social, que está representado por personas, que tiene como finalidad proporcionar algo a una comunidad y de acuerdo a su forma de constitución se

-Recursos económicos y financieros

“En este apartado se estudian todos los aspectos económicos y financieros del plan de negocios para concluir con la información que permita valorar la viabilidad económica-financiera de un plan de negocios y se tocan cinco puntos:”

### 11. Personal Estratégico

Es la forma como una empresa es eficiente en la estructura de sus recursos estos son: financieros, materiales, humanos y tecnológicos, permitiendo su coordinación para un fin



común que es lograr los objetivos planificados. estableciendo un orden jerárquico para la comunicación, responsabilidad y autoridad. “El diseño organizacional es crear la estructura de una empresa para que desarrolle las actividades y los procesos que le permita lograr los objetivos definidos en su estrategia”

## **12. Recurso Humano**

Los recursos humanos se denominan como un conjunto de trabajadores o empleados que forman parte de una empresa o institución que se determina por ejercer varias listas de actividades precisas para cada zona. Se puede decir que los recursos humanos (RRHH) de una empresa son de conformidad a las hipótesis de administración de empresas, debido a que es una de los capitales más importante en el cual son los responsables de la realización y el desarrollo de todas las actividades que se necesitan para que se tenga un buen funcionamiento y así poder contratar, ordenar y retener al personal de la organización. Estas actividades las pueden ejercer un individuo o departamento específico junto con los directivos de la organización. (Conceptos Definiciones , 2019)

## **13. El VAN**

**El VAN o Valor Actual Neto**, Se lo conoce también como una herramienta financiera que da a notar la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la proporcionalidad que entra en el proyecto, es decir se mide la rentabilidad que tiene el producto y la cantidad que se invierte en el mismo para analizar si el negocio es viable o no, y que ofrezca beneficios a la empresa. (Urbano, 2020)

## **14. TIR**

El TIR o la tasa interna de retorno, es la tasa de descuento que se tiene de un proyecto y que nos permite que el VAN sea como mínimo igual a la inversión. Cuando se habla del TIR se habla de la máxima TD que cualquier proyecto puede tener para que se pueda ver como apto también permite revisar la viabilidad de un proyecto y la rentabilidad que obtendrá con de acuerdo a la inversión. (Urbano, 2020)

## **4. MARCO LEGAL**

### **1. MARCO LEGAL INTERNO DEL PROYECTO**

Para realizar un análisis legal se toma en cuenta la Actividad Comercial a realizar, y los artículos en los cuales se va a basar el proyecto los que son necesarios para la apertura del local comercial.

### **2. CODIGO DE TRABAJO**

Art.12, Con respecto a los contratos de los empleados existen dos tipos de contratos los contratos verbales y los contratos escritos en los cuales las dos partes se ponen de acuerdo. (Art.12 MRL, 2012)



Art. 279. La parte salarial de los trabajadores depende del sector sectorial los cuales son encargados de fijar los sueldos mínimos. (Art. 279 MRL, 2012)

### **3. LEY DEL CONSUMIDOR**

Art. 9. En la presentación de los productos a los consumidores deben llevar los precios registro de calidad y los componentes que tiene cada producto, la oferta de los productos debe ser transparente hacia los consumidores. (Art. 9 ASAMBLEA, 2019)

Art. 43. Es importante contar con los espacios suficientes para los clientes, es decir espacio de distracción para los niños área de fumadores y personas con discapacidad, y conseguir los permisos respectivos para que se cumplan con las normas pertinentes. (Art.43 ASAMBLEA, 2019)

### **5. MARCO TEMPORAL – ESPACIAL.**

La investigación se desarrollará durante el segundo trimestre del año 2020, en el sector de la Villaflora DMQ.

### **7. ESTRATEGIA METODOLOGICA**

#### **1. UNIDAD DE ANALISIS**

El plan de negocios tiende a desarrollarse con un propósito, establecer pautas de referencia para la creación de un asadero de pollos en el sector la Villaflora del DMQ, por lo tanto, es necesario estudiar la localidad.

Para el desarrollo del estudio es necesario acudir a métodos y técnicas para obtener información para el análisis estadístico.

#### **1. UNIVERSO Y MUESTRA**

De acuerdo a la población que existe en la Parroquia la Magdalena que a la que pertenece el barrio la Villaflora la investigación se basara en el número de habitantes que son 30288.

#### **2. MUESTRA**

Mediante la aplicación de la técnica de observación se realizó un breve levantamiento de información que nos muestra a la población consumidora.

Formula donde :



$$\frac{N \times PQ}{(N - 1) \left[ \frac{E^2}{K^2} \right] + PQ}$$

n =muestra

N=universo=

PQ= cuartil 0.25

E2 = margen de error =8%

K2 = Constante 2

### 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Investigación concluyente causal: es de tipo cuantitativo para una explicación de la relación causa y efecto y permite establecer del fenómeno que se está estudiando.

El método cuantitativo se ayudará del estudio de campo para recolectar información, extrae datos directamente de una situación real, por medio de técnicas de la observación y la encuesta.

### 4. TIPOS DE INVESTIGACION

### 5. LINEA DE INVESTIGACION

Tema de Investigación	Plan de negocios para la creación de un asadero de pollos en el sector la Villaflora del DMQ.
Línea de Investigación	Productividad y Sociedad
Sublínea de Investigación	Emprendimiento e Innovación
Fecha de Presentación	25 de enero de 2020



8. **CAPITULO III**

9. **ESTUDIO DE MERCADO**

Concepto. -El estudio de mercado es un proceso metódico de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y mercado. El cual permite crear de una manera metodológica un plan de negocios, lanzar un producto nuevo o un servicio, o también se puede mejorar productos o servicios que ya se encuentran dentro del mercado pero creando una propuesta de valor (Shujel, 2018)

**1. Objetivos General**

Determinar que el consumo de pollo asado tiene acogida en el sector para la implementación el asadero de pollos.

**2. Objetivos Específicos**

- Identificar cuáles son las características que buscan los consumidores al momento de comprar pollo asado ya sea en precios, calidad entre otros.
- Realizar una segmentación de mercado
- Investigar la demanda insatisfecha de los consumidores
- Definir las estrategias de Marketing para promocionar el pollo asado.

**3. Características del producto**

El Pollo es uno de los productos más consumidos ya que posee gran cantidad nutricional, adicional es unos de los productos que se adapta al alcance del bolsillo del consumidor.

**4. Beneficios del producto**

100 gramos de Pollo asado contienen 17,09 gramos de proteína, 15,46 gramos de grasa, 0,1 gramos de carbohidratos, y no contienen fibra.

El pollo contiene 213 calorías en 100 gramos de Pollo asado, el 11% del total diario que necesitas. Contienen 15,46 gramos de grasa y 86 mg de Colesterol.

También se encuentran minerales presentes en Pollo asado, como Potasio (196 mg), Fósforo (165 mg) o Sodio (69 mg).

El pollo asado tiene algunas vitaminas importantes como son: Vitamina A (843 UI), Vitamina B-3 (6,4 mg) o Vitamina B-9 (26 mg).





Las personas obtienen todas las vitaminas que necesitan de los alimentos que ingieren. Las vitaminas son nutrientes esenciales que contribuyen a una vida saludable. Para evitar enfermedades y dolores a largo plazo, tu dieta debería estar bien equilibrada.

Los minerales se clasifican como micronutrientes, ya que no se necesitan demasiado de ellos, pero eso no les resta importancia. Su cuerpo no puede producir minerales, por lo que es esencial que todos ellos se obtengan de los alimentos. Los minerales no contienen calorías, por lo que no son una fuente directa de energía.

El ser humano necesita una media de 2,000 calorías por día para mantener las funciones corporales. 100 gramos de Pollo asado tienen 213 calorías, el 11% del total calórico diario necesario. (GUIA NUTRICION VALENCIA, 2018)

## **5. Composición del producto**

El servicio de pollo asado se implementará para satisfacer la demanda insatisfecha de los consumidores del sector la Villaflora, alcanzando todos los estándares de calidad ya que la segmentación del mercado está entre las edades de 18 a 50 años, que son los más frecuentes en acudir a un restaurante.

### **Porciones**

Se ofrecerá a los futuros clientes el pollo en las siguientes presentaciones acompañado de papas fritas, ensaladas, arroz consomé, también se pueden hacer combos y así satisfacer las necesidades del cliente.

1 pollo – ½ pollo - 1/4 de pollo - 1/8 de pollo

*Ilustración 3, Fotos presentación del producto Asadero de Pollos*



Fuente: Internet [https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/pollo\\_asado.html?sti=oe0sduftmp885rcx5s/](https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/pollo_asado.html?sti=oe0sduftmp885rcx5s/)

### **Bebidas:**

Jugos naturales- Gaseosas - Aguas minerales

*Ilustración 4; Presentación de bebidas Asadero de pollos*



Fuente: <https://www.zonadiet.com/>

### **6. Determinación del mercado objetivo:**

El mercado objetivo, estará conformado por hombres y mujeres de 18 años en adelante con ingresos mensuales de 400 a 900 dólares.

Teniendo nuestro mercado objetivo y lo hemos analizado, se determina que el perfil del consumidor que lo conforma es el de hombres y mujeres que buscan un lugar cómodo que tenga variedad de productos y precios cómodos, suelen pagar por este producto un promedio de \$3 a \$5 dólares, la suelen adquirir principalmente en los restaurantes que ofrezcan un servicio de calidad.



## 7. Tipos de Segmentación de mercado

Segmentación Geográfica: subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.

*Tabla 1, variables de Segmentación Geográfica.*

<b>Base de Segmentación</b>	<b>Categorías.</b>
Nacionalidad	Ecuatorianos e emigrantes que residan en los sectores, 273 y 274 en el sector la Villaflora.
Región, provincia, ciudad	Provincia de Pichincha, Cantón Quito sector la Villaflora.
Tamaño del área geográfica	Población Ecuador 17.519,339, Población de Provincia Pichincha 2,576,287 Población Parroquia La Magdalena 30 288 Población Villaflora sector 273- 274 // 8 472 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)
Densidad	Ecuador cerró 2018 con una población de 17.023.000 personas, lo que supone un incremento de 246.000 habitantes, 150.840 mujeres y 148.156 hombres, respecto a 2017, en el que la población fue de 16.777.000 personas. Datos Crom ecuador
Tipo de población	Rural, Suburbana, Urbana
Tipo de clima	Cálido, frío
Idioma	Según nacionalidad (español, inglés, italiano, japonés, ruso, etc)
Leyes según región	Art. 3.- Se regula por las normas de esta Ley, pero en todo lo que no se oponga a ella, le son aplicables las disposiciones de la Ley de Régimen Municipal, así como de otras leyes que precautelan y garantizan la autonomía de los organismos del régimen seccional. Art. 4.- REPRESENTACION LEGAL Y JUDICIAL (Art. 11 ASAMBLEA, 2001)
Comportamiento cultural	El Ecuador es un país Pluricultural, Las tradiciones y costumbres de Quito son un referente de carácter histórico, cultural, artístico y simbólico de América Latina. Muchas de las prácticas y fiestas que se celebran año tras año en la ciudad,



	<p>preservan sus orígenes de la época prehispánica y colonial: para los quiteños significan parte de su patrimonio identitario.</p> <p>(Carvajal, "SF")</p>
--	---

*Elaborado por autora*

### **8. Segmentación Demográfica:**

Se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.

*Tabla 2, Segmentación Demográfica*

<b>Base de Segmentación</b>	<b>Categorías.</b>
Tipo de población	Población Urbana
Edad	Niños :1994 jóvenes :2246 adultos: 3222 ancianos: 8472 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)
Sexo	Masculino: 4025 Femenino: 4447 Total: 8472 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)
Orientación sexual (sexualidad)	Heterosexual, homosexual, bisexual, asexual o pansexual.
Clase social	Personas no pobres: 6798 Personas pobres:1629 Ignorados :45 Total: 8472 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)
Estado civil	Estado conyugal de personas de 12 años en adelante. Soltero:2650 Unidos: 829



	<p>Casados :2481</p> <p>Divorciados:324</p> <p>Viudos :326</p> <p>Separados:309 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)</p>
Tamaño de la familia	Pareja sin hijos, con hijo único o dos o más hijos.
Ciclo de vida familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etapa de soltería: personas jóvenes sin vínculos matrimoniales.</li> <li>• Parejas casadas jóvenes sin hijos.</li> <li>• Nido lleno: parejas casadas jóvenes con hijos.</li> <li>• Padres solteros: personas jóvenes o de edad madura con hijos dependientes.</li> <li>• Divorciados y solitarios: divorciados sin hijos dependientes.</li> <li>• Matrimonio de edad madura: matrimonio de edad madura, sin hijos</li> <li>• Nido lleno: matrimonios de edad madura con hijos dependientes.</li> <li>• Nido vacío: parejas casadas de mayor edad sin hijos dependientes.</li> <li>• Personas de mayor edad que viven solas. Aun trabajando o ya retiradas.</li> </ul>
Ingresos	<p>PEA: 4 204</p> <p>PEI: 2 274 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)</p>
Patrón de gasto	<p>Arriendos</p> <p>Servicios básicos</p> <p>Canasta básica</p> <p>Internet</p> <p>Telefonía celular</p>
Educación	<p>Ninguno: 62</p> <p>Alfabetización: 11</p> <p>Preescolar: 58</p> <p>Primario: 1526</p>



	Secundario: 1935 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011) Educación básica: 434 Educación media: 835 Post Bachiller: 100 Superior: 2554 Post grado: 253 Se ignora: 97 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)
Religión	Católico, protestante, judío, Testigos de Jehová, Evangélicos.
Raza y grupos étnicos	Indígena: 105 Afroamericano/negro:248 Montubio: 116 Mestizo: 7259 Blanco:706 Otro:38 (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)
Nacionalidad	Ecuatorianos- emigrantes (INEC, INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020, 2011)

*Elaborado por autora*

### **9. La Encuesta:**

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias.

Para Trespacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra distintiva de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo (Thompson, 2006)



Para realizar la implementación de asadero de pollos en el sector la Villaflora se ha optado por realizar la encuesta ya que ofrecerá una información amplia de los futuros clientes se tomó en cuenta los sectores 273 y 274 de la Parroquia la Magdalena.

2. *Tamaño de la muestra:*

$$\frac{N \times PQ}{(N - 1) \left[ \frac{E^2}{K^2} \right] + PQ}$$

n = muestra

N = universo = 8472 personas

PQ = El cuartil para calcular la muestra siempre será 0.25

E2 = margen de error = 8%

K2 = Constante 2

8472

Muestra 153 personas

El tamaño de la muestra son 153 personas a las cuales se realizó la encuesta.

1. **Diseño de la encuesta:**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO HONORABLE SUPERIOR CONSEJO  
PROVINCIAL DE PICHINCHA**

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la demanda actual del sector la Villaflora.

**Encuesta**

1.- ¿Genero?



Hombre

Mujer

**2.- ¿Usted Consume Pollo asado?**

**Si**

**No**

3.- ¿ Usted reside en el sector la Villaflora ?

Si

No

4.-¿Dentro de su dieta semanal cuantas veces consume usted pollo asado?

1 vez

2 veces

3 veces o mas

5.-¿Dentro de su dieta semanal en qué presentación lo prefiere?

1/8 de pollo

¼ de pollo

½ pollo

1 pollo

6.-¿Usted prefiere servirse los alimentos dentro del local o prefiere servicio a domicilio?





Servirse en el local

Servicio a domicilio

**7.-¿Por qué consume pollo asado?**

1 sabor

2 le da gusto a su paladar

3 por dieta

4 precio

**8.- ¿Cuándo usted visita un asadero de pollos que le llama la atención?**

Calidad

Precio

Limpieza

Promociones

Atención

**9.-¿Cuál es el valor de consumo cuando usted almuerza fuera de casa?**

**De 3 a 5 dólares**

**De 5 a 8 dólares**

**De 8 dólares en adelante**

**10.-¿De los siguientes restaurantes que se detallan a continuación cual es de su preferencia?**

Pollos forasteros



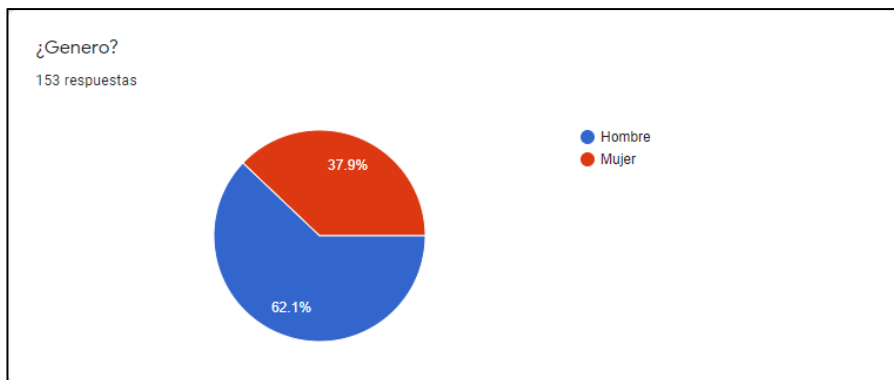
Pollos Alex

Pollos el Gato

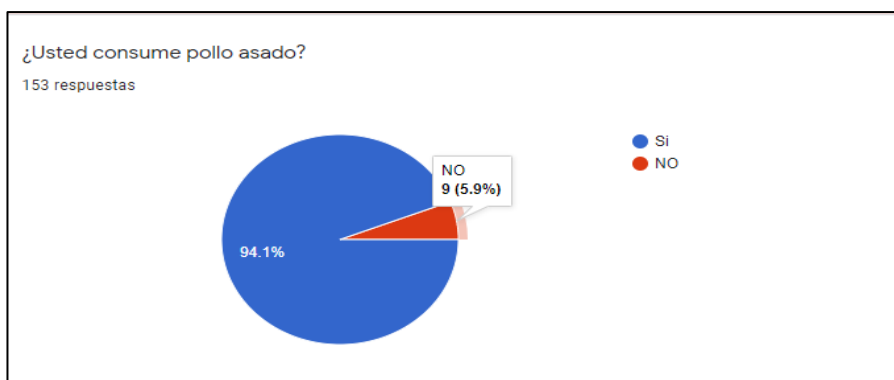
Caravana

Pollos Gus

3. *Tabulación de la encuesta:*

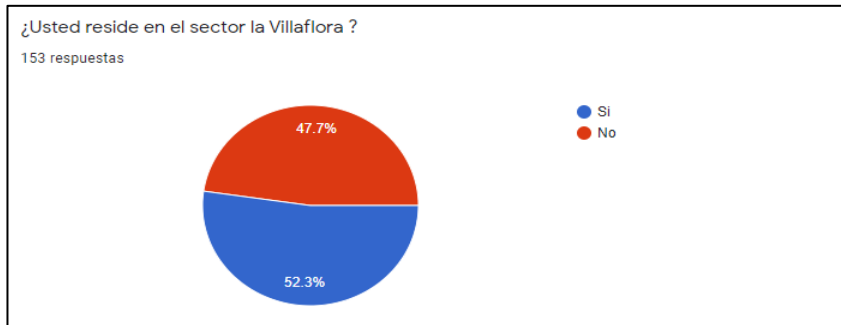


Según el análisis de la encuesta realizada el 62,10 por ciento de clientes son en hombres y 37,90 mujeres, quiere decir que los futuros clientes en su mayoría serina hombres que almuerzan fuera de casa.

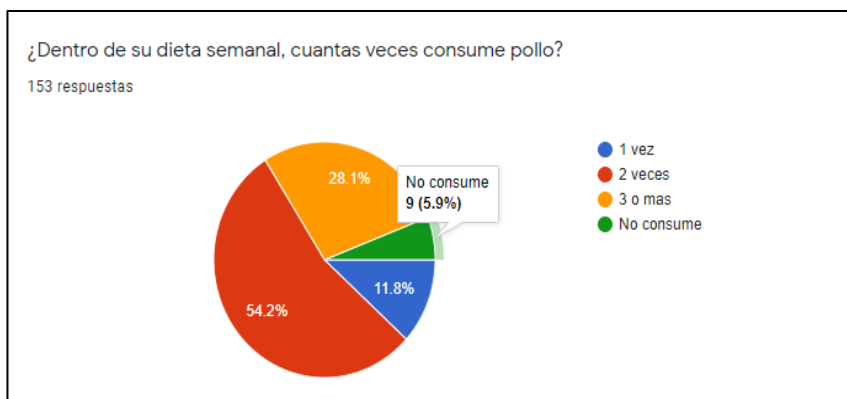




De acuerdo a la encuesta el 94,10 por ciento de la población consume pollo asado dentro del sector la Villaflora y el 5,90 no consume lo hacen por dieta, pero se tiene la aceptación del mercado en un 94%.

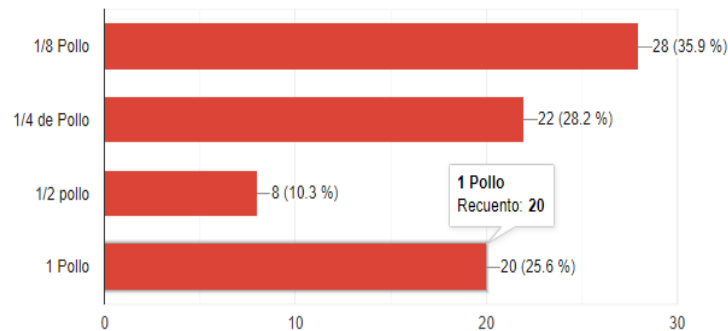


De acuerdo al análisis realizado el 52,30 por ciento son residentes del sector la Villaflora y el 47,7 % son personas que trabajan o estudian en el sector

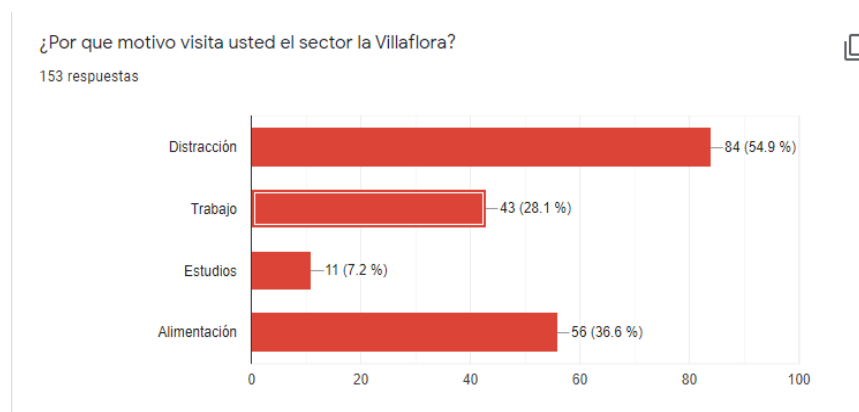


Como se puede analizar en la encuesta en un 54,20 por ciento consume pollo asado dos veces por semana y 28,10% consume pollo asado 3 o más veces y en un 11.80% 1 vez por semana y el 5.90 no consume pollo asado.

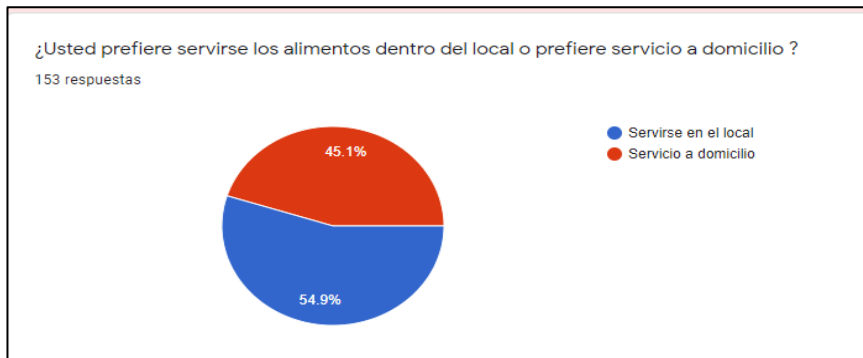
¿Dentro de su dieta semanal de pollo asado en que presentación lo prefiere?



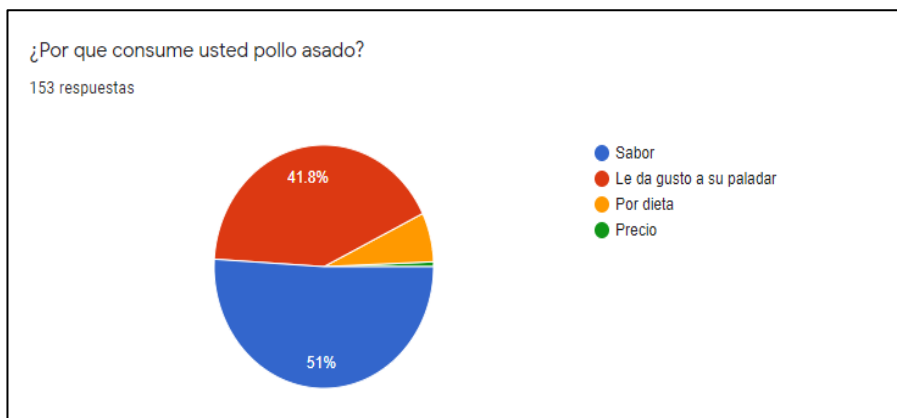
De acuerdo al análisis realizado de la encuesta los consumidores en su mayoría prefieren en 1/8 de pollo, seguido por el 1/4 de pollo y por 1 pollo entero cuando van con sus familias.



De acuerdo al análisis de la encuesta realizada la mayoría de los clientes es decir en un 54,90 % va por distracción y un 36,60 % va por alimentación seguido por una 28,10 por ciento que van por trabajo al sector la villaflores.



De acuerdo al análisis realizado el 54,90% prefieren servirse sus alimentos dentro del restaurante y el 45,1 % prefieren servicio a domicilio que es una una nueva propuesta para implementar dentro del futuro negocio.

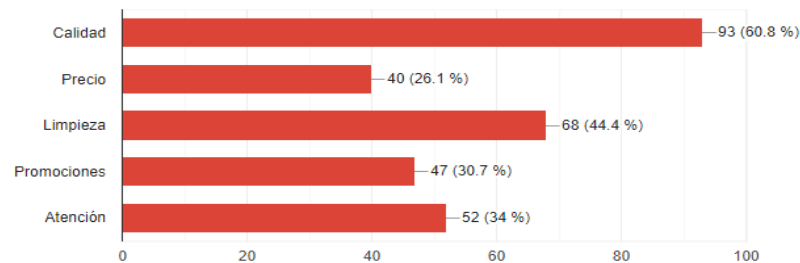


De acuerdo al análisis realizado el 50% busca un buen sabor del pollo asado y un 42,8% por dar gusto a su paladar y un porcentaje mínimo por dieta y por el precio, esto quiere decir que si se ofrece un producto de calidad estaríamos dentro del mercado competitivo.



¿ Cuando usted visita un asadero de pollos que le llama la atención ?

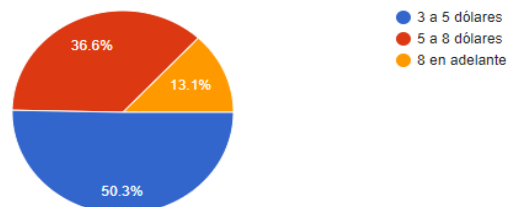
153 respuestas



Dentro del analisis se puede observar que en un 60,80 % visitan los restaurantes por la calidad del producto seguido por un 44,4 % por la limpieza que es un aspecto fundamnetal dentro de un restaurante; tambien se puede observar que dentro del meracdo tambien acuden por las promociones que ofrece el local y la buena atencion al cliente.

¿Cuál es el valor de consumo cuando usted almuerza fuera de casa ?

153 respuestas



Dentro del consumo de pollo asado en este mercado tenemos un promedio de \$49,3 % donde prefieren consumo de 3 a 5 dólares, y en un porcentaje del 36,80 por ciento prefieren de 5 en adelante esto quiere decir que si se puede estar a la par de la competencia



Dentro del análisis realizado se puede observar que la mayor competencia que se tiene es pollos Forastero con un 36,40% y Pollos Gus con un 35,1% también tenemos a la Caravana con un 12,6% que son los restaurantes más conocidos por su marca.

### 1. Análisis de la demanda.

En términos generales, la "demanda" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

(Thompson, 2006)

Demanda actual.

El objetivo principal es determinar, el comportamiento del mercado y verificar las probabilidades del estudio y analizar si las posibilidades son reales para establecer el servicio o producto que se ofertara dentro del mercado.

### Muestra Universo Aceptación:

Tabla 3, Universo y muestras aceptación mercado

Universo 100%	Aceptación del Mercado 94.10%
8472 HABITANTES	7972 HABITANTES

Elaborado por autora

### Aceptación del producto:



Tabla 4, Aceptación Asadero de pollos en el Mercado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	144	94,10%
No	9	5,90%
Total	153	100,00%

*Elaborado por autora*

Frecuencia con la que compran pollo.

Tabla 5, Frecuencia de compra de pollo asado

Periodo	Frecuencia	Porcentaje
1 vez por semana	18	11,80%
2 veces por semana	83	54,20%
3 veces o mas	43	28,10%
No consume	9	5,90%
Total	153	100%

*Elaborado por autora*

Frecuencia compran pollo asado anualmente

Tabla 6, Frecuencia de compra anual de pollo asado

Segmentación de mercado 7972 habitantes	Frecuencia de compra	ANUAL
1 vez por semana	$7972 \times 11,80\% = 940,70$	47035
2 veces por semana	$7972 \times 54,20\% = 4320,82$	103700
3 veces o más quincenal	$7972 * 28,10\% = 2240,13$	26882
Total		177616

*Elaborado por autora*

La demanda se establece con una frecuencia de compra de un 94,10%, en cual se determina un promedio anual de 177 61616.

Demanda Proyectada de consumo de pollo asado en dólares.

Tabla 7, Demanda proyectada de consumo de pollo asado.





Demanda anual de frecuencia de compra en unidades	Tasa promedio de gastos	Consumo anual	Consumo diario
\$ 177.616,16	\$ 4,50	\$ 799.272,72	\$ 2.220,20

*Elaborado por autora*

Se determina que la demanda anual es de 7972 habitantes con una frecuencia de compra de compra de 117 616 unidades a un precio de 4,50 dólares lo cual representa un consumo diario de 2220 ,20 dólares Con un consumo anual de 799 272,72 dólares.

## 2. Demanda proyectada

Para determinar la demanda proyectada se tomará en cuenta el valor de la demanda actual y según el INEC, con una tasa de crecimiento del 1,56% a 5 años.

### Proyección de la Demanda:

*Tabla 8, Proyección de la demanda*

Año base	Demanda	Tasa de Crecimiento	Proyección demandada
2020	\$ 799.272,72		\$ 799.272,72
base	\$		\$
		1,56%	811.741,37
2021	\$ 811.741,37		\$ 811.741,37
		1,56%	824.404,54
2022	\$ 824.404,54		\$ 824.404,54
		1,56%	837.265,25
2023	\$ 837.265,25		\$ 837.265,25
		1,56%	850.326,59
2024	\$ 850.326,59		\$ 850.326,59
		1,56%	863.591,68

*Elaborado por autora*

## 3. Análisis de la Oferta

La oferta término que deriva del latín offerre, se realiza con la promesa de entregar un producto a cambio de algo. La persona que anuncia la oferta está indicando el propósito que tiene de dar un producto o concretar una acción con el consumidor, es decir de satisfacer las necesidades que tiene el consumidor. (Perez & Gardey, 2009)

### Oferta Actual



Tomando en cuenta el lugar donde se va Instalar el asadero de pollos es en el sector la Villaflora, en la Parroquia la Magdalena existen 10 restaurantes donde hacen pollo asado cuya oferta actual de la competencia ocupa el 60% aproximadamente de la demanda actual.

Oferta anual de pollos asado

Tabla 9, Oferta Anual de pollo asado

Demanda anual	Oferta actual	Oferta promedio anual
\$ 799.272,72	35%	\$ 279.745,45

*Elaborado por autora*

Los productos ofertados por la competencia no cubren el mercado al 100% de los consumidores así podemos diagnosticar que el futuro asadero tiene la oportunidad en un 35% de satisfacer las necesidades del consumidor, es decir podremos tener una oferta anual de 279.475.45 dólares.

#### **4. Oferta Projectada**

La oferta a proyectarse es de un 40% de la demanda de la población que representa la aceptación de la competencia.

Tabla 10, Oferta proyectada

Año	Demanda Projectada	Aceptación Competencia	Oferta Projectada
2020	\$ 811.741,37	0,65	\$ 527.631,89
2021	\$ 824.404,54	0,65	\$ 535.862,95
2022	\$ 837.265,25	0,65	\$ 544.222,41
2023	\$ 850.326,59	0,65	\$ 552.712,28
2024	\$ 863.591,68	0,65	\$ 561.334,59

*Elaborado por autora*

El asadero de pollos tiene la opción de ganar mercado dentro del sector la Villaflora tomando en cuenta la demanda insatisfecha de los clientes brindando un producto y servicio de calidad.

Teniendo en cuenta que en el año base se tiene una oferta proyectada de 527.631.89 dólares y en el último año 2024 se tiene una oferta proyectada de 561.334.59 dólares.



## Demanda Insatisfecha

Se da cuando la competencia no cubre con las necesidades existentes dentro del mercado; Por ende, se debe verificar la magnitud de dicha demanda para determinar cuál es la cantidad que se debe producir para lograr satisfacer las necesidades del mercado. (Modragón, "SF")

### Demanda Insatisfecha

Tabla 11, Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanada Insatisfecha
2020	\$ 811.741,37	\$ 527.631,89	\$ 284.109,48
2021	\$ 824.404,54	\$ 535.862,95	\$ 288.541,59
2022	\$ 837.265,25	\$ 544.222,41	\$ 293.042,84
2023	\$ 850.326,59	\$ 552.712,28	\$ 297.614,31
2024	\$ 863.591,68	\$ 561.334,59	\$ 302.257,09

*Elaborado por autora*

La demanda Insatisfecha permitirá planificar la elaboración de productos que serán ofertados al mercado y se producirá dentro de la capacidad de un 40%.

Tabla 12, Proyeccion de Oferta a ser cubierta

Año	demanda insatisfecha	oferta ser cubierta
2020	\$ 284.109,48	\$ 113.643,79
2021	\$ 288.541,59	\$ 115.416,64
2022	\$ 293.042,84	\$ 117.217,14
2023	\$ 297.614,31	\$ 119.045,72
2024	\$ 302.257,09	\$ 120.902,84

*Elaborado por autora*

## Análisis de Precios



Desde el punto económico el análisis de precios se determina a partir de la oferta y la demanda, es decir por la prestación ya sea esta de bienes o servicios, el cual permite tomar decisiones económicas, dentro de una empresa la cual se valora la curva de la oferta y la demanda. (Guiteras, 2013)

Tabla 13, Analisis de precios Competencia

<b>Competencia</b>	<b>1/8 pollo</b>	<b>1/4 pollo</b>	<b>1/2 pollo</b>	<b>1 pollo</b>
Pollos forasteros	\$ 2,85	\$ 4,75	\$ 8,80	\$ 14,50
Pollos Alex	\$ 2,50	\$ 3,40	\$ 6,80	\$ 13,60
Pollos el Gato	\$ 2,75	\$ 3,50	\$ 5,50	\$ 12,00
Caravana	\$ 2,99	\$ 5,25	\$ 9,99	\$ 13,99
Pollos Gus	\$ 3,40	\$ 5,25	\$ 8,50	\$ 13,25
<b>Promedio</b>	<b>\$ 2,90</b>	<b>\$ 4,43</b>	<b>\$ 7,92</b>	<b>\$ 13,47</b>

*Elaborado por autora*

Como se puede analizar en el cuadro anterior se ha realizado un estudio de los competidores que se dedican a la venta de pollo asado, los mismos que ofrecen diferentes opciones de acompañado para las porciones de pollo según el cuadro, tales como son estas gaseosas ensaladas y papas. Se ha obtenido un promedio de precios con los cuales se puede trabajar los mismos que se pueden redondear para estar dentro de los precios que manejan los competidores.

Según el promedio obtenido el 1/8 de pollo se puede ofertar a un precio d 2,90 el cuarto de Pollo 4,50, medio pollo 7,90 y un pollo 13,50.

## **5. Plan de Marketing**

La definición de la mezcla de marketing es simple, Se coloca el producto correcto o una combinación del mismo en el lugar, en el momento adecuado, y al precio correcto.

### **1. Marketing Producto**

Objetivo.- Satisfacer las necesidades del cliente, mejorando la producción del producto y de materia prima para ofreciendo un servicio de calidad, elaborar menús ejecutivos y tener variedad de platos para que el cliente vea otras opciones, el producto deber ser fresco y de buena calidad.

Estrategia.-

- Cuidar la presentación del producto y la manipulación de alimentos



- Tener agilidad al momento de la entrega del producto y sea entregado de manera oportuna y se cumplan los tiempos estipulados en atención al cliente.
- Dar a conocer el producto del pollo asado por su calidad y sabor en el sector la villaflora

Empaque: el empaque para servicio a domicilio debe ser platos desechables y cubiertos fundas biodegradables así se contribuirá con el cuidado del medio ambiente.

*Ilustración 5, Presentacion del Producto*



Elaborado <https://www.bing.com/>

Marca. - Para implementar la marca del servicio que se va ofrecer se debe considerar, que debe ser un nombre llamativo para los consumidores y que sea fácil de recordar



*Ilustración 6, Marca del Producto*



*Elaborado por autora*

## **2. Precio**

El precio del producto es el valor que paga el consumidor por un producto determinado y a su vez para satisfacer sus necesidades o deseos.

Objetivo: Analizar los precios de la competencia obteniendo un análisis claro que determine la supervivencia del futuro local y sea competitivo.

Estrategias

Introducir al mercado el producto con precios accesibles que estén acorde con la competencia del sector.

Comparar precios con la competencia, analizando a los proveedores y revisar si se obtendrá una ganancia y se pueda ser competitivo dentro del mercado.

## **3. Plaza o Distribución:**

Estrategias. -

Abrir nuevos mercados dentro del sector analizando obviamente la competencia

Identificar las empresas que están dentro del sector y ofrecer promociones para sus empleados en fechas especiales.

Brindar un servicio a domicilio entregando los productos en el menos tiempo posible, creando confianza en los consumidores.



Producción

Producto

Cliente

*Ilustración 7, Plaza, Distribucion, Produccion, Producto, precio*



Elaborado <https://www.bing.com/>

#### 4. Promoción

Ofertar el restaurante de pollo asado a través de promociones, para que los clientes puedan deleitarse de un buen sabor y disfruten de un servicio de calidad.

Se ofrecerá a los futuros clientes jugo natural con fruta de temporada, y batidos, que podrán elegir entre dos frutas que se encuentren disponibles y gaseosas.

Se pretende utilizar Publicidad ya sea esta por medio de gigantografías, trípticos en los puntos más estratégicos como son los locales comerciales, Colegios y las paradas de buses del sector.

Promocionar por medio de redes sociales tales como son las más conocidas y utilizadas, que son Facebook Instagram y WhatsApp y también a través del correo electrónico.

#### COMBOS

*Ilustración 8, presentacion de Combos de Pollo asado*





INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
**PICHINCHA**

Elaborado <https://www.bing.com/>

COMBOS INFANTILES

JUGOS NATURALES

*Ilustración 9, Combos Infantiles de pollo asado y bebidas*



Elaborado <https://www.bing.com/>

SERVICIO A DOMICILIO

*Ilustración 10, Presentacion servicio a domicilio*



Elaborado <https://www.bing.com/>





10. **CAPITULO IV**

11. **ESTUDIO TÉCNICO**

**Concepto**

El estudio técnico permite tener una relación clara del el funcionamiento y operatividad del proyecto que se va a poner en marcha, en el cual se verificará la posibilidad técnica de fabricar el producto, en este estudio se determinará cual será el tamaño del proyecto y los materiales que se necesitarán para la producción (Portales, 2011)

Objetivo. –

Determinar los recursos que se necesitara para la implementación del Proyecto, mediante el estudio técnico, por medio planificación para el desarrollo de una empresa.

**8.1.2 Objetivos Específicos**

- Verificar la aplicación técnica dentro del Proyecto
- Determinar el tamaño óptimo de para el funcionamiento del asadero de pollos.

**1. CUAL ES EL TAMAÑO DEL NEGOCIO**

El tamaño de un proyecto depende de la capacidad de producción que tenga la empresa dentro de un periodo de funcionamiento y esto se relaciona con el número de personas que laboran las horas trabajadas. (Rojas, 2007)

La capacidad del proyecto de Asadero de pollos Bravo&Bravo será de 115 pollos diarios, 805 producción mensual y 36800 de producción anual.

*Tabla 14, Capacidad del proyecto*

<b>Capacidad del Proyecto</b>	<b>Cantidad</b>
Número de trabajadores	6
Horas de trabajo por día	10
Días trabajados en el año	365
Promedio de tiempo de atención al cliente (minutos)	5
Producción diaria	115
Producción semanal	805
Producción anual	36800

*Elaborado por autora*



## **2. TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO**

### **Inversión**

Inversión: \$ **33564,48**

### **1. Localización del Proyecto**

La localización es otro tema del estudio técnico, el estudio de la localización consiste en determinar e identificar los aspectos llamados fuerzas locacionales con el fin de encontrar la mejor zona posible para la implementación de la empresa, la misma que debe producir una ganancia un beneficio para la empresa. (Rojas, 2007)

### **2. Análisis del Entorno**

El Barrio la Villaflora es un barrio con gran historia y tradiciones está ubicado en el sur de Quito, tiene aproximadamente 75 años de trayectoria. El cual ha ido incrementando su población a partir de los años. El origen de su nombre; El barrio del sur de Quito se levanta en las tierras de una vieja hacienda. Vecinos del barrio comentan que lo que distinguía al barrio la Villaflora era un arco el cual se distinguía 'Hacienda Flora'. (Guerrero, 2019)

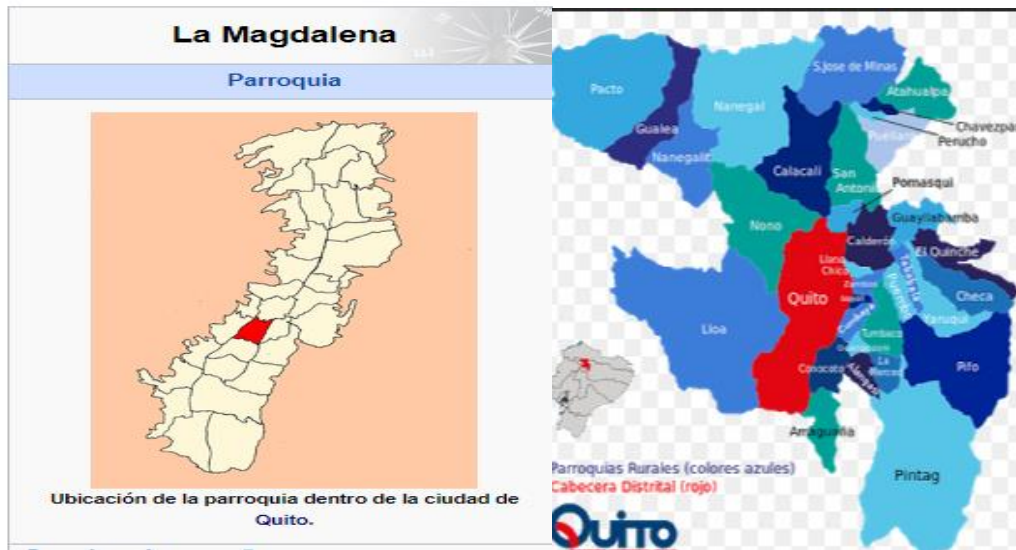
País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Parroquia: Magdalena

Barrio: la Villaflora



Método de factores de localización

Tabla 15; Factores de Localizacion

FACTORES		ÓPTIMAS	MEDIANAS	MALAS
1.	Compra de materia prima			
2.	Cercanía del mercado			
3.	Estructura impositiva y legal			
4.	Servicios Básicos disponibles			
5.	Medios y costos de transporte			
6.	Factores ambientales			
7.	Comunicación			
8.	Topografía de suelos			
9.	Mano de obra			

Elaborado por autora

### 3. Micro localización

El Microentorno está basado en el estudio de los alrededores del lugar donde se implementará el emprendimiento, es decir los locales comerciales persona que viven en el sector los comerciantes. (Sanchez, 2011)



Micro localización

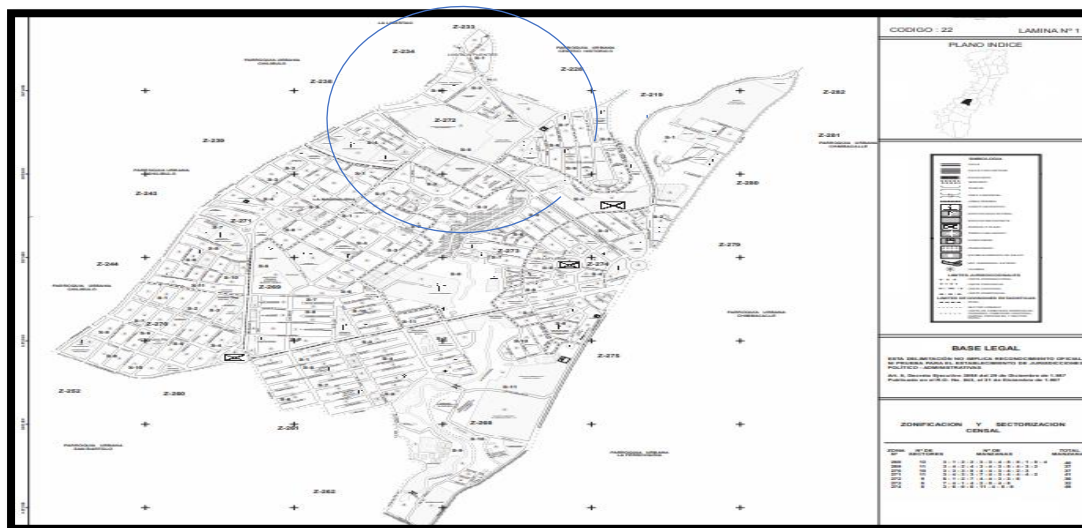
*Tabla 16, Microlocalización*

Factor	Peso	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
		Calificación n	Ponderación n	Calificación n	Ponderación n	Calificación n	Ponderación n
Mercadería disponible	0,3	5	1,5	8	2,4	9	2,7
Cercanía mercado	0,1	8	0,8	7	0,7	5	0,5
Costos de insumos	0,15	7	1,05	4	0,6	6	0,9
Clima	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2
MO disponible	0,15	5	0,75	8	1,2	7	1,05
Seguridad	0,2	5	1	8	1,6	7	1,4
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>5,3</b>		<b>6,7</b>		<b>6,75</b>

*Elaborado por autora*

Para elegir la mejor zona posible se realizó un estudio de tres direcciones las cuales son las siguientes:

*Ilustración 11, Microlocalización sector 272-273*



*Elaborado por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*

Av. Maldonado

Av. Rodrigo de Chávez

Av. Alonsos de Angulo



y la mejor opción es la opción Av. Maldonado sector la Villaflora ya que esta es una vía principal, hay varios locales comerciales entidades educativas e Clínicas e laboratorios clínicos.

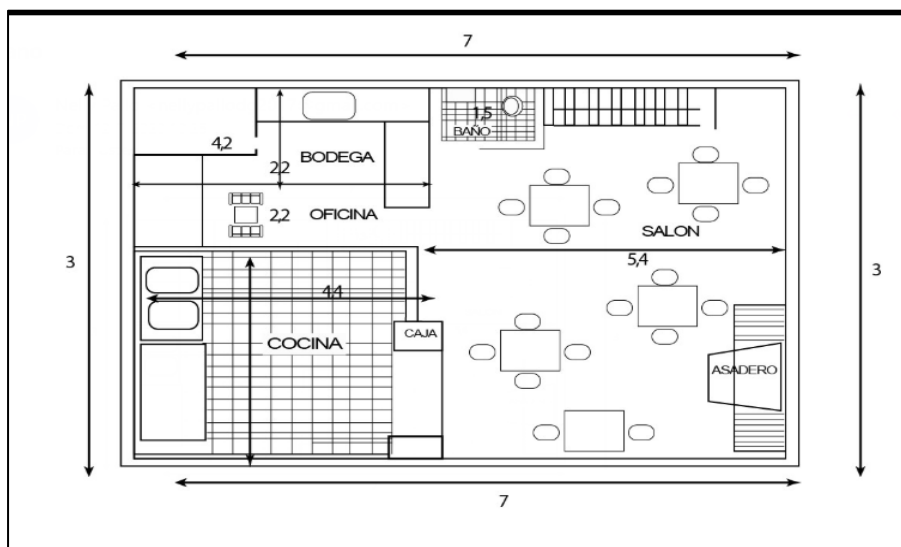
### 1. Infraestructura de proyecto

Para la infraestructura se necesitará:

- Oficina
- Cocina
- Caja
- Bodega
- Asadero
- Salon
- Baño

### 4. Distribución área Administrativa y áreas necesarias para la implementación del local:

*Ilustración 12, Distribucion local Comercial*



*Elaborado por autora*

La infraestructura del local comercial se revisará con el dueño del inmueble para realizar las modificaciones ya que no serían muchas debido a que anteriormente funcionaba un restaurante.

Materiales que se utilizará para el pollo asado:

*Tabla 17, Materiales que se utilizarna para la produccion de pollo asado*



<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
1	<b>HORNO ACERO INOXIDABLE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>CAPACIDAD PARA 30 POLLOS</li><li>- ELABORADO TOTALMENTE EN ACERO INOXIDABLE</li><li>- LANZAS DE ACERO INOXIDABLE</li><li>- CERÁMICAS DE CALEFACCIÓN</li><li>- ALIMENTACIÓN A GAS</li><li>- PUERTAS CON CRISTALES TEMPLADOS</li><li>- CAJNERA PARA POLLOS</li></ul>
1	<b>PELADORA DE PAPAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>PELADORA DE PAPA RÁPIDA</li><li>CAPACIDAD DE 10 LIBRAS DE PAPA</li><li>ELABORADA 100% EN ACERO INOXIDABLE</li><li>ALIMENTACIÓN DE ENERGÍA 110 V</li></ul>
1	<b>LICUADORA INDUSTRIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>SISTEMA BASCULANTE BASE EN ACERO INOXIDABLE, SELLO MECÁNICO, CUCHILLAS EN PLATINA DE ACERO INOXIDABLE, CAPACIDAD: 5-10-15-20-25-30-50-100-200 litros.</li></ul>
1	<b>TERMO PARA POLLOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-COMPLETAMENTE EN ACERO INOXIDABLE</li><li>- CAPACIDAD 30 POLLOS</li><li>- PUERTA RESISTENTE PARA PICAR POLLO</li><li>- BANDEJA DE RESIDUOS</li><li>- QUEMADOR EN H</li></ul>
1	<b>FREIDORA INDUSTRIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Pozo para dos canastas</li><li>Recogedor de papas</li><li>Hornilla Industrial</li><li>Fabricación (mixta hierro y recubierta acero inoxidable pulido )</li><li>Incluye 2 canastillas para papas</li></ul>
1	<b>COCINA INDUSTRIAL JESSA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Cocina de 3 quemadores en acero inoxidable medidas 110x50x75 cm con mueble.</li></ul>
1	<b>MESA DE TRABAJO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>MESA DE ACERO INOXIDABLE 304 PARA ALIMENTOS CON ALMA DE MADERA</li><li>MESA DE CENTRO ACERO 304 98*60*90 190</li></ul>
1	<b>CONGELADOR</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Termostato ajustable</li><li>- Capacidad: 198L / 7.0 cu.ft</li><li>- Interior fácil de limpiar</li><li>- Bisagra equilibrada</li><li>- Rodillos para facilitar el movimiento</li><li>- Cesta de almacenamiento extraíble</li></ul>



1	<b>FRIGORIFICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cerradura opcional</li> <li>- Material interno: Kevlar - Polietileno</li> <li>* Capacidad: 120 Litros</li> <li>* Color: Silver</li> <li>* Puerta: Puerta reversible, en lámina lisa</li> <li>* Tipo de manija: Manija incorporada lateral</li> <li>* Puerta: Vidrio resistente</li> <li>* Tipo de refrigerante: R600a</li> <li>* Rango de temperatura: 2 - 8 C°</li> <li>* Exhibidora: Si</li> <li>* Potencia: 66W</li> </ul>
2	<b>OLLA ARROCERA</b>	Olla arrocera de presion industrial 220V capacidad : 12libras arroz sirva para 50 - 80 personas
2	<b>CILINDROS DE GAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MarcaAGIP GAS</li> <li>ModeloAZUL</li> </ul>
1	<b>TIJERAS PARA CORTAR POLLO</b>	
1	<b>EXPRIMIDOR DE LIMON</b>	
2	<b>TABLA DE PICAR INDUSTRIAL</b>	Plástico
1	<b>CURARON INDUSTRIAL</b>	Cucharon Acero Inoxidable Alna Impoexito
1	<b>CUCHARETA INDUSTRIAL</b>	Cuchareta Perforada 35.5cm Sunex Impoexito

*Elaborado por autora*

A continuación se detallan los materiales que serán utilizados para el área de ventas, que garantice el buen funcionamiento de la empresa.

*Tabla 18, Materiales area de ventas*

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARATERISTICAS
1	CAJA REGISTRADORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>MarcaBematech</li> <li>ModeloCD-415</li> <li>Modelo alfanumérico415</li> </ul>
12	MESAS Y SILLAS PARA RESTAURANTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto asiento 45cm.</li> <li>- Alto total 89.5cm.</li> </ul>
1	JUGUERA	Marca Lynkrich
1	DISPENSADOR DE AGUA	MarcaTCL



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

		ModeloTY-LRD32W Voltaje110V en 70cm de alto, la altura puede modificarse
1	SILLA ALTA METALICA	
1	MUEBLE PARA CAJA REGISTRADORA	
50	SORPEROS PEQUEÑOS	
50	PLATOS PEQUEÑOS	
50	PLATOS MEDIANOS	
50	PLATOS GRANDES	
50	CUCHARAS METALICAS	
50	TENEDORES METALICOS	
50	VASOS DE VIDRIOS	
12	AJICEROS PLASTICOS	
12	SALEROS DE VIDRIO	
24	RECIPIENTES DE SALSAS	
24	CUCHARAS PEQUEÑAS	
2	EXTINTORES	
1	DETECTOR DE HUMO	
1	TETECTOR DE GAS	
4	LAMPARAS EMERGENCIA	
6	SEÑALACION DE EMERGENCIA	
1	FRIGORIFICO UNA PUERTA	* Capacidad: 120 Litros * Color: Silver * Puerta: Puerta reversible, en lámina lisa * Tipo de manija: Manija incorporada lateral
1	CALCULADORA	MarcaCasio LíneaClassWiz ModeloFX-991EX
1	TELEFONO	MarcaPanasonic ModeloKX-TG3760
1	AMPLIFICADOR DE SONIDO	- Función Bluetooth USB SD FM - Entradas: RCA (2 fuentes de audio) - Salidas: Banana Binding Post - RCA dedicada para grabación de salida de línea - 2 Mono RCA dedicada para subwoofer Salida - 1 RCA dedicada para salida preamplificada
1	TV. 32 PULGADAS	Tipo de pantalla LED Tamaño de la pantalla 32 " Tipo de resolución HD Voltaje 110V Relación de contraste 1200:1 Brillo 200 cd/m <sup>2</sup> Tiempo de respuesta 8 ms

---





Ancho 74 cm

Profundidad 8 cm

Altura 74 cm

---

*Elaborado por autora*

A continuación, se detallan los materiales para el área Administrativa

*Tabla 19, Materiales del área Administrativa*

---

**MUEBLES PARA OFICINA**

---

**2 COMPUTADOR**

Laptops hp que permita el buen funcionamiento.

**1 ESCRITORIO DE 2 PUESTOS**

Escritorio Estación De Trabajo En L  
Mueble De Oficina

**1 EQUIPO MULTIFUNCIONAL  
COPIADORA**

Modelo C405/DN

Velocidad de impresión color  
HASTA 36 PPM

Funciones estándar COPIA  
CORREO ELCTRONICO O FAX

Ciclo de HASTA 85000  
IMÁGENES

Salida doble cara

Conectividad Wi-Fi

Continuidad ESTANDAR

**1 ESCRITORIO DE MADERA**

Escritorios En Madera Rh Y  
Estructura Metalica Reforzada

**1 ARCHIVADOR DE MADERA**

Archivador De Madera 9/10

**1 TELEFONO**

MarcaPanasonic

ModeloKX-TG3760

**2 SILLAS DE ESCRITORIO**

Tipo: Sillas de escritorio

Ancho: 65 centímetros

Material: Cuero sintético

Alto: 112 a 121.5 centímetros

**2 SILLAS DE MADERA**

SILLA MULTIUSO OFICINA -  
RECEPCIONES - HOGAR -

---

*Elaborado por autora*



## **2. ESTUDIO ORGANIZATIVO**

### **1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA**

Las organizaciones deben manejarse dentro de una estructura organizacional según la actividad que realicen, se puede llevar un buen manejo estructural el cual permite fijar las funciones de cada área para el correcto funcionamiento de la empresa. (García, 2018)

#### **DEFINICIÓN**

Se puede apreciar que dentro de una organización se debe tener claro cuáles son las funciones que se deben cumplir para un buen manejo de la empresa y tener un funcionamiento eficaz.

### **2. Misión**

Se conoce como misión a la función, encargo, o propósito que una empresa debe cumplir, es decir las funciones que se deben realizar como equipo de trabajo dentro de una organización. (SIGNIFICADOS, 2016)

#### **Misión**

Ser uno de los asaderos reconocidos a nivel nacional, por su sabor en pollo asado ofreciendo atención de calidad, garantizando la calidad de sus productos.

### **3. Visión**

La visión es hacia donde quiere llegar la empresa a largo plazo, en este punto se debe motivar al equipo de trabajo para cumplir con el objetivo y las metas trazadas enfocando todos los esfuerzos hacia un propósito con la finalidad que la empresa tenga éxito. (SIGNIFICADOS, 2016)

#### **Visión**

Ser una empresa líder, Posicionándose en el mercado nacional, estableciendo una cadena exitosa con un alto reconocimiento por su sabor y calidad de sus productos generando fuentes de empleo, y así contribuir con bienestar de la empresa y el de sus colaboradores.

### **4. PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS**

Dentro de una empresa se deben tener claros los valores empresariales, estos deben ser sólidos los cuales deben ser transmitidos a cada uno de los integrantes de la empresa.

#### **PRINCIPIOS**

Se basa en los valores y en las características que tiene la empresa, de todo el entorno es decir en los valores de esto depende la eficiencia de cada uno de sus integrantes



## PERSEVERANCIA Y CONSTANCIA

Cumplir con los objetivos propuestos por la empresa.

## RESPECTO

Actuamos de una manera correcta con el personal de la empresa clientes y proveedores.

## VALORES

Qué son Valores: Los valores son aquellos **principios, virtudes o cualidades que caracterizan a una persona**, una acción o un objeto que se consideran típicamente positivos o de gran importancia por un grupo social. (SIGNIFICADOS, 2016)

## LEALTAD

Crear un compromiso de lealtad con la empresa cultivando y cuidando del bienestar de la misma.

## APOYO Y COLABORACIÓN

Buscar el desarrollo y crecimiento del talento humano de la empresa, el cual será el patrimonio fundamental, por lo que se deberá respetarlo, brindarle trabajo seguro y oportunidades de crecimiento.

## COMPROMISO

Afianzar el compromiso con la organización demostrando que la empresa busca el bienestar de los trabajadores, de esta manera obtendrán una retribución en la calidad de su trabajo.

### 3. **OBJETIVOS EMPRESARIALES**

Los objetivos empresariales son las metas planteadas de una empresa, la manera como se va a realizar las estrategias para cumplir con lo propuesto.

#### **Objetivo general:**

Investigar el comportamiento de los individuos y la conducta dentro de una organización con el fin de mejorar los procesos que se mantienen.

#### **1. Objetivos Específicos**

- Satisfacer las necesidades de los servicios que tiene la empresa
- Diseñar un plan estratégico para mejorar el proceso dentro de la empresa
- Establecer requisitos que permitan el buen funcionamiento de la empresa

#### **2. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**

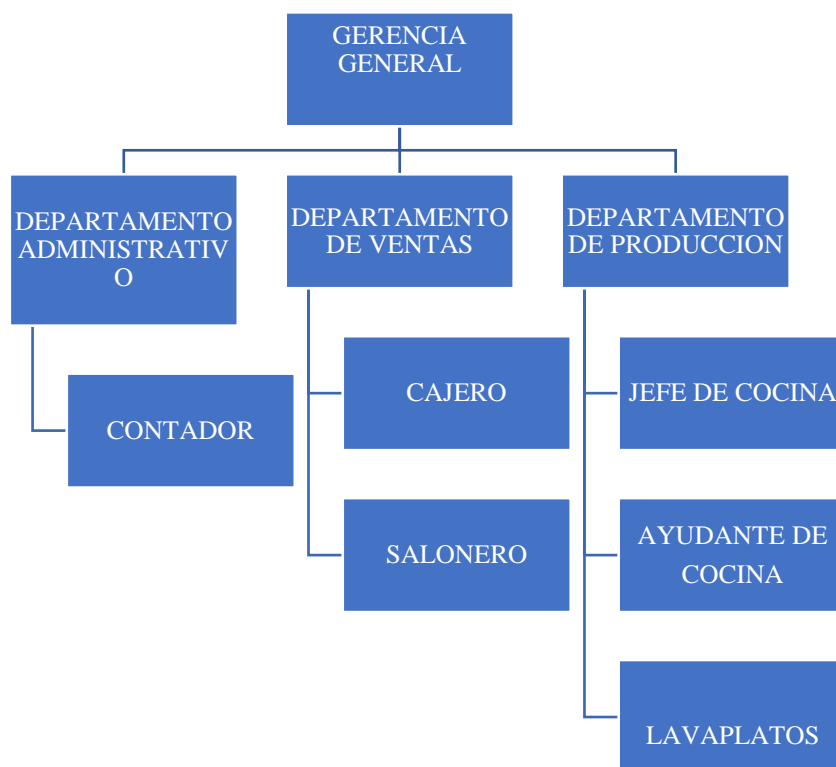


Dentro de una empresa es un muy importante el organigrama estructural se lo representa de una manera gráfica a nivel Jerárquico, esto permite manejar de la mejor manera a la empresa, y esta tenga un buen funcionamiento . (AMY, 2015)

### 3. ORGANICO ESTRUCTURAL

Dentro de las empresas ya sean pequeñas, medianas o grandes el organigrama permite manejar de la mejor manera la empresa (AMY, 2015)

### 4. Organigrama Estructural



La empresa contara con los departamentos detallados a continuación

#### **Departamento Administrativo:**

- Contador

#### **Departamento de Ventas:**



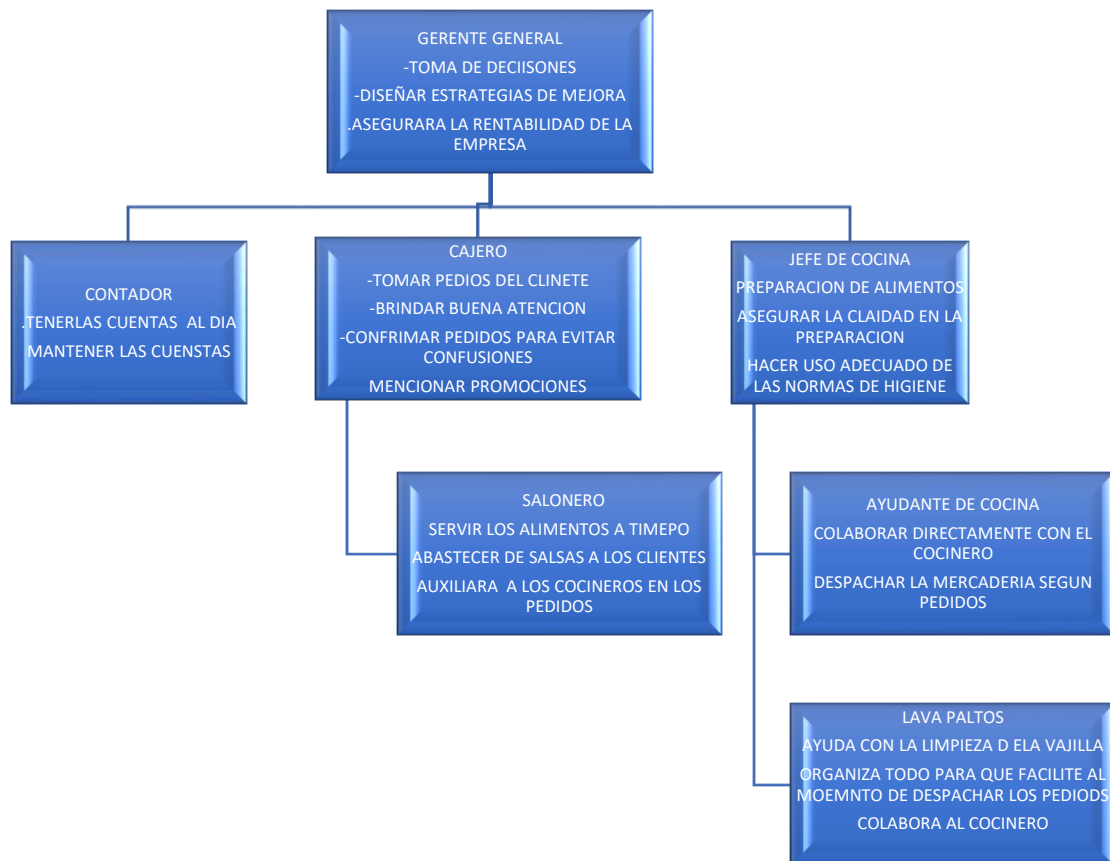
- Cajero
- Salonero

**Departamento de Producción:**

- Jefe de cocina
- Ayudante de cocina
- Lavador de platos

**5. ORGANICO FUNCIONAL**

Este organigrama permite clasificar cada uno de los departamentos y las funciones que debe cumplir cada área y cada departamento tomando en cuenta que siempre hay un responsable.



**GERENTE**

**Perfil**

**Instrucción: Título en Administración de Empresas**

**Experiencia: 1 año**



**Actitudes:** Responsable, Respetuoso, Honesto, que tenga iniciativa y seguridad en el manejo de personal, y la puntualidad,

**Funciones del Gerente:**

- Fijar objetivos alcanzables
- Establecer estrategias para que se cumplan los objetivos
- Establecer responsabilidades específicas para los departamentos de la empresa
- Se encargará de la toma de decisiones administrativas
- Revisará el cumplimiento de actividades encargadas a los departamentos de la empresa
- Comercialización de los servicios
- Coordina los recursos humanos y materiales
- Mantener un nivel de comunicación adecuada con el personal
- Controlar el cumplimiento de las funciones

**CONTADOR**

**Instrucción:** Título de Auditoría o Administración Financiera

**Experiencia:** 2 años

**Actitudes:** Responsable, Respetuoso, Honesto, Puntual.

**Funciones del Contador:**

- Se encargará de la planificación de los departamentos de la empresa
- Se encargará de la evaluación del personal de la empresa
- Diseñar estrategias de venta para la compañía
- Realizar cuadros de caja al cierre del local comercial
- Preparar roles de pago para los empleados
- Tener al día en los pagos de impuestos y obligaciones de la empresa
- Controlar flujos de caja
- Elaboración de Balances
- Registro de facturas de compras y de gastos
- Mantener al día los soportes Financieros
- Elaborar mensualmente Estados Financieros.
- Realizar funciones administrativas de acuerdo al cargo.

**CAJERO**



## **Perfil**

**Instrucción: Superior o cursando estudios**

**Actitudes:** Honesto, responsable, puntualidad, carismática.

### **Funciones:**

- Atención al cliente
- Manejo de caja
- Ofrecer todas las ofertas de nuestros productos a los clientes
- Entrega de facturas
- Realizar los pedidos de productos necesarios al contador
- Realizar ventas semanales
- En caso de ser necesario colaborar con el salonerero
- Realizar cierres de caja

## **SALONERO**

**Instrucción: Bachiller**

**Actitudes:** Honesto, responsables, respetuoso, puntual.

### **Funciones:**

- Atención al cliente
- Realizar la limpieza de mesas y del local
- Revisar que todas las mesas tengan los aderezos suficientes
- Organizar las mesas
- Colaborar con el cocinero en caso de ser necesario

## **JEFE DE COCINA**

**Perfil:**

**Instrucción: Bachiller**

**Conocimiento en cocina**

**Actitudes:** Honesto, responsables, respetuoso, puntual

### **Funciones:**

- Cumplir con las normas de higiene
- Supervisan el trabajo de sus ayudantes
- Preparar diariamente el menú con las debidas normas de higiene



- Colocar los pollos en el asadero
- Administrara los equipos de cocina
- Revisar el inventario y comunicar al contador

## **AYUDANTE DE COCINA**

**Instrucción: Bachiller**

**Experiencia:** mínima 1 año

**Actitudes:** Honesto, responsables, respetuoso, puntual

### **Funciones**

- Ayudar al cocinero en lo que necesite
- Mantener limpia la cocina
- Asistir al jefe de cocina en la preparación de alimentos g
- Recibir mercadería según los pedidos realizados por el jefe de cocina
- Lavar productos que necesiten ser lavados
- Despachar los productos que necesite el cocinero

## **LAVA PLATOS**

**Instrucción: Bachiller**

**Experiencia:** mínima 1 año

**Actitudes:** Honesto, responsables, respetuoso, puntual

### **Funciones**

- Lavar la vajilla
- Mantener la limpieza de la cocina
- Ayudar con la limpieza de las mesas
- Guardar los utensilios
- Tener agilidad
- Ayudar en la preparación de alimentos
- Sacar la basura y ayudar con la limpieza





## 12. CAPITULO V

### 13. ESTUDIO ECONOMICO

Concepto.

El estudio económico es una de los más importantes del proyecto y por medio de este podemos verificar si el proyecto es viable o no si se debe realizar la inversión. Por medio de este análisis se puede analizar la viabilidad de un emprendimiento para la inversión en la producción. (Federico, 2020)

#### **Objetivo**

Evaluar la factibilidad del proyecto, realizando un estudio financiero, mediante la elaboración de estados financieros, así como la respectiva evaluación financiera.

#### **Objetivos Específicos. -**

- Determinar el financiamiento del Proyecto
- Realizar un Balance de resultados pro forma, a través del diseño de costos, gastos y ventas.
- Realizar un flujo de caja, para la evaluación financiera.
- Establecer costos y gastos relación costo beneficio.

A continuación, se detallan los elementos que se analizarán para la estructuración del proyecto del Asadero de Pollos y la inversión a realizar.

Inversiones del Proyecto.-

#### 1. *Inversión.*

- La inversión es el conjunto de aportaciones sé que tendrán que realizar para la adquisicon de bienes para un buen desenvolvimiento dentro de la empresa.
- Establecer cuáles son los costos y la inversión que se va realizar con la finalidad de estructurar la parte financiera conocer cuáles son las inversiones parciales y los gastos operativos.



- Los activos fijos son los que no sufren ninguna variación, constituidos por diversos bienes tangibles que sirven para producir los bienes a los consumidores, siendo propiedad de la empresa y sujetos a depreciación.

### 1. Activos Fijos

Los activos de una empresa son los que permiten el tener un buen manejo y funcionamiento de la empresa ya sean estos a mediano y largo plazo. (Duque, 2017)

Los activos fijos que se necesitaran para el funcionamiento del asadero de pollos es el siguiente

Tabla 20, Activos Fijos, Asadero de Pollos Bravo&Bravo

INVERSION ACTIVOS FIJOS			
ACTIVOS FIJOS	Valor Unitario	Cantidad	Total
EQUIPOS DE COMPUTO	2	880	1760
MUEBLES DE OFICINA	1507	Varios	1507
EQUIPO DE OFICINA	1452	Varios	1452
ENSERES //MENAJE	10230,48	Varios	10230,48
Total			<b>14949,48</b>

Elaborado por autora

### 2. Muebles y Enseres

A continuación, se detallan todos los muebles y enseres que se utilizaran para el bien desenvolvimiento de la empresa.

Tabla 21, Muebles de Oficina Asadero Pollos Bravo&Bravo

MUELES DE OFICINA			
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	Cantidad	Valor unitar	Total
ESCRITORIO DE 2 PUESTOS	1	590	590
ESCRITORIO DE MADERA	1	590	590
ARCHIVADOR DE MADERA	1	145	145
SILLAS DE ESCRITORIO	2	56	112
SILLAS DE MADERA	2	35	70
TOTAL			<b>1507</b>

Elaborado por autora

### 3. Equipos de Cómputo. -

Son los necesarios para el desarrollo de las diferentes actividades administrativas al llevar el registro de los movimientos que se realizarán a diario en el Asadero de pollos.



Tabla 22, Equipos de Computo Asadero de Pollos Bravo&Bravo

<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitar</b>	<b>Total</b>
COMPUTADORES	2	880	1760
<b>Total</b>			<b>1760</b>

*Elaborado por autora*

#### **4. Equipos de Oficina.-**

Los equipos de oficina necesarios en las actividades desarrolladas en la oficina, con el fin de lograr contacto a nivel interno como externo.

#### **Equipos de Oficina**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
TELEFONO	2	45	90
IMPRESORA MATRICIAL	1	465	465
CALCULADORA	1	26	26
LCD	1	350	350
AMPLIFICADOR DE SONIDO	1	214	214
CAJA REGISTRADORA	1	57	57
CENTRAL TELEFONICA	1	250	250
<b>Total</b>			<b>1452</b>

#### **5. Menaje**

Se detalla el material necesario que se utilizara en el local comercial

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
HORNO ACERO INOXIDABLE	1	2900	2900
PELADORA DE PAPAS	1	700	700
LICUADORA INDUSTRIAL	1	470	470
TERMO PARA POLLOS	1	500	500
FREIDORA INDUSTRIAL	1	195	195
COCINA INDUSTRIAL JESSA	1	130	130
MESA DE TRABAJO	1	190	190
CONGELADOR	1	245	245



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

FRIGORIFICO	2	189	378
OLLA ARROCERA	2	498	996
CILINDROS DE GAS	2	53	106
TIJERAS PARA CORTAR POLLO	1	12	12
EXPRIMIDOR DE LIMON	1	69,99	69,99
TABLA DE PICAR INDUSTRIAL	2	8	16
CURARON INDUSTRIAL	1	12	12
CUCHARETA INDUSTRIAL	1	12	12
MESAS Y SILLAS PARA RESTAURANTE	12	135	1620
JUGUERA	1	525	525
DISPENSADOR DE AGUA	1	95	95
SILLA ALTA METALICA	1	47	47
MUEBLE PARA CAJA REGISTRADORA	1	410	410
SORPEROS PEQUEÑOS	50	1,36	68
PLATOS PEQUEÑOS	50	0,63	31,5
PLATOS MEDIANOS	50	1,15	57,5
PLATOS MEDIANOS	50	0,63	31,5
PLATOS GRANDES	50	0,63	31,5
CUCHARAS METALICAS	100	0,28	28
TENEDORES METALICOS	100	0,28	28
VASOS DE VIDRIOS	100	0,21	21
AJICEROS PLASTICOS	100	0,21	21
SALEROS DE VIDRIO	100	0,54	54
RECIPIENTES DE SALSAS	12	0,5	6
CUCHARAS PEQUEÑAS	12	0,8	9,6
EXTINTORES	2	17	34
DETECTOR DE HUMO	1	41,9	41,9
DETECTOR DE GAS	1	49,99	49,99
LAMPARAS EMERGENCIA	4	14,5	58
SEÑALACION DE EMERGENCIA	6	5	30
<b>TOTAL</b>			<b>10230,48</b>

## 6. ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos diferidos son los gastos que se pagan anticipadamente, los mismos que aun no han sido ocupados, cuya finalidad es no alterar los estados financieros en la empresa. (Garcia, 2018)



## ACTIVOS DIFERIDOS

	AMORTIZACIONES				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Cosntitucion (años de amortización 5)	100	100	100	100	100
Gastos de investigación (años de amortización 5)	200	200	200	200	200
	300	300	300	300	300

### 7. Gastos y Costos del Proyecto. -

Los gastos operativos son los que se realizan de la parte administrativa estos pueden ser por la comercialización de los productos u otros. (Garcia, 2018)

### 8. Gastos Administrativos. -

Los gastos administrativos son todos los que se realizan para mantener el buen funcionamiento de la empresa (Cotrina, 2005)

*Tabla 23, Gastos de mano de obra*

COSTOS ADMINISTRATIVOS						
CARGO	NUMERO	SUELDO UNITARIO	TOTAL	ANUAL CANT		
						+
Gerente general	1	1000	1000	12000	1200	13200
Contador	1	700	700	8400	840	9240
Cajero	1	500	500	6000	600	6600
Salonero	1	400	400	4800	480	5280
Jefe de cocina	1	400	400	4800	480	5280
Ayudante de cocina	1	400	400	4800	480	5280
Lavaplatos	1	400	400	4800	480	5280
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>3800</b>	<b>45600</b>	<b>4560</b>	<b>50160</b>

*Elaborado por autora*

*Tabla 24, Gastos Administrativos Operacionales*



**PRESUPUESTO DE GASTOS  
OPERACIONALES  
CASTOS ADMINISTRATIVOS**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Arriendos	6.600,00	6.650,00	6.700,00	6.750,00	6.800,00
Gastos financieros	5.640	5.312,00	4.984,00	4.656,00	4.328,00
Sueldos	58.173,00	63.990,30	70.389,33	77.428,26	85.171,09
Limpieza	300,00	330,00	360,00	390,00	420,00
Suministros	600,00	650,00	700,00	750,00	800,00
Servicio básico	1.440,00	1.490,00	1.530,00	1.580,00	1.620,00
Depreciación	1.495,00	1.495,00	1.495,00	1.495,00	1.495,00
Amortizacion	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
<b>total</b>	<b>74.248,00</b>	<b>79.917,30</b>	<b>86.158,33</b>	<b>93.049,26</b>	<b>100.634,09</b>

*Elaborado por autora*

**9. Gastos Financieros. –**

Son los intereses que se paga por los préstamos o deudas que ha contraído la empresa. Los gastos financieros del Asadero de pollos según el siguiente cuadro:

*Tabla 25, Tabla de Amortización*

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>				
<b>INTERES</b>	<b>8%</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Monto</b>	<b>Capital</b>	<b>Interes</b>	<b>Cuota</b>
0	20.000			
1	16.000	4.000	1.640	5.640
2	12.000	4.000	1.312	5.312
3	8.000	4.000	984	4.984
4	4.000	4.000	656	4.656
5	0	4.000	328	4.328
<b>Total</b>		<b>20.000</b>	<b>4.920</b>	<b>24.920</b>

*Elaborado por autora*



### 10. Costos de Operación o Producción. -

Es necesario conocer los gastos operativos ya que se puede analizar de una manera real de lo que se necesita para la producción de pollos asados.

*Tabla 26, Presupuesto de Costos de Producción Pollos asado Bravo&Bravo*

<b>PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCION</b>					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	90.000,00	99.000,00	108.900,00	119.790,00	131.769,00
Mano de obra	33.600,00	36.960,00	40.656,00	44.721,60	49.193,76
CIF	840,00	880,00	920,00	960,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>124.440,00</b>	<b>136.840,00</b>	<b>150.476,00</b>	<b>165.471,60</b>	<b>181.962,76</b>

*Elaborado por autora*

### 11. Capital de Trabajo. –

El Capital de trabajo hace referencia a las inversiones necesarias que permitan para cubrir los costos y gastos generados por la operación o funcionamiento normal del proyecto.

*Tabla 27, Inversión Capital de Trabajo*

<b>INVERSION CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>VALOR</b>
MATERIAS PRIMAS	7500
MANO DE OBRA	2100
CIF	80
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	1700
ARRIENDOS	550
MANTENIMIENTO	50
SEGURO TODO RIESGO	90
LIMPIEZA	25
SUMINISTROS DE OFICINA Y ASEO	40.00
SERVICIOS BASICOS	220
<b>TOTAL INVERSION CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>12315</b>

*Elaborado por autora*

### 12. Financiamiento del Proyecto. -

Las fuentes de financiamiento ajenas: son originadas de la parte externa de la empresa como son, Instituciones Bancarias, Mutualistas, Cooperativas Etc.



En el caso de la Empresa “Los Pollos Bravo&Bravo” habrá un aporte de parte de los socios accionistas y adicional se obtendrá un financiamiento por parte de una entidad financiera, y así obtener los recursos para el proyecto.

*Tabla 28, Tabla de Amortización*

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>				
<b>INTERES</b>	<b>8%</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Monto</b>	<b>Capital</b>	<b>Interes</b>	<b>Cuota</b>
0	20.000			
1	16.000	4.000	1.640	5.640
2	12.000	4.000	1.312	5.312
3	8.000	4.000	984	4.984
4	4.000	4.000	656	4.656
5	0	4.000	328	4.328
<b>Total</b>		<b>20.000</b>	<b>4.920</b>	<b>24.920</b>

*Elaborado por  
autora*

El préstamo será la tasa activa vigente en el sistema financiero ecuatoriano del 8,20% en un plazo de cinco años en el cual se detallará en el punto de amortización de la deuda.

*Tabla 29, Amortizacion prestamo*

<b>DETALLE</b>	<b>FORMULA</b>	<b>CAPITAL</b>
Capital	K	20000
Tasa interés	I	8,20%
Años	N	5
	(1+i)	
Amortización	$A=Co*i/(1+i)^{n-1}$	1640

*Elaborado por autora*

### **13. Evaluación Financiera. –**

El objetivo de la evaluación Financiera es determinar, de una mejor manera todos los pros y los contras las ventajas y desventajas al momento de implementar un proyecto.

Según Maldonado “La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el





proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos.”

#### 14. Estado de Situación Inicial. -

En el estado de situación inicial se refleja todos los activos y la inversión necesaria que se necesita para el funcionamiento del proyecto. (Duque, 2017)

En este balance se detallan los activos corrientes, fijos, intangibles y diferidos con que cuenta la empresa, la deuda con que va a solventar la inversión y los aportes de cada uno de los socios.

#### BALANCE DE SITUACION INICIAL

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTES</b>		<b>CORRIENTES</b>	
CAJA BANC	7500		
MATERIA PRIMA	\$ 4.815,00	<b>LARGO PLAZO</b>	
<b>FIJOS</b>			
		<b>PATRIMONIO</b>	
MUEBLES DE OFICINA	1507	<b>CAPITAL</b>	33564,48
EQUIPOS DE OFICINA	1452		
ENSERES	10230,48		
EQUIPO DE COMPUTO	1760		
<b>INTANGIBLES</b>		<b>TOTAL, PASIVO</b>	<u>33564,48</u>
SOFTWARE	2500	<b>Y PATRIMONIO</b>	<b>33564,48</b>
REGISTRO SANITARIO	1000		
<b>DIFERIDOS</b>			
GASTOS CONSTITUCION	1800		
GASTOS DE INVESTIG	1000		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<u>33564,48</u>		

#### 2. Estado de Pérdidas y Ganancias. -

El Estado de resultados es uno de los estados financieros importantes que se elaboran en el sistema contable, en el cual se verificara las ganancias o pérdidas de la empresa. (Duque, 2017)



Tabla 30, Estado de Pérdidas y ganancias Proyectado

PROYECTADO DETALLE	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	222.640,00	247.307,50	273.240,00	300.437,50	361.790,00
COSTO DE VENTAS	90.000,00	99.000,00	108.900,00	119.790,00	131.769,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	132.640,00	148.307,50	164.340,00	180.647,50	230.021,00
GASTOS OPERACIONALES	74.248,00	79.917,30	86.158,33	93.049,26	100.634,09
UTILIDAD DEL EJERCICIO EN OPERACIONES	<b>58.392,00</b>	<b>68.390,20</b>	<b>78.181,67</b>	<b>87.598,24</b>	<b>129.386,91</b>
OTROS INGRESOS	-	-	-	-	-
OTROS EGRESOS	-	-	-	-	-
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	<b>58.392,00</b>	<b>68.390,20</b>	<b>78.181,67</b>	<b>87.598,24</b>	<b>129.386,91</b>
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	<b>8.758,80</b>	<b>10.258,53</b>	<b>11.727,25</b>	<b>13.139,74</b>	<b>19.408,04</b>
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS	49.633,20	58.131,67	66.454,42	74.458,50	109.978,87
25% IMPUESTO A LA RENTA	12.408,30	14.532,92	16.613,60	18.614,63	27.494,72
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	<b>37.224,90</b>	<b>43.598,75</b>	<b>49.840,81</b>	<b>55.843,88</b>	<b>82.484,16</b>

Elaborado por autora

### 1. Cálculo del Punto de Equilibrio. -

El punto de equilibrio, permite conocer la cantidad de producción de la empresa, el valor de las ventas y de los ingresos, nos permite comparar la oferta y la demanda que hay dentro del mercado.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas Totales}}}$$



*Tabla 31, Punto de Equilibrio*

<b>EQUILIBRIO INGRESOS</b>	<b>PUNTO DE</b>				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>	222640	247307,5	273240	300437,5	361790
<b>EGRESOS COSTOS FIJOS</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendos	6.600,00	6.650,00	6.700,00	6.750,00	6.800,00
Prestamos	5.640,00	5.312,00	4.984,00	4.656,00	4.328,00
Mano de obra	33.600,00	36.960,00	40.656,00	44.721,60	49.193,76
Cif	840,00	880,00	920,00	960,00	1.000,00
Sueldos	58.173,00	63.990,30	70.389,33	77.428,26	85.171,09
Depreciacion	1.495,00	1.495,00	1.495,00	1.495,00	1.495,00
Amortizacion	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
<b>Total</b>	<b>106.648,00</b>	<b>115.587,30</b>	<b>125.444,33</b>	<b>136.310,86</b>	<b>148.287,85</b>

*Elaborado por autora*

A continuación, detalle de los costos variables

*Tabla 32, Costos variables*

<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Materia prima	156.532,80	180.012,72	207.014,63	238.066,82	273.775,87
Cif	840,00	880,00	920,00	960,00	1.000,00
Suministros	600,00	650,00	700,00	750,00	800,00
Sevicios basi	420,00	462,00	508,20	559,02	614,92
Limpieza	300,00	330,00	360,00	390,00	420,00



<b>Total</b>	158.692,80	182.334,72	209.502,83	240.725,84	276.610,79
--------------	------------	------------	------------	------------	------------

*Elaborado por autora*

## 2. Flujo de Caja.-

A continuación, se detalla las tasas con las cuales se trabajará

*Tabla 33, determinación Costo Actual neto sin financiamiento*

<b>DETERMINACION VAN SIN FINACIAMIENTO</b>	
TASA DE DESCUENTO	10,0%
INFLACION PROYECTADA	8%
RIESGO DEL SECTOR	4%
RIESGO PAIS	5%
COSTO PROMEDIO K	4%
<b>TOTAL</b>	<b>31%</b>

*Elaborado por autora*

## 3. FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de efectivo permite verificar la capacidad y los recursos que se necesitan para y para la producción en un proyecto. (Duque, 2017)

*Tabla 34, flujo de Efectivo*

<b>EFFECTIVO</b>	<b>FLUJO DE</b>				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	AÑO 5
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>					
Ventas	222.640,00	247.307,50	273.240,00	300.437,50	328.900,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>222.640,00</b>	<b>247.307,50</b>	<b>273.240,00</b>	<b>300.437,50</b>	<b>361.790,00</b>
<b>EGRESOS DE EFECTIVO</b>					



Materia prima	90.000,00	99.000,00	108.900,00	119.790,00	131.769,00
mano de obra	33.600,00	36.960,00	40.656,00	44.721,60	49.193,76
Cif	840,00	880,00	920,00	960,00	1.000,00
Gastos operacionales	74.248,00	77.621,30	83.979,73	91.923,80	99.680,08
15% participación trabajad		<b>8.758,80</b>	<b>10.258,53</b>	<b>11.727,25</b>	<b>13.139,74</b>
25% impuesto a la renta		12.408,30	14.532,92	16.613,60	18.614,63

#### 4. EL VAN

Valor Actual Neto, Se lo conoce también como una herramienta financiera que da a notar la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la proporcionalidad que entra en el proyecto, es decir se mide la rentabilidad que tiene el producto y la cantidad que se invierte en el mismo para analizar si el negocio es viable o no, y que ofrezca beneficios a la empresa. (Urbano, 2020)

#### 5. TIR

El TIR o la tasa interna de retorno, es la tasa de descuento que se tiene de un proyecto y que nos permite que el VAN sea como mínimo igual a la inversión. Cuando se habla del TIR se habla de la máxima TD que cualquier proyecto puede tener para que se pueda ver como apto

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Tabla 35, Valor Actual Neto

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR</b>
0 -	32.864,48
1	23.952,00
2	54.013,30
3	63.575,72
4	71.382,95
5	111.901,52

Elaborado por autora

<b>VALOR NETO ACTUAL</b>	<b>199.552,09</b>
--------------------------	-------------------

### DETERMINACION DE LA TASA INTERNA DE RETORNO SIN FINANCIAMIENTO



TIR	121,00%
-----	---------

La Tasa Interna de Retorno del Inversionista es del 121% , la cual representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido es decir mientras mayor sea la tasa mayor será la rentabilidad, en consecuencia la TIR obtenido en el proyecto es mayor a la tasa de interés vigente en el mercado, lo cual refleja que el proyecto es rentable.

### 6. Relación Beneficio – Costo. -

Dentro de este punto se analizan las cuentas de ingresos como egresos los cuales nos refleja la tasa de rentabilidad.

(Duque, 2017)

$$\text{Beneficio Costo (b/c)} = \frac{\text{VAN Beneficios Actualizados}}{\text{VAN Costos Actualizados}}$$

$$R B/C = \frac{VA B}{VA C}$$

VA C

A continuación, detalle de la relación costo y beneficio

### 3. TASA DE INVERSION RELACION COSTO Y BENEFICIO

TASA	10%
INVERSION	33564,48

AÑOS	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	FLUJO EFECTIVO
0	33564,48			
1		222.640,00	198.688,00	23.952,00
2		247.307,50	193.294,20	54.013,30
3		273.240,00	209.664,28	63.575,72
4		300.437,50	229.054,55	71.382,95
5		361.790,00	249.888,48	111.901,52



DETALLE	VALOR
Sumas Ingresos	1.041.921,60
Sumas Egresos	809.505,03
Costos de Inversion	843.069,51
B/C	<b>1,24</b> RENTABLE

### 1. Periodo Real de Recuperación de la Inversión. -

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada periodo de su vida útil. En el siguiente cuadro, se presenta el cálculo del PRI:

*Tabla 36, Periodo de recuperación sin financiamiento*

DETERMINACION DEL PERIODO DE RECUPERACION (SIN FINANCIAMIENTO) DE LA INVERSION		
INVERSION	<b>33564,48</b>	
AÑOS		FLUJO DE EFECTIVO
1		23952
2		54.013,30
2	9.612,48	12
		X
	5,619080612	
PRI = 1 AÑO 5 MESES 60 DIAS		

*Elaborado por autora*



### **CONCLUSIONES**

- ✓ Se justifica el proyecto económicamente se va obtener la mayor ganancia posible con un buen posicionamiento en el mercado y en lo social hay un porcentaje considerable de la población que se encuentra desatendida y se va aprovechar al máximo esa oportunidad.
- ✓ El producto de pollo asado es considerado un alimento nutritivo ya que tiene varias proteínas, es un alimento de preferencia para los consumidores y mantiene una dieta equilibrada.
- ✓ El proyecto será implantado en el Sector la Villaflora parroquia la Magdalena en el sector urbano de la ciudad de Quito, está dirigido a la población de 15 años en adelante estatus medio y medio alto, manteniendo un compromiso alto con los clientes ofreciendo un servicio de calidad y eficiente.
- ✓ El asadero de pollos tendrá un espacio físico de 200m, las mismas que están distribuidas en el salón, oficina, cocina, asadero y un baño, espacios suficientes para la atención de nuestros clientes.
- ✓ De acuerdo al estudio técnico realizado y los resultados del estudio financiero se determina que el proyecto es viable y ofrece todas las garantías para la inversión ya que hay una capacidad de ventas de anuales de 36800 pollos.
- ✓ Se concluyo que el periodo de recuperación de inversión es de un año 5 meses en un tiempo estimado es menor al estudio de proyecto en 5 años.





### **RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda la utilización adecuada y distribución de financiamiento para que el proyecto pueda ejecutar sus operaciones de manera que se evite problemas financieros.
- ✓ El estado debe seguir apoyando a los emprendedores brindando tasas de interés bajas y así incentivar a los pequeños empresarios a invertir en la economía del país.
- ✓ Cumplir a cabalidad todos los procesos establecidos en la preparación de los alimentos para optimizar actividades y poder cumplir con los estándares de calidad.
- ✓ Desarrollar estrategias de marketing para la implantación del proyecto se necesitará de una amplia promoción y ofertas para los futuros clientes, se debe realizar publicidad por medios de flayers, redes sociales. Baners, y volantes para las personas que transiten por el sector.
- ✓ El compromiso de mantener lazos con los proveedores para que nos ofrezcan descuentos ofertas en los productos.
- ✓ Se recomienda el uso de herramientas de mercado para así aumentar la capacidad de producción y aumentar la capacidad de la demanda del asadero de pollos.



## 14. Bibliografía

- AMY. (21 de 10 de 2015). *GESTION ORG recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.gestion.org/organigrama-de-una-empresa/>
- ARCSA. ("SF" de "SF" de 2020). *ARSA PERMISOS Y FUNCIONAMIENTOS*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-otorga-permisos-de-funcionamiento-en-sus-oficinas/>
- Art. 11 ASAMBLEA, N. (08 de 03 de 2001). *LEY DEL REGIMEN DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO recuperado 27-06-2020*. Obtenido de [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)
- Art. 23 DMQ, O. (2019). *D.M.Q. Ordenanzas Municipales*. Obtenido de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/)
- Art. 279 MRL, M. D. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 319 MRL, M. R. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 325 MRL, M. D. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 4 EDICIONES LEGALES, C. D. (2013). *CODIGO DE COMERCIO Y SUS DISPOSICIONES LEGALES*. Obtenido de <https://www.secretariadelamazonia.gob.ec>
- Art. 9 ASAMBLEA, N. (19 de 11 de 2019). *ASAMBLEA NACIONAL* . Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Art.1 Camara, d. C. (2020). *CAMARA DE COMERCIO DE QUITO recuperado 07-08-2020*. Obtenido de <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Art.12 ASAMBLEA, N. (2001). *ASAMBLEA NACIONAL recuperado 07-08-2020*. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Art.12 MRL, M. R. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art.13 ASAMBLEA, N. (2001). *ASAMBLEA NACIONAL recuperado 07-08-2020*. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Art.2 D.M.Q, O. (2019). *ORDENANZAS MUNICIPALES* . Obtenido de <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Art.33 MRL, D. L. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art.43 ASAMBLEA, N. (19 de 11 de 2019). *ASAMBLEA NACIONAL* . Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Barroeta, R. M. (13 de 11 de 2019). *Emprendimiento Empresarial*. Obtenido de [Emprendimiento Empresarial estrategias // recuperado 2020 https://milagrosruizbarroeta.com](https://milagrosruizbarroeta.com)
- BCE. (02 de 07 de 2019). *PIB PRODUCTO INERTNO BRUTO. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR* .
- BCE. (09 de 01 de 2019). *TASA ACTIVA //PASIVA BANCO CENTRAL DEL ECUADOR . TASA ACTIVA //PASIVA BANCO CENTRAL DEL ECUADOR* .
- BOMBEROS, C. D. ("SF" de "SF" de 2020). *CUERPO DE BOMBEROS QUITO*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/>
- Cabezas, A. ("SF"). *IMG BUSSINES SCHOOL Recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/valores-corporativos/>



- CAROLINA. (01 de 18 de 2020). *EMPRENDEDOR* . Obtenido de <https://emprender.ec/aprobada-la-ley-de-emprendimiento-e-innovacion/>
- Carvajal, A. ("SF" de "SF"). *Lifeder .com recuperado el 27-06-2020*.
- Chamby, V. (17 de 05 de 2017). *CONTENIDOS QHSE, recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://contenidos-qhse.blogspot.com/2017/05/la-seguridad-como-un-valor.html>
- Conceptos Definiciones . (09 de 09 de 2019). *COCEPTOS DEFINICIONES tceuperado el 01-08-2020*. Obtenido de COCEPTOS DEFINICIONES : <https://conceptdefinicion.de/recursos-humanos/>
- Cortez, E. (15 de 06 de 2015). *La tecnologia en tu negocio* . Obtenido de <https://www.administrabien.com/la-tecnologia-en-tu-negocio/>
- Cotrina, S. (05 de 05 de 2005). *Proyectos de Inversion recuperado 27-07-2020*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>
- Duque, N. J. (18 de 04 de 2017). *Administracion y Finanzas Recuperado 28-07-2020*. Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/relacion-costo-beneficio>
- EMPRENDEDOR . (28 de 02 de 2013). *EMPRENDEDOR .PE recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://emprendedor.pe/finanzas/perfil-profesional-de-un-contador>
- Federico, E. f. ("sf" de "sf" de 2020). *Zona Economica en linea* . Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Financiare . (09 de 2019). *Financiare recuperado el 06 de 2020*. Obtenido de <https://www.todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>
- Garcia, I. (11 de 01 de 2018). *Emprende Pyme recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>
- Gardey, J. P. ("SF" de 2010). <https://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-de-inflacion.html>. Obtenido de Expansion : <https://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-de-inflacion.html>
- Gonzalez, P. C. (27 de 10 de 2019). *Quito tiene la tasa mas alta de pobreza a escala Nacional . El Comercio* .
- Google, M. Q. ("SF" de "SF" de 2020). *Google maps. mapa de Quito, recuperado 07-06-2020* <https://www.google.com>. Obtenido de <https://www.google.com>
- Guerrero, A. (24 de 10 de 2019). *LA VILLAFLORA . Ultimas Noticias* .
- GUIA NUTRICION VALENCIA. (2018). *GUIA NUTRICION .COM*. Obtenido de <http://www.guia-nutricion.com/>
- Guiteras, X. (09 de 07 de 2013). *Ime recuperado 27.06.2020*. Obtenido de <https://www.investigacionmercados.es/analisis-de-precios-i/>
- IESS. ("SF" de 2019). *INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL* . Obtenido de <https://www.gob.ec/iess>
- INEC. (2011). *INSTUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- INEC. ("SF" de 12 de 2019). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS* . Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-diciembre-2019/>
- MALHOTRA, N. K. (2004). *IVESTIGACION DE MERCADOS, recuperado de* [http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/517/Investigacion\\_de\\_Mercados.pdf](http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/517/Investigacion_de_Mercados.pdf). MEXICO: PEARSON EDUCATION.
- Martinez, H. (22 de 11 de 2016). *Estudios de Mercado, Mercadotecnia recuperado 16-06-2020*. Obtenido de <http://cedconsultoria.net/2016/11/22/analisis-de-la-oferta/>



- Modragón, V. ("SF"). *Diario del Exportador recuperado el 16-06-2020*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>
- Nieto, G. A. ("SF"). *El Blog Salmon* . Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-el-van-y-el-tir-OCUPA> . (06 de 12 de 2018). *OCUPA recuperado, 06-07-2020*. Obtenido de <https://ocupa2.com/blog/mercado-laboral>
- PERALTA, E. O. ("SF"). *GENWORDS* . Obtenido de <https://www.genwords.com/blog/mercadotecnia>
- Perez, P. J., & Gardey, A. ("SF" de 2009). *Definición de Oferta* . Obtenido de Definición de oferta recuperado 06-08-2020: <https://definicion.de/oferta/>
- Polo, M. D. (17 de 12 de 2017). *LA PERSEVERANCIA DE UN EMPRENDEDOR recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/perseverancia-de-un-emprendedor/>
- Portales, D. ("sf" de "sf" de 2011). *E-Tecnico recuperado 24-06-2020*. Obtenido de <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Raffino, M. E. (13 de 02 de 2020). *Gestion Administrativa recuperado 06-06 2020* <https://concepto.de/gestion-administrativa/>. Obtenido de <https://concepto.de/gestion-administrativa/>
- Raquel Saco, M. M. (2004). *COMO CREAR UNA MICROEMPRESA* . En R. S. Maga Mazza, *COMO CREAR UNA MICROEMPRESA* (pág. 85). España : Paídos Ibérica S.A .
- Robles, F. A. (19 de 03 de 2001). [https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf)[https://www.qREGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.qREGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf). Obtenido de [https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf)
- Rojas, F. (14 de 11 de 2007). *FORMUALCION DE PROYECTOS recuperado 02-07-2020*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Sanchez, R. R. (17 de 12 de 2011). *GESTION DE PROYECTOS* . Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/ruddyramonalonzo/2011/12/17/grupos-de-interes-gestion-de-proyectos/>
- Santesmases, M. (2014). *Fundamentos de la Mercadotecnia, recuperado 2020*,file:///C:/Users/CECILIA%20BRAVO/Downloads/Fundamentos%20de%20Mercadotecnia%20-%20Miguel%20Santesmases%20Mestre.pdf. Mexico: Patria .
- SENPLADES. (2011). *SECRETARIA TECNICA PLANIFICA ECUADOR* . Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/>
- Shujel. ("SF" de 2018). *Emprendedores 2028 recuperado 14-06-2020*. Obtenido de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- SIGNIFICADOS. (21 de 12 de 2016). *SIGNIFICADOS RECUPERADO 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.significados.com/VISION>
- Softgrade. (06 de 04 de 2020). *MANUEL DE PROCEDIMIENTOS recuperado 07-06-2020*. Obtenido de <https://softgrade.mx/manual-de-procedimientos/>
- SRI. (25 de 02 de 2020). *NORMAS DE APLICACION IMPOSITIVAS PARA MICROEMPRESAS* .



- Thompson, I. ("sf" de mayo de 2006). *PROMONEGOCIOS* recuperado 07-06-2020 .  
Obtenido de <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Thomsen, M. (2009). EL PLAN DE NEGOCIOS DINAMICO . En M. Thomsen, *Plan de Negocios Dinamico* (pág. 59). DK Escand navia//fritzz.
- Urbano, M. S. ("sf" de "sf" de 2020). *ECONOMIA en linea* . Obtenido de <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>

## Referencias

- AMY. (21 de 10 de 2015). *GESTION ORG* recuperado 06-07-2020. Obtenido de <https://www.gestion.org/organigrama-de-una-empresa/>
- ARCSA. ("SF" de "SF" de 2020). *ARSA PERMISOS Y FUNCIONAMIENTOS*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-otorga-permisos-de-funcionamiento-en-sus-oficinas/>
- Art. 11 ASAMBLEA, N. (08 de 03 de 2001). *LEY DEL REGIMEN DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO* recuperado 27-06-2020. Obtenido de [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)
- Art. 23 DMQ, O. (2019). *D.M.Q. Ordenanzas Municipales*. Obtenido de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/)
- Art. 279 MRL, M. D. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 319 MRL, M. R. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 325 MRL, M. D. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 4 EDICIONES LEGALES, C. D. (2013). *CODIGO DE COMERCIO Y SUS DISPOSICIONES LEGALES*. Obtenido de <https://www.secretariadelamazonia.gob.ec>
- Art. 9 ASAMBLEA, N. (19 de 11 de 2019). *ASAMBLEA NACIONAL* . Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Art.1 Camara, d. C. (2020). *CAMARA DE COMERCIO DE QUITO* recuperado 07-08-2020. Obtenido de <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Art.12 ASAMBLEA, N. (2001). *ASAMBLEA NACIONAL* recuperado 07-08-2020. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Art.12 MRL, M. R. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art.13 ASAMBLEA, N. (2001). *ASAMBLEA NACIONAL* recuperado 07-08-2020. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Art.2 D.M.Q, O. (2019). *ORDENANZAS MUNICIPALES* . Obtenido de <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Art.33 MRL, D. L. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art.43 ASAMBLEA, N. (19 de 11 de 2019). *ASAMBLEA NACIONAL* . Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Barroeta, R. M. (13 de 11 de 2019). *Emprendimiento Empresarial*. Obtenido de *Emprendimiento Empresarial estrategias // recuperado 2020*  
<https://milagrosruizbarroeta.com>: <https://milagrosruizbarroeta.com>



- BCE. (02 de 07 de 2019). PIB PRODUCTO INERTNO BRUTO. *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR* .
- BCE. (09 de 01 de 2019). TASA ACTIVA //PASIVA BANCO CENTRAL DEL ECUADOR . *TASA ACTIVA //PASIVA BANCO CENTRAL DEL ECUADOR* .
- BOMBEROS, C. D. ("SF" de "SF" de 2020). *CUERPO DE BOMBEROS QUITO*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/>
- Cabezas, A. ("SF"). *IMG BUSSINES SCHOOL Recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/valores-corporativos/>
- CAROLINA. (01 de 18 de 2020). *EMPRENDEDOR* . Obtenido de <https://emprender.ec/aprobada-la-ley-de-emprendimiento-e-innovacion/>
- Carvajal, A. ("SF" de "SF"). *Lifeder .com recuperado el 27-06-2020*.
- Chamby, V. (17 de 05 de 2017). *CONTENIDOS QHSE, recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://contenidos-qhse.blogspot.com/2017/05/la-seguridad-como-un-valor.html>
- Conceptos Definiciones . (09 de 09 de 2019). *COCEPTOS DEFINICIONES tceuperado el 01-08-2020*. Obtenido de COCEPTOS DEFINICIONES : <https://conceptodefinicion.de/recursos-humanos/>
- Cortez, E. (15 de 06 de 2015). *La tecnologia en tu negocio* . Obtenido de <https://www.administrabien.com/la-tecnologia-en-tu-negocio/>
- Cotrina, S. (05 de 05 de 2005). *Proyectos de Inversion recuperado 27-07-2020*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>
- Duque, N. J. (18 de 04 de 2017). *Administracion y Finanzas Recuperado 28-07-2020*. Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/relacion-costo-beneficio>
- EMPRENDEDOR . (28 de 02 de 2013). *EMPRENDEDOR .PE recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://empreendedor.pe/finanzas/perfil-profesional-de-un-contador>
- Federico, E. f. ("sf" de "sf" de 2020). *Zona Economica en linea* . Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Financiare . (09 de 2019). *Financiare recuperado el 06 de 2020*. Obtenido de <https://www.todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>
- Garcia, I. (11 de 01 de 2018). *Emprende Pyme recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>
- Gardey, J. P. ("SF" de 2010). <https://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-de-inflacion.html>. Obtenido de Expansion : <https://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-de-inflacion.html>
- Gonzalez, P. C. (27 de 10 de 2019). Quito tiene la tasa mas alta de pobreza a escala Nacional . *El Comercio* .
- Google, M. Q. ("SF" de "SF" de 2020). *Google maps. mapa de Quito, recuperado 07-06-2020* <https://www.google.com>. Obtenido de <https://www.google.com>
- Guerrero, A. (24 de 10 de 2019). LA VILLAFLOA . *Ultimas Noticias* .
- GUIA NUTRICION VALENCIA. (2018). *GUIA NUTRICION .COM*. Obtenido de <http://www.guia-nutricion.com/>
- Guiteras, X. (09 de 07 de 2013). *Ime recuperado 27.06.2020*. Obtenido de <https://www.investigacionmercados.es/analisis-de-precios-i/>
- IESS. ("SF" de 2019). *INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL* . Obtenido de <https://www.gob.ec/iess>



- INEC. (2011). *INSTITUTO NACIONAL ESTADÍSTICAS Y CENSOS* recuperado 27-06-2020. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- INEC. ("SF" de 12 de 2019). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-diciembre-2019/>
- MALHOTRA, N. K. (2004). *IVESTIGACION DE MERCADOS*, recuperado de [http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/517/Investigacion\\_de\\_Mercados.pdf](http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/517/Investigacion_de_Mercados.pdf). MEXICO: PEARSON EDUCATION.
- Martinez, H. (22 de 11 de 2016). *Estudios de Mercado, Mercadotecnia* recuperado 16-06-2020. Obtenido de <http://cedconsultoria.net/2016/11/22/analisis-de-la-oferta/>
- Modragón, V. ("SF"). *Diario del Exportador* recuperado el 16-06-2020. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>
- Nieto, G. A. ("SF"). *El Blog Salmon*. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-el-van-y-el-tir>
- OCUPA . (06 de 12 de 2018). *OCUPA* recuperado, 06-07-2020. Obtenido de <https://ocupa2.com/blog/mercado-laboral>
- PERALTA, E. O. ("SF"). *GENWORDS*. Obtenido de <https://www.genwords.com/blog/mercadotecnia>
- Perez, P. J., & Gardey, A. ("SF" de 2009). *Definición de Oferta*. Obtenido de Definición de oferta recuperado 06-08-2020: <https://definicion.de/oferta/>
- Polo, M. D. (17 de 12 de 2017). *LA PERSEVERANCIA DE UN EMPRENDEDOR* recuperado 06-07-2020. Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/perseverancia-de-un-emprendedor/>
- Portales, D. ("sf" de "sf" de 2011). *E-Tecnico* recuperado 24-06-2020. Obtenido de <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Raffino, M. E. (13 de 02 de 2020). *Gestion Administrativa* recuperado 06-06 2020 <https://concepto.de/gestion-administrativa/>. Obtenido de <https://concepto.de/gestion-administrativa/>
- Raquel Saco, M. M. (2004). *COMO CREAR UNA MICROEMPRESA*. En R. S. Maga Mazza, *COMO CREAR UNA MICROEMPRESA* (pág. 85). España : Paídos Ibérica S.A .
- Robles, F. A. (19 de 03 de 2001). [https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf)[https://www.qREGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.qREGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf). Obtenido de [https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf)
- Rojas, F. (14 de 11 de 2007). *FORMUALCION DE PROYECTOS* recuperado 02-07-2020. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Sanchez, R. R. (17 de 12 de 2011). *GESTION DE PROYECTOS*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/ruddyramonalonzo/2011/12/17/grupos-de-interes-gestion-de-proyectos/>
- Santesmases, M. (2014). *Fundamentos de la Mercadotecnia*, recuperado 2020, <file:///C:/Users/CECILIA%20BRAVO/Downloads/Fundamentos%20de%20Mercadotecnia%20-%20Miguel%20Santesmases%20Mestre.pdf>. Mexico: Patria .
- SENPLADES. (2011). *SECRETARIA TECNICA PLANIFICA ECUADOR*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/>



- Shujel. ("SF" de 2018). *Emprendedores 2028 recuperado 14-06-2020*. Obtenido de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- SIGNIFICADOS. (21 de 12 de 2016). *SIGNIFICADOS RECUPERADO 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.significados.com/VISION>
- Softgrade. (06 de 04 de 2020). *MANUEL DE PROCEDIMIENTOS recuperado 07-06-2020*. Obtenido de <https://softgrade.mx/manual-de-procedimientos/>
- SRI. (25 de 02 de 2020). *NORMAS DE APLICACION IMPOSITIVAS PARA MICROEMPRESAS* .
- Thompson, I. ("sf" de mayo de 2006). *PROMONEGOCIOS recuperado 07-06-2020* . Obtenido de <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Thomsen, M. (2009). EL PLAN DE NEGOCIOS DINAMICO . En M. Thomsen, *Plan de Negocios Dinamico* (pág. 59). DK Escand navia//fritzz.
- Urbano, M. S. ("sf" de "sf" de 2020). *ECONOMIA en linea* . Obtenido de <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>

### **Trabajos citados**

- AMY. (21 de 10 de 2015). *GESTION ORG recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.gestion.org/organigrama-de-una-empresa/>
- ARCSA. ("SF" de "SF" de 2020). *ARSA PERMISOS Y FUNCIONAMIENTOS*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-otorga-permisos-de-funcionamiento-en-sus-oficinas/>
- Art. 11 ASAMBLEA, N. (08 de 03 de 2001). *LEY DEL REGIMEN DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO recuperado 27-06-2020*. Obtenido de [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)
- Art. 23 DMQ, O. (2019). *D.M.Q. Ordenanzas Municipales*. Obtenido de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/)
- Art. 279 MRL, M. D. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 319 MRL, M. R. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 325 MRL, M. D. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art. 4 EDICIONES LEGALES, C. D. (2013). *CODIGO DE COMERCIO Y SUS DISPOSICIONES LEGALES*. Obtenido de <https://www.secretariadelamazonia.gob.ec>
- Art. 9 ASAMBLEA, N. (19 de 11 de 2019). *ASAMBLEA NACIONAL* . Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Art.1 Camara, d. C. (2020). *CAMARA DE COMERCIO DE QUITO recuperado 07-08-2020*. Obtenido de <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Art.12 ASAMBLEA, N. (2001). *ASAMBLEA NACIONAL recuperado 07-08-2020*. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Art.12 MRL, M. R. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art.13 ASAMBLEA, N. (2001). *ASAMBLEA NACIONAL recuperado 07-08-2020*. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>





**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

- Art.2 D.M.Q, O. (2019). *ORDENANZAS MUNICIPALES* . Obtenido de <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>
- Art.33 MRL, D. L. (26 de 09 de 2012). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES* . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Art.43 ASAMBLEA, N. (19 de 11 de 2019). *ASAMBLEA NACIONAL* . Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Barroeta, R. M. (13 de 11 de 2019). *Emprendimiento Empresarial*. Obtenido de *Emprendimiento Empresarial estrategias // recuperado 2020* <https://milagrosruizbarroeta.com>: <https://milagrosruizbarroeta.com>
- BCE. (02 de 07 de 2019). PIB PRODUCTO INERTNO BRUTO. *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR* .
- BCE. (09 de 01 de 2019). TASA ACTIVA //PASIVA BANCO CENTRAL DEL ECUADOR . *TASA ACTIVA //PASIVA BANCO CENTRAL DEL ECUADOR* .
- BOMBEROS, C. D. ("SF" de "SF" de 2020). *CUERPO DE BOMBEROS QUITO*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/>
- Cabezas, A. ("SF"). *IMG BUSSINES SCHOOL Recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/valores-corporativos/>
- CAROLINA. (01 de 18 de 2020). *EMPRENDEDOR* . Obtenido de <https://emprender.ec/aprobada-la-ley-de-emprendimiento-e-innovacion/>
- Carvajal, A. ("SF" de "SF"). *Lifeder .com recuperado el 27-06-2020*.
- Chamby, V. (17 de 05 de 2017). *CONTENIDOS QHSE, recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://contenidos-qhse.blogspot.com/2017/05/la-seguridad-como-un-valor.html>
- Conceptos Definiciones . (09 de 09 de 2019). *COCEPTOS DEFINICIONES tceuperado el 01-08-2020*. Obtenido de COCEPTOS DEFINICIONES : <https://conceptodefinicion.de/recursos-humanos/>
- Cortez, E. (15 de 06 de 2015). *La tecnologia en tu negocio* . Obtenido de <https://www.administrabien.com/la-tecnologia-en-tu-negocio/>
- Cotrina, S. (05 de 05 de 2005). *Proyectos de Inversion recuperado 27-07-2020*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>
- Duque, N. J. (18 de 04 de 2017). *Administracion y Finanzas Recuperado 28-07-2020*. Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/relacion-costo-beneficio>
- EMPRENDEDOR . (28 de 02 de 2013). *EMPRENDEDOR .PE recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://empreendedor.pe/finanzas/perfil-profesional-de-un-contador>
- Federico, E. f. ("sf" de "sf" de 2020). *Zona Economica en linea* . Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Financiare . (09 de 2019). *Financiare recuperado el 06 de 2020*. Obtenido de <https://www.todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>
- Garcia, I. (11 de 01 de 2018). *Emprende Pyme recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>
- Gardey, J. P. ("SF" de 2010). <https://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-de-inflacion.html>. Obtenido de Expansion : <https://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-de-inflacion.html>
- Gonzalez, P. C. (27 de 10 de 2019). Quito tiene la tasa mas alta de pobreza a escala Nacional . *El Comercio* .



- Google, M. Q. ("SF" de "SF" de 2020). *Google maps. mapa de Quito, recuperado 07-06-2020* <https://www.google.com>. Obtenido de <https://www.google.com>
- Guerrero, A. (24 de 10 de 2019). LA VILLAFLORES . *Ultimas Noticias* .
- GUIA NUTRICION VALENCIA. (2018). *GUIA NUTRICION .COM*. Obtenido de <http://www.guia-nutricion.com/>
- Guiteras, X. (09 de 07 de 2013). *Ime recuperado 27.06.2020*. Obtenido de <https://www.investigacionmercados.es/analisis-de-precios-i/>
- IESS. ("SF" de 2019). *INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL* . Obtenido de <https://www.gob.ec/iess>
- INEC. (2011). *INSTITUTO NACIONAL ESTADISTICAS Y CENSOS recuperado 27-06-2020*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- INEC. ("SF" de 12 de 2019). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS* . Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-diciembre-2019/>
- MALHOTRA, N. K. (2004). *IVESTIGACION DE MERCADOS, recuperado de* [http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/517/Investigacion\\_de\\_Mercados.pdf](http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/517/Investigacion_de_Mercados.pdf). MEXICO: PEARSON EDUCATION.
- Martinez, H. (22 de 11 de 2016). *Estudios de Mercado, Mercadotecnia recuperado 16-06-2020*. Obtenido de <http://cedconsultoria.net/2016/11/22/analisis-de-la-oferta/>
- Modragón, V. ("SF"). *Diario del Exportador recuperado el 16-06-2020*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html>
- Nieto, G. A. ("SF"). *El Blog Salmon* . Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-el-van-y-el-tir>
- OCUPA . (06 de 12 de 2018). *OCUPA recuperado, 06-07-2020*. Obtenido de <https://ocupa2.com/blog/mercado-laboral>
- PERALTA, E. O. ("SF"). *GENWORDS* . Obtenido de <https://www.genwords.com/blog/mercadotecnia>
- Perez, P. J., & Gardey, A. ("SF" de 2009). *Definición de Oferta* . Obtenido de Definición de oferta recuperado 06-08-2020: <https://definicion.de/oferta/>
- Polo, M. D. (17 de 12 de 2017). *LA PERSEVERANCIA DE UN EMPRENDEDOR recuperado 06-07-2020*. Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/perseverancia-de-un-emprendedor/>
- Portales, D. ("sf" de "sf" de 2011). *E-Tecnico recuperado 24-06-2020*. Obtenido de <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Raffino, M. E. (13 de 02 de 2020). *Gestion Administrativa recuperado 06-06 2020* <https://concepto.de/gestion-administrativa/>. Obtenido de <https://concepto.de/gestion-administrativa/>
- Raquel Saco, M. M. (2004). *COMO CREAR UNA MICROEMPRESA* . En R. S. Maga Mazza, *COMO CREAR UNA MICROEMPRESA* (pág. 85). España : Paídos Ibérica S.A .
- Robles, F. A. (19 de 03 de 2001). [https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf)[https://www.qREGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.qREGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf). Obtenido de [https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO\\_GENERAL\\_A\\_LA\\_LEY\\_DE\\_DEFENSA\\_DEL\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.quito.gob.ec/lotaip2013/a/REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_DE_DEFENSA_DEL_CONSUMIDOR.pdf)



- Rojas, F. (14 de 11 de 2007). *FORMUALCION DE PROYECTOS recuperado 02-07-2020*.  
Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Sanchez, R. R. (17 de 12 de 2011). *GESTION DE PROYECTOS* . Obtenido de  
<https://www.eoi.es/blogs/ruddyramonalonzo/2011/12/17/grupos-de-interes-gestion-de-proyectos/>
- Santesmases, M. (2014). *Fundamentos de la Mercadotecnia, recuperado 2020*,  
<file:///C:/Users/CECILIA%20BRAVO/Downloads/Fundamentos%20de%20Mercadotecnia%20-%20Miguel%20Santesmases%20Mestre.pdf>. Mexico: Patria .
- SENPLADES. (2011). *SECRETARIA TECNICA PLANIFICA ECUADOR* . Obtenido de  
<https://www.planificacion.gob.ec/>
- Shujel. ("SF" de 2018). *Emprendedores 2028 recuperado 14-06-2020*. Obtenido de  
<http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- SIGNIFICADOS. (21 de 12 de 2016). *SIGNIFICADOS RECUPERADO 06-07-2020*.  
Obtenido de <https://www.significados.com/VISION>
- Softgrade. (06 de 04 de 2020). *MANUEL DE PROCEDIMIENTOS recuperado 07-06-2020*.  
Obtenido de <https://softgrade.mx/manual-de-procedimientos/>
- SRI. (25 de 02 de 2020). *NORMAS DE APLICACION IMPOSITIVAS PARA MICROEMPRESAS* .
- Thompson, I. ("sf" de mayo de 2006). *PROMONEGOCIOS recuperado 07-06-2020* .  
Obtenido de <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Thomsen, M. (2009). EL PLAN DE NEGOCIOS DINAMICO . En M. Thomsen, *Plan de Negocios Dinamico* (pág. 59). DK Escand navia//fritzz.
- Urbano, M. S. ("sf" de "sf" de 2020). *ECONOMIA en linea* . Obtenido de  
<https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>



Anexos

Revisión anti-plagio.

## Resultado del análisis

Archivo: 14. BRAVO COLLAGUAZO MARIA CECILIA.docx

### Estadísticas

**Sospechosas en Internet: 10,2%**

Porcentaje del texto con expresiones en internet.

**Sospechas confirmadas: 47,63%**

Confirmada existencia de los tramos en las direcciones encontradas.

**Texto analizado: 48,67%**

Porcentaje del texto analizado efectivamente (no se analizan las frases cortas, caracteres especiales, texto roto).

**Éxito del análisis: 100%**

Porcentaje de éxito de la investigación, indica la calidad del análisis, cuanto más alto mejor.

### Direcciones más relevantes encontradas:

Dirección (URL)	Ocurrencias	Semejanza
<a href="https://es.scribd.com/presentation/457434450/1-PROCESOS-ADMINISTRATIVOS">https://es.scribd.com/presentation/457434450/1-PROCESOS-ADMINISTRATIVOS</a>	25	3,93 %
<a href="https://pt.scribd.com/document/453488307/Gestion-Administrativa-Concepto-funciones-y-caracteristicas">https://pt.scribd.com/document/453488307/Gestion-Administrativa-Concepto-funciones-y-caracteristicas</a>	24	4,45 %
<a href="https://webapps.zsystems.com.ec/SantaTeresitaMoodle">https://webapps.zsystems.com.ec/SantaTeresitaMoodle</a>	19	6,73 %
<a href="https://conceptodefinition.de/recursos-humanos">https://conceptodefinition.de/recursos-humanos</a>	15	2,29 %
<a href="https://softgrade.mx/manual-de-procedimientos">https://softgrade.mx/manual-de-procedimientos</a>	13	6,08 %
<a href="https://www.focha42.pl/crusher/10256.html">https://www.focha42.pl/crusher/10256.html</a>	13	2,88 %

Texto analizado: