

T
6588708866323
CAL
D-31658

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS**

“ADQUISICIÓN E INSTAURACIÓN DE LA FRANQUICIA NEW YORK BURRITO EN EL SECTOR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Proyecto de Graduación previo a la obtención del título de Economista en
Gestión Empresarial, especialización Finanzas

Autores:

Mauro Calles Palomeque

Mariella Rodríguez Bocca

Carlos Luis Vélez Naranjo

Msc. Federico Bocca Ruiz

Guayaquil, enero del 2003.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS

“ADQUISICIÓN E INSTAURACIÓN DE LA FRANQUICIA NEW YORK BURRITO EN EL SECTOR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Proyecto de Graduación previo a la obtención del título de Economista en
Gestión Empresarial, especialización Finanzas

Presentado por:

Mauro Calles Palomeque

Mariella Rodríguez Bocca

Carlos Luis Vélez Naranjo

Guayaquil, enero del 2003.

A mis padres por regalarme la vida y enseñarme
a distinguir lo bueno de lo malo.
A mis abuelos por su apoyo incondicional y cariño.
A mis hermanos por estar siempre a mi lado.
A mis tíos y demás familiares que de alguna manera
me ayudaron en este estrecho
y duro camino de la vida...y a Dios por
sus infinitas bendiciones.

M.A.C.P

A Dios que a pesar de mis equívocos siempre está conmigo.

A mi madre por su amor, su apoyo, su confianza, su formación espiritual y moral, y por la libertad para la toma de decisiones, que han hecho de mí una persona responsable.

A mi padre por el amor, fortaleza y seguridad en todos los actos de mi vida.

A Mamá Galena y Papá Carlos, por sus oraciones y su fe en mí.

A mis hermanos por su cariño en momentos difíciles.

A Pepita y Tití, por ser los mejores tíos, por estar en las buenas y en las malas.

A mi familia; especialmente a las tres primas queridas, por estar siempre ahí.

A mis compañeros y sobre todo amigos; en especial a Mariela, Carlos Luis y Mauro por su amistad incondicional.

P.M.R.B

A Dios por llenarme de bendiciones
para poder lograr mis metas en la vida.

A mis padres por su apoyo incondicional
durante mi vida profesional y fuera de ella.

A mi hermano ser comprensivo
y responsable cuando más lo he necesitado.

A mi familia pilar fundamental de mi formación y
educación basada en el respeto y amor hacia los
demás, en especial a mi primo Luis Alberto
Naranjo quien siempre confía en mí..

Y a la Dra. Luz Marina Marcos.

C.L. V.N

DEDICATORIAS

Para mis padres y abuelos porque siempre confiaron en mí.

M.A.C.P.

A mis padres y abuelos.

A mis amigos y compañeros de Tesis
por su apoyo y cariño en todo momento.

P.M.R.B.

A mis compañeros de tesis que me
demostraron lo que significa amistad y trabajo en grupo.

C.L.V.N.

DECLARACIÓN EXPRESA

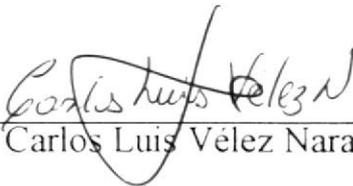
La responsabilidad de este proyecto nos corresponde exclusivamente y el patrimonio intelectual del mismo a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.



Mauro Calles Palomeque



Mariella Rodríguez Bocca



Carlos Luis Vélez Naranjo

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Ing. Omar Maluk Salem

Director del Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas de la
ESPOL

Msc. Federico Bocca Ruiz

Director de Tesis

Ing. Gonzalo Páez

Primer Vocal Principal

Ing. Bolívar Pástor

Segundo Vocal Principal

Msc. Ma. Elena Romero

Primer Vocal Suplente

Msc. Ma. Elena Murrieta

Segundo Vocal Suplente

ÍNDICE GENERAL

“ADQUISICIÓN E INSTAURACIÓN DE LA FRANQUICIA NEW YORK BURRITO PARA EL SECTOR DE GUAYAQUIL”

| | |
|---|------|
| I.- INTRODUCCIÓN..... | I |
| I.I.- ¿Qué es una Franquicia?..... | II |
| I.II.- Ventajas del Mercado de Franquicias..... | V |
| I.III.- Desventajas del Mercado de Franquicias..... | VII |
| I.IV.- Diferencias entre Franquicia Y Regalía..... | VIII |
| | |
| CAPÍTULO 1.- REQUISITOS LEGALES Y FINANCIEROS PARA ADQUIRIR UNA FRANQUICIA | |
| 1.1.- Requisitos Legales Generales..... | 1 |
| 1.1.1.- Requisitos Legales aplicados al caso ecuatoriano..... | 5 |
| 1.1.1.1.- Requisitos Municipales..... | 5 |
| 1.1.1.2.- Pasos a seguir para adquirir la Franquicia New York Burrito..... | 11 |
| 1.1.1.3.- Requisitos de localización para la Franquicia New York Burrito..... | 13 |
| 1.2.- Requisitos Financieros Generales..... | 13 |
| 1.2.1.- Requisitos Financieros Aplicados al caso New York Burrito..... | 14 |
| | |
| CAPÍTULO 2.- CASO DE ESTUDIO DE MERCADO: FRANQUICIA “NEW YORK BURRITO” | |
| 2.1.- Situación actual del mercado de comidas rápidas..... | 15 |
| 2.2.-Procedimiento para el análisis del estudio del mercado..... | 16 |
| 2.2.1.-Determinación del mercado..... | 16 |
| 2.2.2.- Marco Referencial..... | 17 |



CB-ESPOL



CB-ESPOL

| | |
|--|----|
| 2.2.3.- Prueba Piloto..... | 17 |
| 2.2.3.1.- Verificación y corrección de la prueba piloto..... | 23 |
| 2.2.4.- Tamaño de la muestra..... | 24 |
| 2.2.5.- Análisis de los resultados de la encuesta..... | 27 |
| 2.3.- Análisis de los consumidores..... | 44 |
| 2.3.1.- Perfil del posible cliente..... | 44 |
| 2.3.2.- Mercado objetivo..... | 45 |
| 2.4.- Análisis de la competencia..... | 46 |
| 2.5.- Estudio de mercado y de su crecimiento..... | 49 |
| 2.5.1.- Crecimiento del mercado franquiciador..... | 49 |
| 2.6.- Plan del negocio..... | 50 |
| 2.6.1.-Plan estratégico..... | 50 |
| 2.6.1.1.- Misión..... | 50 |
| 2.6.1.2.- Visión..... | 51 |
| 2.6.1.2.1.- Objetivos generales y específicos..... | 51 |
| 2.6.1.3.- Análisis del entorno..... | 53 |
| 2.7.- Mezcla de la mercadotecnia..... | 54 |
| 2.7.1.- Producto..... | 54 |
| 2.7.2.- Precio..... | 56 |
| 2.7.3.- Promoción..... | 56 |
| 2.7.4.- Plaza..... | 57 |

CAPÍTULO 3.- ESTRUCTURA DEL COSTO

| | |
|---|----|
| 3.1.- Materiales Directos..... | 59 |
| 3.1.1.- Producto principal: burritos..... | 59 |
| 3.1.1.1.- Tiempo de preparación y armado de burritos..... | 59 |
| 3.1.2.- Ensaladas y adicionales..... | 61 |

| | |
|---|----|
| 3.1.2.1.- Tiempos de preparación y armado de los ingredientes..... | 61 |
| 3.1.3.- Costos de los materiales directos..... | 64 |
| 3.2.- Mano de Obra Directa..... | 72 |
| 3.3.- Costos Indirectos de Fabricación..... | 76 |
| 3.3.1.- Generales Indirectos..... | 76 |
| 3.3.2.- Mano de Obra Indirecta..... | 78 |
| 3.3.3.- Materiales Indirectos..... | 78 |
| 3.3.4.- Resumen de Costos Indirectos de Fabricación..... | 79 |
| 3.4.- Cuadro que resume la estructura de costo..... | 81 |
| 3.5.- Punto de Equilibrio Operativo..... | 83 |
| 3.5.1.- Costos Fijos..... | 83 |
| 3.5.2.- Gráficas de Punto de Equilibrio Operativo para el primer año..... | 85 |
| 3.5.2.1.- Tabla de las unidades de equilibrio operativas del producto principal: burritos..... | 85 |
| 3.5.2.2.- Gráfico y análisis del punto de equilibrio operativo de burritos..... | 86 |
| 3.5.2.3.- Gráfico y análisis de la capacidad de producción..... | 88 |
| 3.5.2.4.- Estimación del número de ensaladas..... | 89 |
| 3.5.3.- Gráficas de punto de equilibrio operativo segundo año..... | 89 |
| 3.5.3.1.- Cambio en los costos fijos de segundo año..... | 89 |
| 3.5.3.2.- Análisis del punto de equilibrio para el segundo año..... | 91 |



IB-ESPOL

CAPÍTULO 4.- VALORIZACIÓN FINANCIERA DE LA ADQUISICIÓN DE LA FRANQUICIA "NEW YORK BURRITO"

| | |
|---|----|
| 4.1.- Estructura de los costos financieros (Pérdidas y Ganancias y Balance General)..... | 94 |
| 4.1.1.- Inversiones y financiamiento..... | 94 |
| 4.1.1.1.- Inversiones..... | 95 |
| 4.1.1.1.1.- Activos Reales: Intangible y fijos..... | 95 |

| | |
|---|-----|
| 4.1.1.1.2.- Otros requerimientos iniciales..... | 96 |
| 4.1.1.2.- Financiamiento..... | 97 |
| 4.1.1.2.1.- Aporte de Capital..... | 97 |
| 4.1.1.2.2.- Crédito..... | 98 |
| 4.1.2.- Presupuesto de Ingresos por Ventas..... | 98 |
| 4.1.3.- Presupuesto de Costos y Gastos..... | 99 |
| 4.1.3.1.- Depreciación..... | 99 |
| 4.1.3.2.- Costos Variables..... | 100 |
| 4.1.3.3.- Costos Administrativos y generales..... | 101 |
| 4.1.3.4.- Gastos Financieros..... | 101 |
| 4.1.4.- Parámetros Básicos: proyecciones de estados financieros..... | 102 |
| 4.1.5.- Estado de Pérdidas y ganancias..... | 104 |
| 4.1.6.- Balance General..... | 104 |
| 4.2.- Determinación del Flujo del proyecto..... | 105 |
| 4.3.- Determinación de la tasa de descuento..... | 107 |
| 4.3.1.- Procedimiento para el cálculo del Beta..... | 107 |
| 4.3.2.- Procedimiento para calcular la rentabilidad del mercado..... | 109 |
| 4.3.3.- Cálculo de la tasa de descuento..... | 110 |
| 4.4.- Valorización del Proyecto por la técnica del Valor Actual Neto..... | 110 |
| 4.5.- Índices Financieros..... | 112 |
| 4.5.1.- Razones de Liquidez..... | 112 |
| 4.5.1.1.- Circulante..... | 112 |
| 4.5.1.2.- Capital de Trabajo..... | 112 |
| 4.5.2.- Razones de Actividad..... | 113 |
| 4.5.2.1.- Rotación de activos totales..... | 113 |
| 4.5.2.2.- Rotación de activos fijos..... | 113 |

| | |
|---|-----|
| 4.5.3.- Razones de Rentabilidad..... | 113 |
| 4.5.3.1.- Margen de Utilidad Bruta..... | 114 |
| 4.5.3.2.- Rendimiento sobre la inversión en activos..... | 114 |
| 4.5.3.3.- Rendimiento de la inversión de los accionistas..... | 114 |
| 4.5.4.- Razones de Apalancamiento..... | 115 |
| 4.5.4.1.- Deuda a capital contable..... | 115 |
| 4.5.4.2.- Deuda a activos totales..... | 115 |

CAPÍTULO 5.- ANÁLISIS DEL RIESGO DEL NEGOCIO

| | |
|--|-----|
| 5.1.- Escenario # 1: crecimiento poblacional 0%..... | 117 |
| 5.2.- Escenario # 2: inflación se reduce de 5% a 3%..... | 118 |
| 5.3.- Escenario # 3 : ventas disminuyen 5%..... | 118 |
| 5.4.- Escenario # 4: costos aumentan 5%..... | 119 |
| 5.7.- Tabla que resume los escenarios..... | 120 |

II.- CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

II.I.- Conclusiones

II.II.- Recomendaciones

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA



ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO 3.- ESTRUCTURA DEL COSTO

| | |
|--|----|
| 3.1.1.1.- Tiempos de Preparación de ingredientes por burrito..... | 60 |
| 3.1.2.1.- Tiempos de Preparación de ingredientes de ensaladas..... | 62 |
| 3.1.2.2.- Ensaladas..... | 63 |
| 3.1.3.1.- Burrito de carne de res..... | 65 |
| 3.1.3.2.- Burrito de Pollo..... | 66 |
| 3.1.3.3.- Burrito de camarón..... | 67 |
| 3.1.3.4.- Ensalada Vegetariana..... | 68 |
| 3.1.3.5.- Ensalada César..... | 69 |
| 3.1.3.6.- Ensalada Bourbon..... | 70 |
| 3.1.3.7.- Salsas de: queso, guacamole y barbecue..... | 71 |
| 3.2.1.- Horario de atención al público..... | 73 |
| 3.2.2.- Transporte..... | 73 |
| 3.2.3.- Mano de Obra Directa..... | 74 |
| 3.3.3.- Costo de Mano de Obra Directa por burrito..... | 75 |
| 3.3.1.- Generales Indirectos..... | 77 |
| 3.3.3.- Materiales Indirectos..... | 76 |
| 3.3.4.- Costos Indirectos de Fabricación..... | 80 |
| 3.4.- Estructura del Costo..... | 82 |
| 3.5.1- Costos Fijos primer año | 84 |
| 3.5.2.1.- Punto de equilibrio operativo primer año..... | 85 |
| 3.5.3.- Costos Fijos segundo año..... | 90 |
| 3.5.3.2.- Punto de equilibrio operativo segundo año..... | 92 |



CAPÍTULO 4.- VALORIZACIÓN FINANCIERA DE LA ADQUISIÓN DE LA FRANQUICIA "NEW YORK BURRITO"

| | |
|---|-----|
| 4.1.1.1.1.- Activos Reales..... | 95 |
| 4.1.1.1.2.1.- Otros requerimientos iniciales..... | 96 |
| 4.1.1.1.2.2.- Inversión Inicial..... | 97 |
| 4.1.1.2.- Resumen Financiamiento..... | 98 |
| 4.1.3.1.1.- Depreciación..... | 100 |
| 4.1.3.3.- Gastos Administrativos..... | 101 |
| 4.1.3.4.- Gastos Financieros..... | 102 |
| 4.1.4.- Parámetros..... | 103 |
| 4.3.1.- Capitalización de mercado de ciertas compañías..... | 108 |
| 4.3.2.- Rentabilidad del mercado..... | 109 |
| 4.4.- Resumen V.A.N, T.I.R, P.R.R..... | 111 |
| 4.4.1.- Período Real de Recuperación..... | 111 |

CAPÍTULO 5.- ANÁLISIS DEL RIESGO DEL NEGOCIO

| | |
|----------------------------------|-----|
| 5.7.- Resumen de escenarios..... | 120 |
|----------------------------------|-----|

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO 2.- CASO DE ESTUDIO DE MERCADO: FRANQUICIA "NEW YORK BURRITO"

| | |
|--------------------------|----|
| 2.2.5.- Pregunta 1..... | 27 |
| 2.2.5.- Pregunta 2..... | 27 |
| 2.2.5.- Pregunta 3..... | 28 |
| 2.2.5.- Pregunta 4..... | 29 |
| 2.2.5.- Pregunta 5..... | 34 |
| 2.2.5.- Pregunta 6..... | 35 |
| 2.2.5.- Pregunta 7..... | 36 |
| 2.2.5.- Pregunta 8..... | 37 |
| 2.2.5.- Pregunta 9..... | 38 |
| 2.2.5.- Pregunta 10..... | 39 |
| 2.2.5.- Pregunta 11..... | 40 |
| 2.2.5.- Pregunta 12..... | 41 |
| 2.2.5.- Pregunta 13..... | 42 |
| 2.2.5.- Pregunta 14..... | 42 |
| 2.2.5.- Pregunta 15..... | 43 |

CAPÍTULO 3.- ESTRUCTURA DEL COSTO

| | |
|--|----|
| 3.5.2.2.- Punto de equilibrio operativo y capacidad de producción..... | 87 |
| 3.5.3.2.- Punto de equilibrio operativo segundo año..... | 93 |



CAPÍTULO 5.- ANÁLISIS DEL RIESGO DEL NEGOCIO

| | |
|--------------------------|-----|
| 5.1.- Escenario # 1..... | 117 |
| 5.2.- Escenario # 2..... | 118 |
| 5.3.- Escenario # 3..... | 119 |
| 5.4.- Escenario # 4..... | 120 |



1.- INTRODUCCIÓN

En los últimos años el sistema de negocios por franquicias (franchising) alcanzó un explosivo desarrollo gracias a la globalización de la economía de las naciones orientadas a una creciente apertura en este proceso de transformación del capitalismo.

El sistema de franquicias constituye una de las maneras más rápidas y efectivas de expansión sin necesidad de realizar inversiones de capital y recursos humanos de manera directa, convirtiéndose en una de las opciones de crecimiento que muchas empresas reconocidas y aceptadas en sus líneas de negocios están adoptando.

En el Ecuador existen líneas de productos y servicios bajo la modalidad de franquicias desde hace algunas décadas como Burger King, Kentucky Fried Chicken, que constituyen montos de inversión demasiados altos para el denominador común de inversionistas ecuatorianos.

El boom y los beneficios son tales que en el ámbito mundial las empresas locales están franquiciando, comenzando por sus propios países, pero no es sino hace unos cuantos años que empresas locales reconocidas están ofreciendo sus franquicias como una forma de crecimiento para montos de inversión pequeños y accesibles para la mayoría de ecuatorianos, como el caso de la Panadería California, que ha proliferado a lo largo de la ciudad de Guayaquil, Churrin Churrón que ha vendido su franquicia dentro y fuera de la ciudad, Docucentro que es una sucursal de Xerox pionera en otorgar franquicia.

La motivación del franquiciado principalmente es beneficiarse de la experiencia, de la notoriedad y de la garantía, unidas a la imagen de marca del franquiciador.

El poseer una franquicia involucra una serie de condicionantes a las que el franquiciante debe someterse no solo desde el punto de vista técnico, de imagen, de publicidad, etc., a los que el inversionista ecuatoriano no está habituado ya que la tendencia es administrar a libre albedrío.

I.I.- ¿Qué es una franquicia?

Es la manera que los inversionistas buscan para montar un negocio que involucren riesgos y bajos costos, asegurándose de una aceptación casi inmediata del producto y/o servicio ofrecido. Un franquiciador tiene el



derecho de nombre o de marca registrada y le vende el derecho a un franquiciado; conociendo esto como **licencia de producto**.

Contraprestaciones financieras

Son los pagos que el franquiciado realiza en retribución al uso de los derechos pedidos por el franquiciante, estos son principalmente:

- Derecho de entrada o "Franchise fee".
- Pago por el uso continuado de rótulos, marcas, patentes y conocimiento, denominado regalías o "royalties".

Desde el punto de vista legal, es un sistema de mercado que involucra la participación legal de dos partes que son el franquiciante y el franquiciado. Bajo este contrato una persona natural o jurídica, franquiciante, concede a otra de igual naturaleza, franquiciado, por un tiempo determinado, el derecho de usar su marca o nombre comercial, transmitiéndole la filosofía y el conocimiento técnico y administrativo necesario.

Acuerdo y Contrato Legal

Es el contrato donde detallan los puntos que se van a tratar dentro del contrato de franquicia. Estos puntos establecen, por ejemplo:



- El valor de la franquicia se divide en dos partes que son: El Derecho Inicial o Initial Fee e Inversión Inicial. Cada una de estas partes tienen un precio que varía de acuerdo al tipo de franquicia.
- El derecho inicial o initial fee, varía desde los US\$ 10.000,00 hasta los US\$ 300.000,00 o más dependiendo de la marca. Su valor, basándose en la percepción de la marca en el mercado consumidor y por ende en el contrato de la franquicia, es intangible. El derecho Inicial cubre el costo del entrenamiento de todo el personal.

Todas las obligaciones, derechos y responsabilidades de las partes quedan plasmadas en un contrato legal de características muy distintas a otros contratos de distribución comercial, que deberá ser minuciosamente analizado y discutido por las partes.

No es en sí un contrato asociativo, pero bien puede considerarse como un contrato de "estrecha colaboración" entre las partes, ya que depende el éxito del negocio de un armonioso y permanente contacto.

Know How Transmissible

La transferencia del Know How es de importancia central en un contrato de franquicia. De hecho ha sido considerado como un componente esencial del mismo. El término Know How es oriundo de Estados Unidos y se puede afirmar que es una habilidad técnica o conocimiento especializado en un campo determinado de los negocios, un conocimiento práctico de cómo

lograr un objetivo específico, y en general, todo conocimiento técnico que es secreto, de uso restringido y confidencial.

El Know How es práctico, original, en constante desarrollo y fácilmente transmisible; éstos son los elementos que lo caracterizan.

Los conocimientos generales en que se cimienta el éxito de la empresa franquiciante deben poder ser transmitidos por medio de los llamados "Manuales de Operaciones" y a la implementación de los sistemas Justo a Tiempo.

I.II.- Ventajas del Mercado de Franquicias

Potencian al emprendedor

Uno de los hechos principales de las franquicias es precisamente éste, contar con auténticos emprendedores y ser estrictamente selectivas con las personas que se incorporan, seleccionadas por su entusiasmo, su convicción empresarial y su total involucramiento.

Son fórmulas probadas de éxito

Uno de los requisitos fundamentales para poder franquiciar una actividad empresarial es que esta haya demostrado su éxito.

La instauración de una franquicia no es mas que reproducir un concepto de negocio estandarizado.

Todo en la franquicia, desde el nombre, la imagen, el diseño, la presentación, la forma de comercialización, etc., está plenamente identificado con el cliente.

Son uniformes en su presentación y homogéneas en su actividad

Entrar en un establecimiento franquiciado por ejemplo en Guayaquil y otro de la misma enseña en Quito, Cuenca, o en el extranjero, no supone ningún cambio. La presentación, el local, la forma en que seremos atendidos es perfectamente previsible para nosotros.

Potencian rápidamente entre su imagen

Gracias a su multiplicación es un hecho que potencian rápidamente su imagen. Entrar hoy en cualquier centro comercial supone encontrarnos una serie de marcas repetidas en otros tantos centros.

Garantía

Garantía de independencia, el franquiciado será siempre como patrón de sí mismo, así sea él quien labore en su propio establecimiento de comercio.

Riesgo

Reduce el riesgo de iniciar una nueva actividad empresarial

I.III.-Desventajas del Mercado de Franquicias

Pagos

Debe pagar montos iniciales periódicos al franquiciador.

Falta de decisión

Las decisiones acerca de las políticas a seguir las toma el franquiciante, ya que no se es propietario del nombre y marca comercial.

Restricciones

Tiene restringidos los derechos a disponer de su propio negocio y está ligada a la suerte del franquiciador y de todos y cada uno de los franquiciados.

Requisitos para Franquiciar

- Para integrar una cadena de franquicias exitosa, lo primero que se debe determinar es el verdadero potencial del concepto de negocio en términos de viabilidad económica, aceptación en los mercados meta y reproducción del formato de operación y administración.
- Posteriormente, se debe establecer un plan estratégico de negocio, específico para el desarrollo de la cadena de franquicias, así como la documentación legal necesaria para lograr certeza jurídica.

I.IV.- Diferencias entre Franquicia y Regalía

Franquicia.- Formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios, en la cual una persona (natural o jurídica) concede a otra por un tiempo determinado el derecho de usar una marca o nombre comercial. Este proceso también incluye la transmisión de los conocimientos técnicos necesarios que permitan comercializar, de forma uniforme, determinados bienes y servicios con métodos comerciales y administrativos probados en diferentes mercados.

Regalía o Royalty.- Tasa que debe pagar mensual o anualmente el franquiciado por el uso de la marca que le fue otorgada. El pago de regalías es el camino usual por el que el franquiciante obtiene continuamente ingresos de las franquicias. La estipulación y cumplimientos de las mismas varían: puede ser en el momento de firmar el contrato, mensualmente, a través de la compra de productos, o cualquier otro.

La forma de pago de las regalías puede ser semanal o mensual, según se haya definido en el contrato. Los pagos ascienden a cantidades considerables. **Para pagar las regalías**, los franquiciantes pueden **aplicar un porcentaje a las ventas brutas** de los franquiciatarios, **o bien, cobrar una cuota fija**. Pagar un porcentaje sobre las ventas brutas es un incentivo para el franquiciante para seguir financiando e invirtiendo en los negocios que operan sus franquiciatarios. La cuota fija no proporciona este incentivo

al franquiciante, ya que sin importar el volumen de ventas que se haya realizado, el monto siempre será el mismo.

Generalmente representa un porcentaje que depende de la política de la empresa, puede ser entre el 1% y el 20%, o entre el 3% y 10% de las ventas.

El acuerdo de franquicia especifica que un incumplimiento en el pago de regalías es una violación muy grave al mismo. Dicho acuerdo también da derecho al franquiciante a inspeccionar la información financiera del franquiciatario.



CAPITULO 1

REQUISITOS LEGALES Y FINANCIEROS PARA ADQUIRIR UNA FRANQUICIA

1.1. - REQUISITOS LEGALES GENERALES.

REGISTRO ÚNICO AL CONTRIBUYENTE (R.U.C)

- 1) Acercarse al Servicio de Rentas Internas (S.R.I).
- 2) Con copias de: Cédula de Identidad o Certificado de Votación, y planilla cancelada de agua potable o energía eléctrica.



REGISTRO MERCANTIL

Requisitos para empresas:

- 1) Contratar un abogado.
- 2) Solicitar nombre a la Superintendencia de Compañías, a la vez se verificará si el nombre es único.
- 3) Ir a una notaría pública para su validez, regresar a la Superintendencia de Compañías para que lo apruebe.
- 4) Finalmente al Registro Mercantil (para su publicación en prensa, y la Afiliación US\$800 para anónimas y US\$400 para las limitadas). Nosotros debemos pagar US\$ 400.

TRÁMITES PARA REGISTRARSE COMO IMPORTADOR-EXPORTADOR

Requisitos para empresas:

- ✓ Tarjeta del registro escrita a máquina y sin enmendaduras.
- ✓ Carta dirigida al Banco en donde se posee la cuenta de la empresa, solicitando el registro ante el Banco Central. (Original y Copia).
- ✓ Fotocopia del RUC actualizado (2 copias legibles).
- ✓ Fotocopia de la Cédula del Representante Legal y demás firmas autorizadas (2 copias legibles).

- ✓ Fotocopia del Nombramiento Legal¹ actualizado (2 copias legibles).

El trámite de registro de la empresa se tarda 1 día laboral, mientras que su aprobación depende de la cantidad de Documentos Únicos de Importación (D.U.I) Ver Anexo # 1 que se encuentren en turno puede ser entre 1 y 2 horas aproximadamente; su costo es de \$10.

Si, se va a debitar directamente de la cuenta de la empresa ingresada como Importadora-Exportadora deberá ingresar una carta de AUTORIZACIÓN para los débitos.

A través del sistema del Banco pasa directamente al sistema del Banco Central; en caso de no realizar las importaciones por diversos motivos, se deberá acudir nuevamente al Banco para anular dicho D.U.I (así se anulará directamente al Banco Central) porque si no el Banco Central seguirá pidiendo los informes anuales de las importaciones realizadas.

Cuando se abra la cuenta en el Banco de su preferencia, el Servicio al Cliente destina a un Oficial de Crédito el cual estará encargado de ser el intermediario de sus operaciones y de asesorarlo. Puede tramitar también una Póliza de Seguros de Transporte, para mayor seguridad de sus importaciones.

¹ El cual es otorgado por el REGISTRO MERCANTIL

ASPECTOS JURÍDICOS DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

- ✓ Circular de oferta de franquicia.
- ✓ Precontrato.
- ✓ Contrato.

Circular de Oferta de Franquicia (UFOC)

La cual debe ser enviada por "New York Burrito" una vez ellos realicen las respectivas investigaciones (de acuerdo a sus pre-requisitos); si están dentro de sus parámetros el trámite será agilitado con mayor rapidez.



Pre Contrato

- ✓ Fase de compromiso;
- ✓ Punto comercial, instalaciones y entrenamiento;

Contrato

- ✓ Objeto del contrato;
- ✓ Obligaciones de las partes;
- ✓ Plazo y renovaciones;
- ✓ Tasas a ser pagadas al franqueador;
- ✓ Territorio de la franquicia;
- ✓ Transferencia de derechos y sucesión;
- ✓ Penalidades.

1.1.1 Requisitos Legales aplicados al caso ecuatoriano

1.1.1.1.- Requisitos Municipales

Entre los requisitos Municipales que se deben seguir para la instalación legal de un local comercial tenemos:

- ✓ Declaración Conjunta del Impuesto del 1,5 por mil y Registro de Patente Municipal para personas obligadas a llevar contabilidad. (Personas Jurídicas).
- ✓ Para habilitación de locales comerciales:
 - ☒ Pago del Permiso Anual de Funcionamiento. (P.A.I)
 - ☒ Tasa de Habilitación y Control de Establecimiento.
- ✓ Tasa Anual de Turismo.
- ✓ Permiso de Salud Pública, otorgado por el Ministerio de Salud Pública.

DECLARACIÓN CONJUNTA DEL 1.5 POR MIL Y REGISTRO DE PATENTE MUNICIPAL²

Requisitos:

- 1) Tasa única de trámite (US\$ 2.02), necesaria para la declaración del 1.5 por mil.

² LA PATENTE MUNICIPAL, NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

- 2) Formulario "Declaración del Impuesto del 1.5 por mil y Registro de Patente Municipal para personas obligadas a llevar contabilidad". Ver Anexo # 2
- 3) Original (Para verificación) y copia y certificado de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según el caso.
- 4) Original y copia legible de la Cédula de Ciudadanía y del nombramiento actualizado por el Representante Legal.
- 5) Copia del R.U.C. actualizado de la compañía.
- 6) Copia de la Escritura de la Constitución del local (cuando es por primera vez).
- 7) Desglose de los ingresos brutos distribuidos por cantones, firmado por el Contador de la Compañía (Cuando hay actividad comercial en varios cantones).
- 8) Original y copia legible del Certificado de Seguridad (Otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos), para establecimientos de concurrencia pública masiva.

Para obtener el certificado de seguridad deberá comprar un extintor de 10 libras PQS valorado en US\$ 35. Presentar la factura en la ventanilla # 1 segundo piso del Benemérito Cuerpo de Bomberos ubicado en Escobedo y Av. 9 de Octubre.

- 9) Copia de los comprobantes de los pagos de Patente y 1.5 por mil del año anterior.

Pasos del trámite:

Solicitar en las ventanillas de recaudaciones (bloque noroeste 1) la tasa Única de Trámite para la declaración del impuesto del 1.5 por mil (allí se entregará el formulario).

- 1) Llenar la solicitud con letra de imprenta o a máquina.
- 2) Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar a las ventanillas de Patente o 1.5 por mil de la Dirección Financiera, bloque noroeste 2, donde se entregará las liquidaciones correspondientes a cada impuesto.
- 3) Cancelar en las ventanillas de recaudaciones (bloque noroeste 1) el valor de cada impuesto.

PARA HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

Pago del Permiso Anual de Funcionamiento (P.A.I) por primera vez.

- ✓ Copia de Cédula de Identidad.
- ✓ Copia del Registro Único al Contribuyente R.U.C.

Éste trámite tiene un costo de US\$ 8.

Tasa de Habilitación y Control de establecimiento por Primera Vez.

Requisitos:

- ✓ Formulario (Ver anexo # 3) y tasa de habilitación (P.A.I).
- ✓ Copia de cédula.
- ✓ Copia del R.U.C.



- ✓ Copia de la Patente del año a tramitar.
- ✓ Copia y original de los Bomberos.
- ✓ Trampa de grasa con la dirección correcta.
- ✓ Copia de los Predios Urbanos o códigos prediales del local donde está ubicado el negocio (si el local no posee predios urbanos entonces traer la tasa de trámite de legalización de terreno).
- ✓ Si fuera compañía traer el nombramiento del representante legal de la compañía actualizado.
- ✓ Traer un croquis bien detallado del lugar.
- ✓ Autorización en caso del usuario de no realizar el trámite, personalmente firmada por el representante legal.

La clasificación del local según su género de actividad o producto para el cual está destinado es de **TIPO L 2**: que es para locales equipados con aire acondicionado.

PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

REGISTRO SANITARIO

De conformidad con el Art. 101 de las Reformas al Código de la Salud vigente Título IV del Libro II del Registro Sanitario publicado en el Registro Oficial N° 144 del 18 de agosto del 2000 y su Reglamento, Decreto Ejecutivo 1583 publicado en el Registro Oficial N° 349 del 18 de junio de 2001 Capítulo IV la obtención del Registro Sanitario por INFORME TÉCNICO.

- 1.- Los laboratorios de entidades públicas y privadas acreditados emitirán el informe técnico, de conformidad con las normas ISO o normativas internacionales aplicables.
- 2.- El solicitante realizará el pago correspondiente de acuerdo a la tasa que determine el Ministerio de Salud Pública.
- 3.- Las especificaciones físico – químicas y microbiológicas de los productos procesados serán establecidas en las normas INEN correspondientes y códigos normativos aprobados internacionalmente.
- 4.- Los productos registrados deberán conservar las especificaciones aceptadas en el trámite de Registro Sanitario. Durante la vigencia del Registro Sanitario, cualquier cambio al respecto deberá ser autorizado por la autoridad del Sistema Nacional de Vigilancia y Control que concedió el registro correspondiente.
- 5.- Para otorgar el Registro Sanitario a un producto el informe técnico tendrá que ser favorable, si cumple con los requisitos de calidad requeridos según el tipo de producto y normas técnicas vigentes.
- 6.- Los productos de fabricación Nacional, deberán presentar:
 - a) Solicitud (Formulario de Solicitud de Trámite mediante Informe Técnico de Alimentos Procesados y Aditivos Complementarios Ver Anexo # 4) original y tres copias en papel simple.

- b) Certificado de control de calidad del producto otorgado por el laboratorio acreditado.
- c) Informe Técnico del producto terminado con firma del representante químico farmacéutico o ingeniero en alimentos responsable, con su correspondiente número de registro en el Ministerio de Salud Pública.
 - c.1) Especificaciones químicas del producto terminado
 - c.2) Proceso de elaboración del producto (diagrama de flujo)
 - c.3) Interpretación del código de lote emitido por el fabricante. Debe explicar el significado de cada uno de los números y/o letras que correspondan al número de lote en trámite, con firma del técnico responsable (nombre y cargo)
 - c.4) Especificaciones del envase.
- d) Ficha de estabilidad físico – químico y microbiológico que garantice el período de vida útil del producto propuesta por el fabricante.
- e) Permiso de funcionamiento actualizado de la fábrica otorgado por la autoridad competente.
- f) Una muestra del producto como se va a comercializar.
- g) Todos los documentos se presentarán en carpeta original y copia.

NOTA: Documentos que se deberán entregar anualmente.

- e) Permiso de Funcionamiento del Establecimiento del Representante Nacional.
- f) Carnet actualizado del Químico Farmacéutico o Ingeniero en Alimentos.
- g) Carnet actualizado del Abogado de la empresa.
- h) Tasa de mantenimiento de Registro Sanitario (reinscripción) incluyendo listado de productos y comprobante de pago.

1.1.1.2.- Pasos a seguir para adquirir la Franquicia New York Burrito

Primer paso: Para conocer todo lo que New York Burrito tiene para ofrecer, se debe recibir el paquete de información de la franquicia. Para obtener este paquete, nos someteremos a la petición de los propietarios. De tres formas se puede llegar hasta éste:

- ✓ Llenar la solicitud.
- ✓ Contactar vía telefónica a New York Burrito.
- ✓ Llenar la aplicación.

Segundo paso: Llenar la Aplicación de New York Burrito.

Es una parte importante para empezar una relación con ellos. New York Burrito proveerá la Circular de Oferta Uniforme de Franquicias (UFOC, Uniform Franchise Offering Circular). Primero ellos preguntan alguna información para "lograr conocerlo". Según se llene y se regresará la Aplicación, por lo cual ustedes no estarán comprometidos.

Su información confidencial nunca se venderá o transferirá a terceras partes.

Tercer paso: Cuota de Franquicia. Ver Aplicación. Anexo #5

Cuotas Comunes:

Envolturas Gastrónomas New York Burrito cuota franquicia \$ 20,000*

| | |
|---------|----------|
| Regalía | \$ 7,500 |
|---------|----------|

* Pre - requerimiento aprobado

Cuarto paso: Asistir el Entrenamiento.

El entrenamiento de New York Burrito, es la piedra angular de su conocimiento para abrir su propio local. En la activación de la franquicia, somos invitados para asistir a la Academia de Entrenamiento New York Burrito (New York Burrito Training Academy). El entrenamiento ocurre aproximadamente 6 veces anualmente, (cada 2 meses). Somos responsables por las colocaciones de vuelo, alojamiento y comidas mientras asistamos al entrenamiento.

Quinto Paso: Construcción / Apertura.

La construcción es generalmente la parte más larga del período de desarrollo de la franquicia. Típicamente, del día en que se arrienda la propiedad al día de apertura es estimado para 3 meses. Dependiendo de la velocidad del constructor, facilidad del material, y feriados, puede tomar más o menos tiempo.

1.1.1.3. - Requisitos de Localización para la Franquicia New York Burrito

- 1) Cúspide visiblemente alta y localizado en un área entre 150m² - 250m²
Av. Rodolfo Baquerizo Nazur, 9na. Etapa de la Alborada Mz. 902 y Solar
1. Ver Anexo # 6 (PLANOS)
- 2) Alta concentración de población en el día. Preferentemente una población de 35,000 o más en 1,000m de radio.
- 3) Fuerte base comercial constando de diversos locales a sus alrededores.

1.2. - REQUISITOS FINANCIEROS GENERALES

- ✓ Lanzamiento completo de la inversión inicial;
 - ✓ Tasa de franquicia
 - ✓ Punto comercial
 - ✓ Montaje
 - ✓ Gastos pre-operacionales

1.2.1 Requisitos Financieros aplicados al caso New York Burrito

✓ Lanzamiento completo de la inversión inicial;

✓ Tasa de franquicia: US \$ 20,000

✓ Cuota Franquicia: US \$ 7,500

✓ Punto comercial

Alquiler US \$ 800

Área: 10 m de ancho * 26.85 m de largo

✓ Montaje (computadoras, mobiliario, etc.);

Computadora: \$ 900

Mobiliario: US \$ 4,480

Otros: Cocina industrial, Congelador y Acondicionadores de aire.



CAPITULO 2

CASO DE ESTUDIO DE MERCADO: FRANQUICIA “NEW YORK BURRITO”

2.1. - SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO DE COMIDAS RÁPIDAS PARA LAS FRANQUICIAS

El estudio de mercado desempeña una función que liga al consumidor, al cliente y al público con el comercializador, por medio de la información. Información que será usada para definir la situación actual del mercado de franquicias.

Por eso la recolección, registro, procesamiento y análisis de la información de lo que se desea investigar nos ayudará a conocer a nuestros *posibles* clientes, tanto sus gustos como sus preferencias; como también se definirá el plan de negocio a seguir.

Estableceremos si es conveniente para el mercado guayaquileño la expansión de este sistema. La apertura comercial en la que se desarrollan las economías latinoamericanas ha propiciado un incremento de la calidad y servicio de sus empresas.

Cabe recalcar indiscutiblemente que Estados Unidos es el líder en franquicias. Hoy por hoy, las franquicias estadounidenses cubren casi todos los ramos de ventas detallistas y de prestación de servicios.

El éxito de todo negocio depende de la forma en que se logre identificar y satisfacer las necesidades y deseos de un nicho de mercado específico.

Y precisamente esta aproximación a las necesidades de los clientes es lo que hace que unos establecimientos triunfen sobre otros. Mientras el comercio minorista no lo perciba, irá perdiendo posiciones.

2.2.- PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

2.2.1.- Determinación del mercado

El sector objetivo para la recopilación de los datos, es la zona urbana de la ciudad de Guayaquil con una población de 3'309.304 hab; específicamente la parroquia Tarqui, debido a que nuestro local de comidas rápidas New York Burrito estará ubicado en la Avenida Guillermo Pareja Rolando (sector norte de la ciudad de Guayaquil). Entonces, en la determinación del mercado



identificaremos los sectores para los cuales está principalmente enfocado nuestro producto; como los serían las ciudadelas: Alborada, Sauces, Garzota, Vernaza, Guayacanes, Samanes, etc.

2.2.2.- Marco Referencial

El marco referencial representa una lista completa de las unidades muestrales de la población; lo determina claramente la franquicia en los requisitos de localización: “alta concentración de población en el día, preferentemente una población de 35,000 o más en 1,000m de radio”; quiere decir que dada la ubicación del local en la avenida Guillermo Pareja Rolando de la 9na. Etapa de la Ciudadela Alborada, las etapas concernientes son: 9na. respectivamente, 7ma., 8va., 11era., 12da. Etapas de la Alborada; cabe recalcar que no se descartan las ciudadelas de sus alrededores como lo son: Sauces, Garzota, Guayacanes y Samanes.

2.2.3.- Prueba Piloto

Se realizará una prueba piloto de 39 encuestas, por medio de ésta conoceremos nuestro tamaño muestral. La prueba piloto se llevó a cabo en lugares de comidas rápidas específicamente Mc. Donald’s, Burger King, Yogurt Persa y Pizza Hut ubicados en la Ciudadela Alborada y Garzota de la zona norte de la ciudad de Guayaquil. Dicha prueba nos permite identificar la pregunta de mayor interés. El cuestionario que se utilizó se detalla a continuación:

BUENOS DIAS – TARDES

SOY EGRESADO DE LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL. ESTOY REALIZANDO UNA ENCUESTA SOBRE COMIDAS RÁPIDAS, ESPECÍFICAMENTE DE BURRITOS EN LA CIUDAD SU COLABORACIÓN ES DE MUCHA IMPORTANCIA PARA EL CORRECTO DESARROLLO DE MI PROYECTO

1.- Le gusta Ud. degustar de “comidas rápidas”?

Sí _____

No _____

2.- Con qué frecuencia a la semana visita Ud. un local de comidas rápidas?

Menos de 1 vez _____

De 1 – 2 veces _____

De 3 – 4 veces _____

De 5 – 7 veces _____

3.- Con cuántas personas asiste usted frecuentemente a un local de comidas rápidas?

0 (solo) _____

1 – 2 _____

3 – 4 _____

5 – 7 _____

8 o más _____

4.- Cuando visita un local de comidas rápidas que tipo de comida prefiere?

- ✓ Hamburguesa _____
- ✓ Hot dog _____
- ✓ Burrito _____
- ✓ Pizza _____
- ✓ Taco _____
- ✓ Pollo frito _____

5.- Cuando usted visita un local de comidas rápidas que tan importante son los siguientes atributos?

- a. Muy Importante b. Algo Importante c. Indiferente
- d. Poco Importante e. Nada Importante

- Calidad del producto _____
- Variedad del producto _____
- Limpieza del local _____
- Precio _____
- Que tenga automatic _____
- Rapidez del servicio _____
- Que sea una cadena internacional _____
- Ubicación del local _____
- Presentación del producto _____
- Que ofrezca combos _____
- Promociones _____
- Que el local tenga parqueo _____

➤ Que el local tenga juegos infantiles _____

➤ Servicio a domicilio _____

6.- Ha comido Ud. alguna vez burritos?

a) Sí _____

b) No _____ Porqué? _____

7.- Qué tan satisfecho quedó Ud. con el sabor de los burritos ?

Totalmente satisfecho _____

Algo satisfecho _____

Ni satisfecho ni insatisfecho _____

Poco satisfecho _____

Nada satisfecho _____



8.- ¿Qué tipo de carne le gusta que incluya su burrito?

a) Res

b) Pollo

c) Camarón

d) Pollo y res

9.-Al momento de seleccionar su burrito, le gustaría que fuese entregado por:

a) Combos previamente establecidos

b) Escoger del menú

c) Escoger aquellos productos que vienen con descuentos y/o promociones

d) Escoger los ingredientes que lleve el producto

10.- Al momento de servirle, le gustaría que su burrito incluya los aderezos ?

- a) Total Acuerdo
- b) Parcial Acuerdo
- c) Indiferente
- d) Parcial Desacuerdo
- e) Total Desacuerdo

11.- Qué tipos de aderezos le gustaría que incluya?. Escoja 3, póngalos en orden de gusto, 1 al que más le gusta y 3 al que menos le gusta

- a) Mayonesa _____
- b) Guacamole _____
- c) Salsa de tomate _____
- d) Salsa Barbecue _____
- e) Mostaza _____
- f) Salsa de queso _____

12.- Estaría Ud. dispuesto a cambiar su comida rápida favorita por un burrito que sea de su agrado proveniente de una franquicia extranjera?

- a) Sí _____
- b) No _____
- c) Quizás _____
- d) No sabe _____

13.- Qué tipo de burrito le gustaría que se ofertara?

- a) De Pollo _____
- b) De carne _____
- c) Con vegetales _____
- d) Con frijoles negros _____

- e) Con camarón _____
- f) Fajita con carne _____
- g) Fajita con pollo _____
- h) Fajita con camarón _____

14.- Estaría Ud. dispuesto a pagar \$3 en promedio por un combo que incluye burrito de camarón, pollo o carne y cola?

- a) Sí _____
- b) No _____
- c) Tal vez _____

15.- Si encuentra el burrito de su predilección a un precio de \$3 en el combo Ud.:

- a) Definitivamente lo compra
- b) Quizás lo compra
- c) No sabe si lo compra
- d) Quizás no lo compra
- e) Definitivamente no lo compra

16.- Respecto al número de personas por mesa, cómo le gustaría que sean las mesas?

- a) Individuales
- b) En grupo de 2 personas
- c) En grupo de 4 personas
- d) En grupo de 6 personas

17.- Una vez que halla probado nuestro producto, que tan importante será para usted las siguientes características para regresar?

- a. Muy Importante b. Algo Importante c. Indiferente
 d. Poco Importante e. Nada Importante

- El Servicio _____
 ➤ Los Precios _____
 ➤ La Calidad del producto _____
 ➤ El ambiente y ubicación del local _____
 ➤ Limpieza del local _____
 ➤ Atención al cliente _____
 ➤ Rapidez del servicio _____

2.2.3.1.-Verificación y corrección de la prueba piloto

Antes del trabajo de campo definitivo, procedimos a verificar las variables más representativas que debimos ajustar: el cuestionario responde a los objetivos del estudio, su extensión es razonable, tiene fluidez y el encuestado podrá contestar todas las preguntas. Por lo que el cuestionario final, luego de las correcciones debidas consta de 16 preguntas, cada una de ellas nos permite conocer la aceptación de nuestro producto.

Al término de la prueba piloto se observó que se requerían ciertos cambios, y son:

En la pregunta # 5, se tuvo que adicionar una alternativa (Seguridad), algunos encuestados lo sugirieron porque al momento de escoger un lugar de comidas rápidas es indispensable el sentirse fiable.

La pregunta # 8, fue eliminada porque está mejor detallada en la pregunta # 13; lo contrario para la pregunta # 10 que fue simplemente corregida en su formulación y redacción.

La pregunta # 11, se especificó que debían escoger sólo 3 de los aderezos para facilitar los resultados y las preferencias de los posibles consumidores, también para evitar confusión por parte del encuestado.

A cada alternativa para pregunta se le asignó una letra para facilitar su tabulación, ya que alguna de éstas no la tenía.

Llegamos a la conclusión de que la pregunta # 15 sería la de interés porque podemos conocer las ganancias futuras por combo.

También consideramos que la pregunta # 17 debe ser eliminada porque creemos que la pregunta # 5 nos puede arrojar las mismas conclusiones, por tanto, sería redundante tenerla en el cuestionario.

2.2.4 - Tamaño de la Muestra

Para realizar el cálculo de la n muestral necesitamos saber que, un intervalo de confianza se construye a partir de sumar y restar a la media, el valor del error estándar de la media, entonces la fórmula queda de la siguiente manera:

$$\bar{x} \pm \frac{z\sigma}{\sqrt{n}}$$

$\bar{x} \pm$ error estándar de la media, ó

Sabemos que el error estándar de la media es $(z\sigma) / \sqrt{n}$

de donde:

$$N = \frac{z^2 \cdot \sigma^2}{(\text{error estándar de la muestra})^2}$$

En el caso de las proporciones esta estimación se basa en una varianza poblacional tal como sigue:

$$\sigma_p^2 = \frac{p \times q}{n}$$

Así, la fórmula para el tamaño de la muestra es:

$$N = \frac{z^2 p \times q}{\text{error muestral}^2}$$

Para obtener la proporción poblacional a favor y en contra se toma el dato de la pregunta # 15 (prueba piloto) de la ya se había mencionado sería la de interés; en donde, sumando las tres primeras alternativas que son la probabilidad de éxito y las dos siguientes las de fracaso, nos arrojó una p igual a 94.74% y una q igual a 5.26% (proveniente de 36/38 y 2/38



respectivamente). De esta forma, la proporción de la poblacional va a ser estimada dentro de un error del 4% a un nivel de confianza del 96%, el cual arroja un tamaño de la muestra necesario de 114 unidades.

$$N = \frac{1.96^2 * 0.96 * 0.04}{(0.04)^2}$$

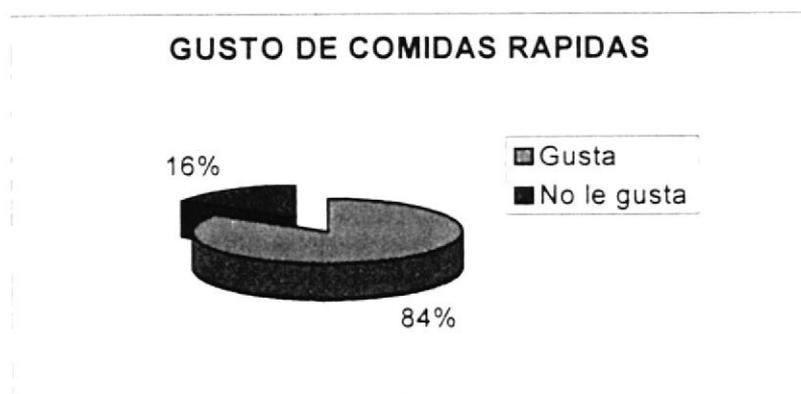
N= 114 personas

Donde Z= 1.96 correspondiente a un nivel del 96%.

Se adjunta el formato de la encuesta aplicada. Ver Anexo # 6.

2.2.5.- Análisis de los resultados de la encuesta

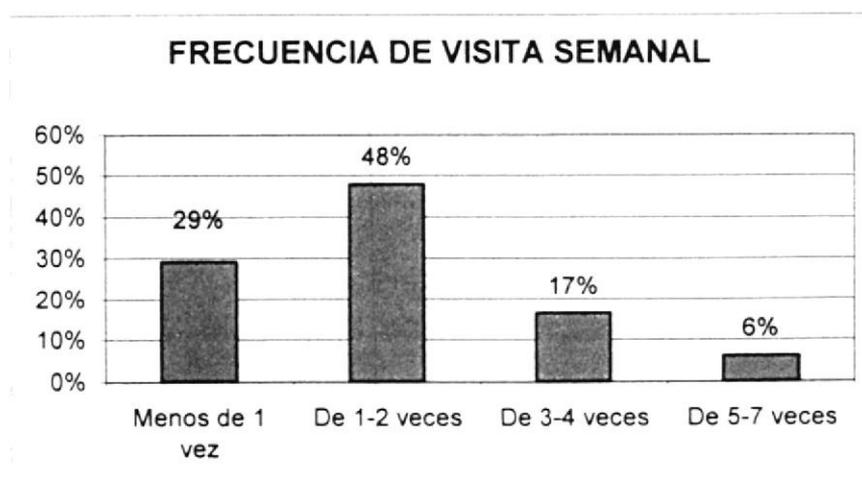
PREGUNTA 1



ELABORADO POR: LOS AUTORES

- Como podemos ver en los resultados de las encuestas existe un gran porcentaje de personas dispuestas a degustar de comidas rápidas, en nuestro caso el 84% de los encuestados, lo que nos da una pauta de que un negocio de comidas rápidas tendrá aceptación en el mercado.

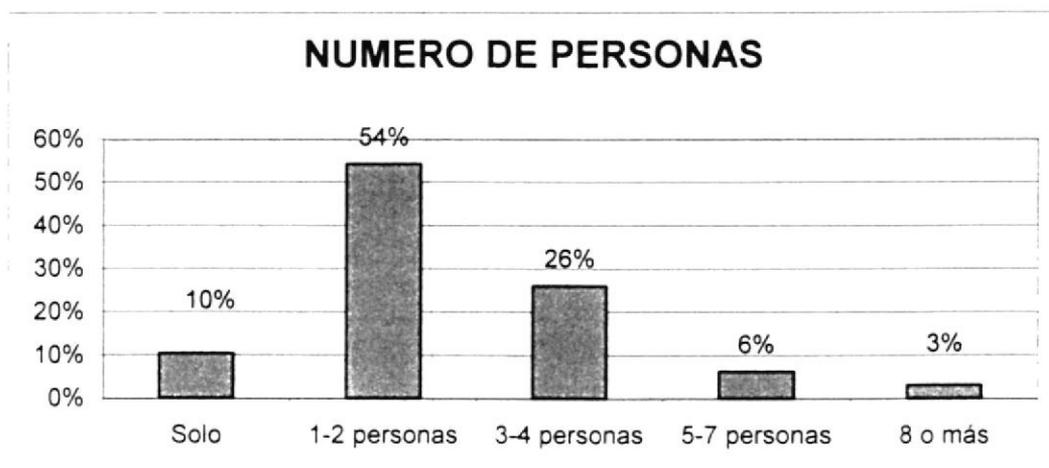
PREGUNTA 2



ELABORADO POR: LOS AUTORES

- En razón a la frecuencia de visita semanal, el 48% de los encuestados asiste a un local de comidas rápidas de una a dos veces por semana seguido por un 29% de personas que asisten menos de una vez por semana, por lo cual podemos decir que la gente a la hora de la comida toma en consideración acudir a uno de estos locales, ya sea por la rapidez del servicio lo que conlleva a un ahorro de tiempo, por lo barato que resultan sus costos, simplemente por cambiar de ambiente o ya sea porque no tienen a nadie en casa que les cocine.

PREGUNTA 3

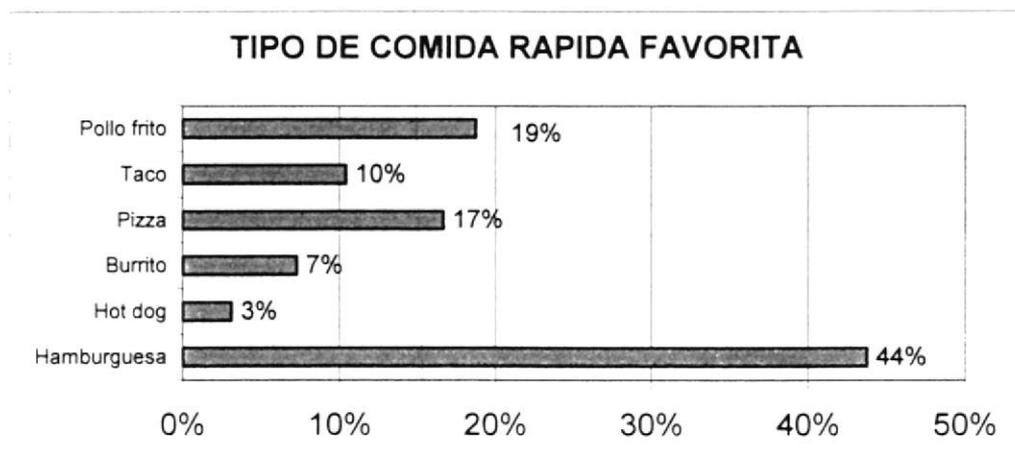


ELABORADO POR: LOS AUTORES

- Tomando en cuenta el número de acompañantes que un cliente tiene al momento de ir a un local de comidas rápidas, el 54% de los encuestados son clientes que asisten con una o dos personas adicionales, en su gran mayoría prefieren ir acompañados de sus enamorados, esposos, o sencillamente de un amigo(a) que les sirva de compañía. Sin embargo

hay un 26% de personas que prefirieren ir acompañados con tres o cuatro acompañantes adicionales, aquí podemos ubicar el caso de las familias o del cliente que va con un grupo de amigos.

PREGUNTA 4



ELABORADO POR: LOS AUTORES

- La comida rápida favorita de las personas es la hamburguesa con un 44% de los encuestados, seguida por el pollo frito con un 19%, luego va la pizza con un 17%, a continuación el taco con un 10%, en penúltimo lugar lo tiene el burrito con un 7% y por último al hot dog con un 3% de aceptación de los consumidores. Los mercados que son nuestra principal competencia son los de las hamburguesas, pollos fritos y pizzas. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que existe una idea errónea de la diferencia entre el taco y el burrito, en el caso de los burritos la masa es más suave y flexible, en cambio en los tacos la masa es más crocante, con lo cual podríamos el porcentaje que le correspondería a los tacos atribuírselo en parte (castigándolo) a los burritos.

PREGUNTA 5

Calidad del producto

Para los posibles compradores potenciales de comidas rápidas es muy importante que el producto ofrecido, cumpla con los requerimientos o estándares de calidad e higiene, por que puede ser que el negocio sea conocido por nombre, pero si la calidad no es tomada en consideración como punto principal, el consumidor prefiera cambiar de local o sustituirlo por otro producto. En los resultados de nuestras encuestas la calidad obtuvo un 100 % de las personas entrevistadas opinando que es uno de los atributos que se debe tomar en cuenta.

Variedad del producto

Se quiere expresar con variedad, que la esencia del producto no se pierde, por ejemplo: si analizamos Mc. Donald's éste vende hamburguesas y la variedad es que tiene de pollo, carne e incluso pescado, entonces la esencia en si " es hamburguesa", con esta aclaración, la variedad del producto es muy relevante e importante para el cliente obteniendo un resultado o un porcentaje del 100 %.

Limpieza del local

Es un atributo en el cual se califica la presentación del local tanto interna como externa, teniendo en cuenta que con un local desordenado y

antihigiénico sería una falta de respeto hacia el comprador, es un punto en consideración con un resultado muy importante de 99%

Precio

Al aparecer el precio del producto no es un atributo en el cual el cliente se fija, no es importante para todos. Se puede notar en los resultados de las encuestas donde tan solo el:

22% dice que es muy importante

16% algo importante

1% indiferente

1% poco importante

Servicio automatic

Al parecer unos de los artículos con menos resultados, obteniendo el 56% como muy importante, se refleja en este valor que las personas no van a consumir el producto a cambio que le des un car-service, sino al contrario la mayoría va a comer a un local, solo espera un buen servicio.

Rapidez del servicio

Eso es muy importante con el valor de 35%, se habla de tratar siempre de atender eficientemente al consumidor o cliente con educación y rapidez, ese es un atributo que genera buena imagen al local.

Que sea cadena internacional

El porcentaje obtenido es bajo, es decir, que el número de personas que gustan de comer comidas rápidas es indiferente a que exista una cadena internacional prepare el producto, con un valor estadístico de 60%.

Localización del local

Este puede ser un atributo muy importante por que depende de mucho el lugar donde se ubique el negocio, puesto que tiene que tener una concurrencia de mucha gente y ser un lugar transitado, para poder llamar la atención de las personas y tener un servicio al cliente mas continuo, dar facilidad de poder llegar al punto de venta, generando facilidades de transportación con un valor de 73% el cual es muy importante.

Ofrezca combos

Por lo general el mercado actual de comidas rápidas facilita la elección del pedido de comida, con combos se obtuvo un resultado de 81% por tanto es un atributo muy importante, éstos deben satisfacer las necesidades de gusto y preferencias de las personas, con los ingredientes básicos.

Promociones

Estar al alcance del bolsillo del cliente, por que el negocio de comidas rápidas es rentable cuando la venta del producto se la realiza al por mayor, entonces las promociones son importantes con un valor de 75% las personas

eligen promociones pero debemos notar que no es algo muy relevante para que consuman nuestro producto.

Parqueo

Con un resultado del 56% se deduce a simple vista que la mayoría de las personas no toma en cuenta este atributo lo podemos comprar con el automatic-service y nos da el mismo valor sobre indiferencia de 22% una vez mas demostrado que el no tener carro, no evita disfrutar nuestra comida rápida favorita.



Juegos infantiles

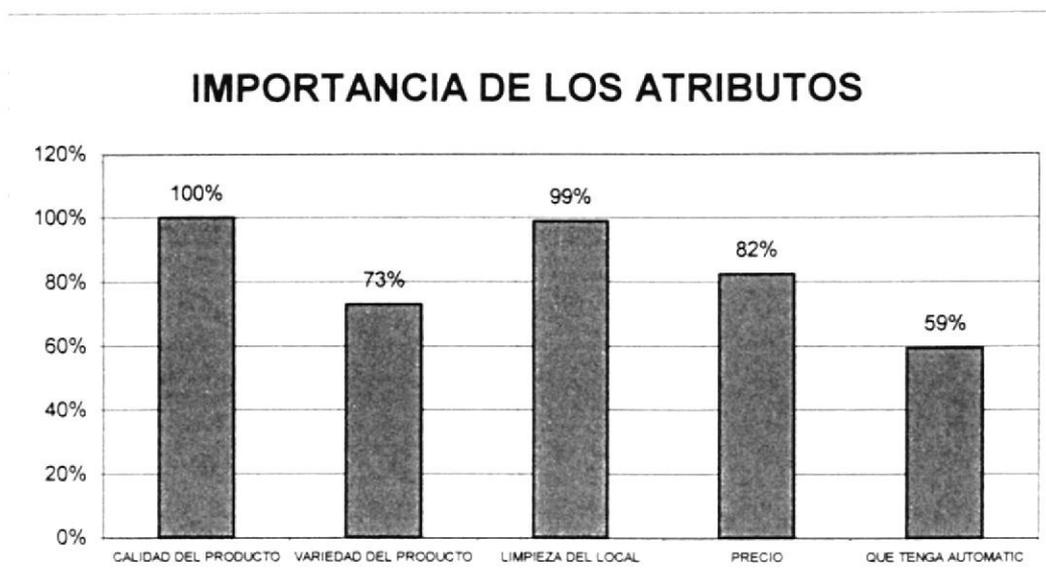
Los padres están de acuerdo, mas de la mitad lo aseguran, que es importante, con un valor del 57%, sin embargo se nota que es necesario para captar la atención de los menores y mas pequeños clientes.

Servicio a domicilio

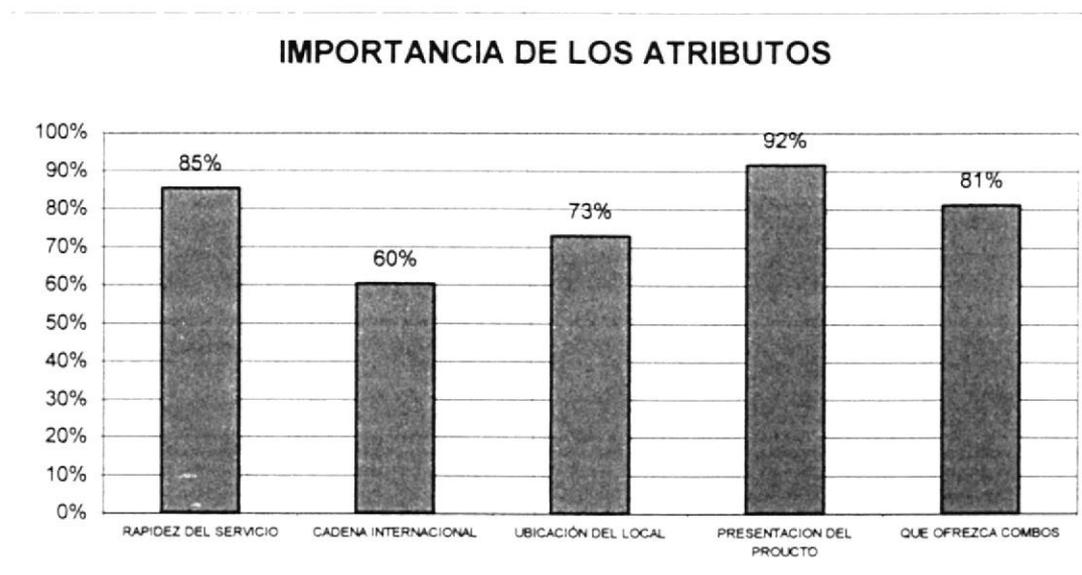
Esta característica es tomada en cuenta, por que es un servicio adicional que se ofrece. Este debe ser también rápido y preciso para evitar quejas en los pedidos y nos arroja un valor de 73%, es muy importante este servicio porque ha incrementado las ventas de varios locales en la actualidad, por eso creemos que sería muy importante implementarlo.

Seguridad

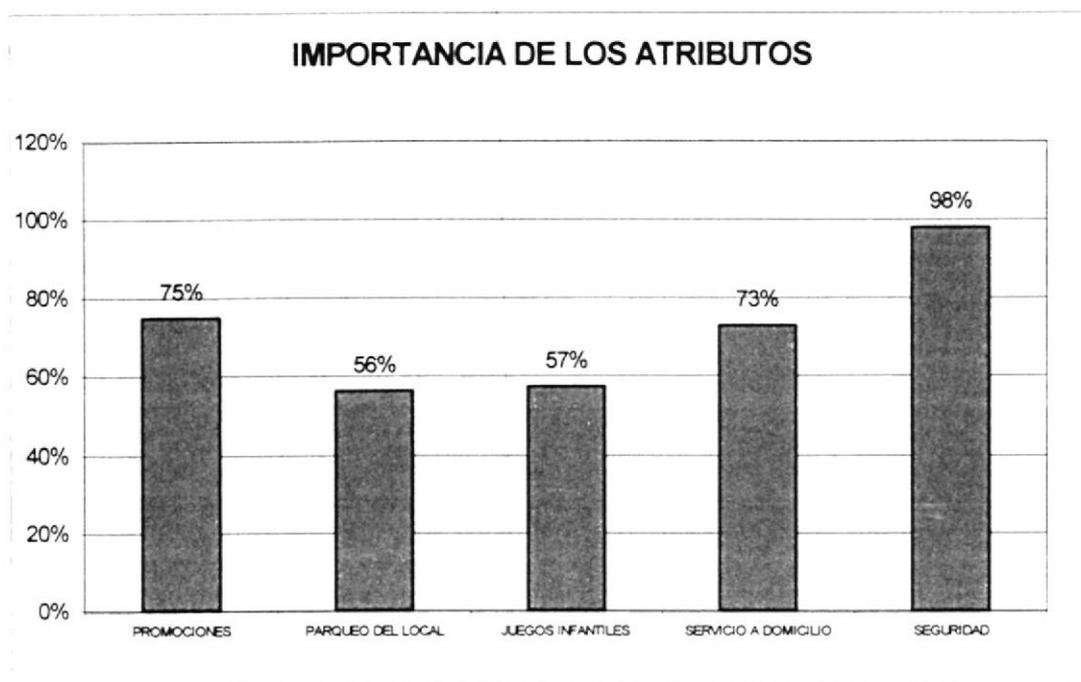
Las personas lo consideran muy importante, con un porcentaje del 94% hay que tener seguridad en el local para brindar protección tanto a los clientes como a los mismos empleados.



ELABORADO POR: LOS AUTORES

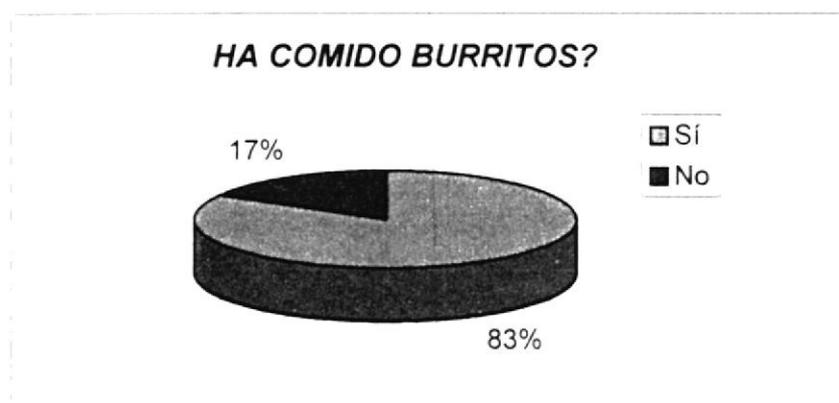


ELABORADO POR: LOS AUTORES



ELABORADO POR: LOS AUTORES

PREGUNTA 6



ELABORADO POR: LOS AUTORES

- En relación con la pregunta de que si ha comido o no alguna vez burritos, el 83% de los encuestados nos respondió que sí había comido y un 17% que no había comido. Lo que podemos sacar de conclusión referente a este análisis es que en aquel porcentaje de personas que no ha probado

los burritos (17%) se lo podríamos atribuir en su totalidad al desconocimiento existente entre la diferencia de burritos y tacos que ya fue explicada en uno de los párrafos anteriores. Sin embargo, lo que nos da cierta satisfacción es que tenemos un amplio mercado de personas que sí ha probado alguna vez nuestro producto, por lo tanto será nuestra meta hacerlos clientes nuestros.

PREGUNTA 7

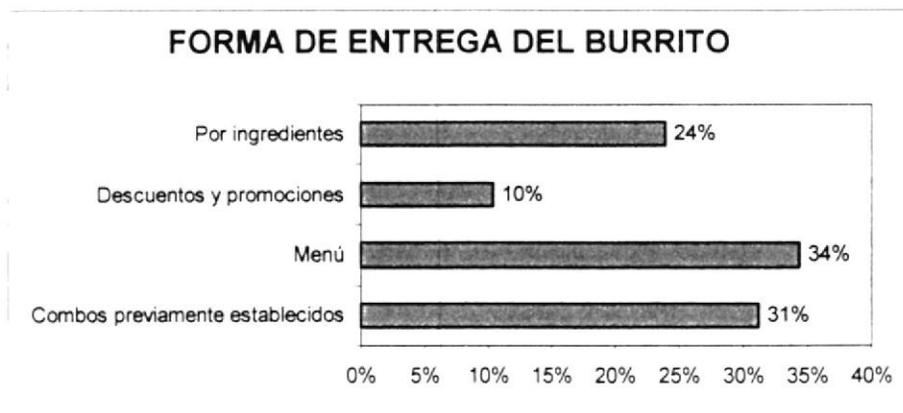


ELABORADO POR: LOS AUTORES

- Referente al nivel de satisfacción con el sabor de los burritos, hay que tener en cuenta que es una medida muy subjetiva. Tenemos que el 45% de los encuestados quedó totalmente satisfecho, un 32% que estuvo algo satisfecho con el sabor de los burritos, 7% que quedó ni satisfecho ni insatisfecho, 5% de personas que quedaron poco satisfechos y un 10% de clientes nada satisfechos. Por lo tanto será tarea nuestra que el 100% de los clientes que nos visiten queden totalmente satisfechos con nuestro

productos, ya sea por la excelente calidad de los productos o en adición al resto de atributos que va a contar el ambiente del local.

PREGUNTA 8



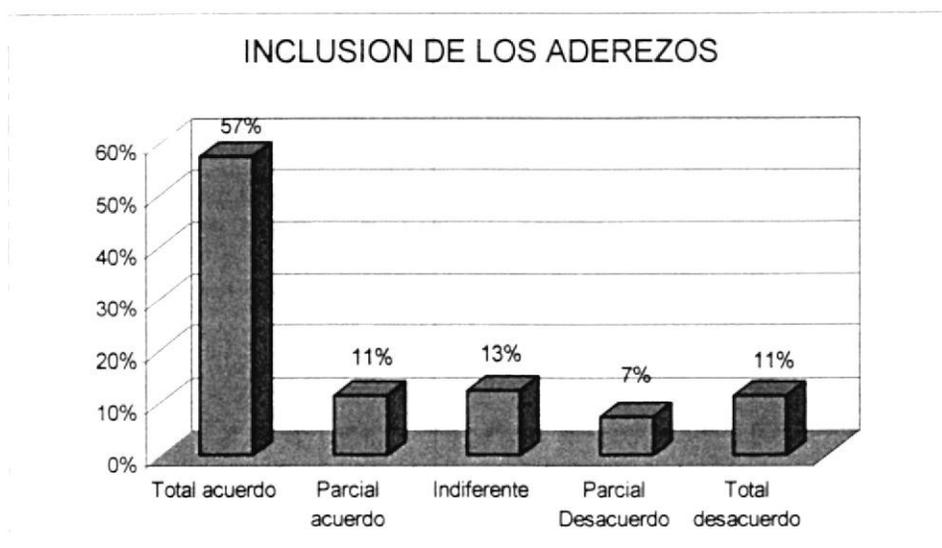
ELABORADO POR: LOS AUTORES

- Referente al cuestionamiento de la forma de entrega del burrito las opiniones de los clientes están muy divididas, el 34% de los clientes prefiere escoger del menú, otro 31% de los encuestados prefiere que se le entregue el producto en combos previamente establecidos, seguido por un 24% que espera escoger los ingredientes que lleve el burrito, y un 10% que elige aquellos productos con descuentos y/o promociones. Por tanto, debido a que en esta pregunta los encuestados no tuvieron una definición clara, será nuestro deber procurar ofrecer todas las formas de entrega de nuestro burrito.





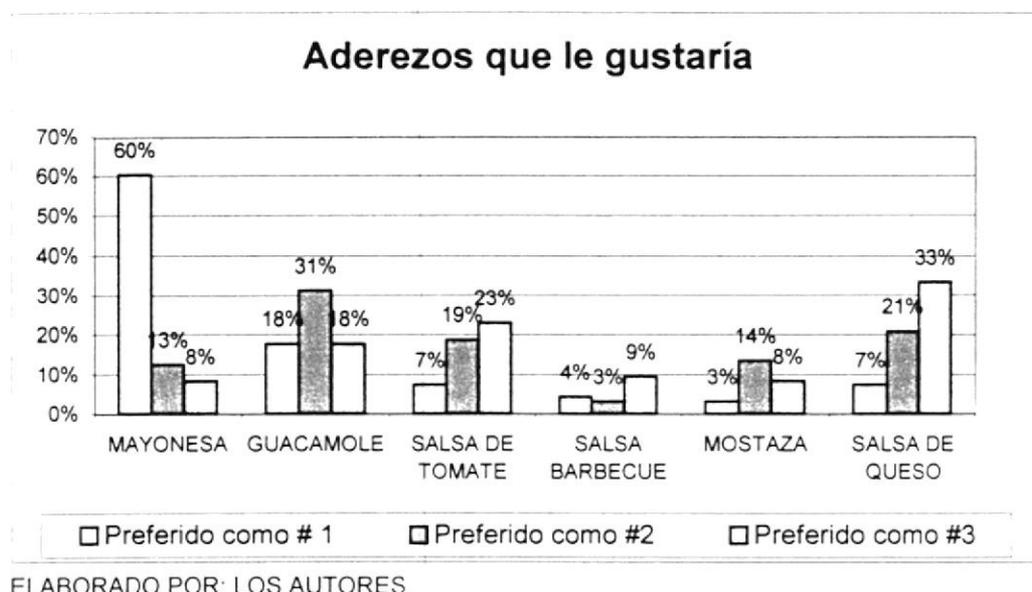
PREGUNTA 9



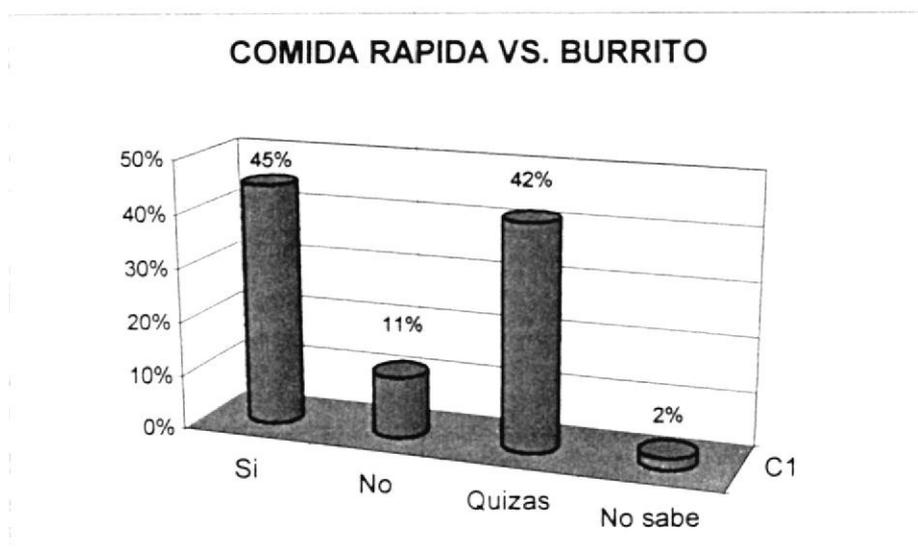
ELABORADO POR: LOS AUTORES

- En cuanto a la pregunta de si incluye o no los aderezos, una gran proporción de la población (57%) prefiere que el burrito incluya los aderezos, un 13% que le es indiferente si incluye o no, 11% que está parcialmente de acuerdo, otro 11% que está totalmente en desacuerdo que incluya los aderezos, en último lugar tenemos a un 7% que está en parcial desacuerdo. Lo que nos queda finalmente de este análisis es definitivamente incluir los aderezos en el burrito, sin embargo, se le podría dar a escoger los aderezos al cliente si fuera ese el caso.

PREGUNTA 10



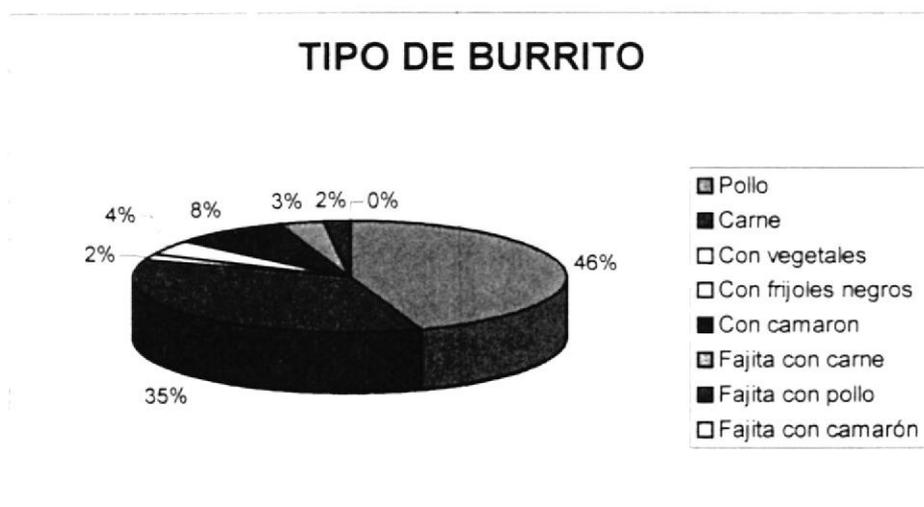
- Como cada burrito incluirá 3 tipos de aderezos, los encuestados escogieron como primer preferido la Mayonesa con 60% frente a todos los demás que no llegan ni al 20%, aunque el Guacamole tiene 18% y la Salsa de queso 7% serán analizados como segundo y tercer preferido. Luego como segundo preferido predomina el Guacamole con un 31% y con una diferencia del 10% la Salsa de queso (21%), muy cerca de éste la Salsa de tomate. Por último, el tercer preferido será la Salsa de queso con un 33%. Así, tendremos variedad al momento de escoger su burrito (como en la pregunta #9 se decidió que el burrito debe incluir el aderezo) en éste no puede faltar en ningún momento los siguientes aderezos: la mayonesa, guacamole y la salsa de queso.

PREGUNTA 11

ELABORADO POR: LOS AUTORES

- No todas las personas son decididamente arriesgadas al momento de cambiar su comida rápida por el nuestro, por eso el “sí” (45%) y el “quizás” (42%) tiene una diferencia muy pequeña de 3% únicamente; algunos porque primero desean probar el burrito antes de tomar la decisión. Otros definitivamente no cambiarían ni su hamburguesa, pizza o pollo frito, etc., por uno de nuestros burritos.

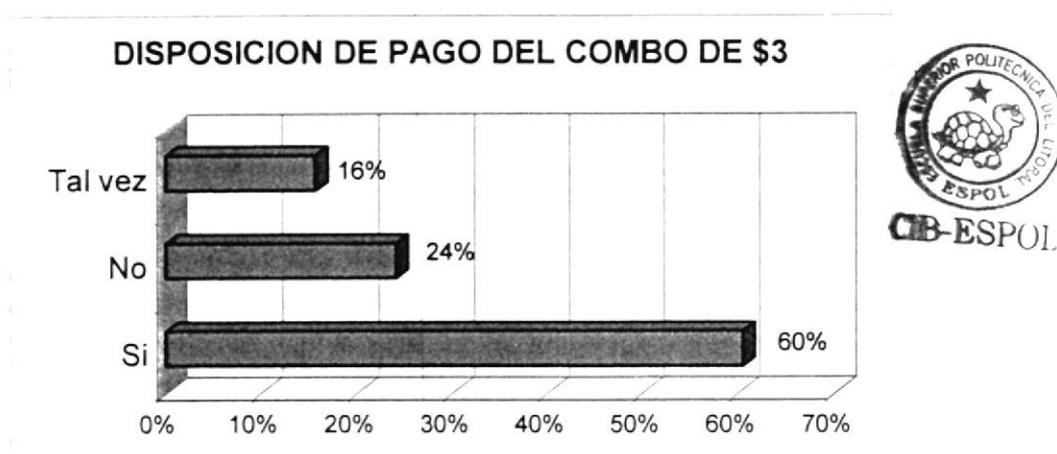
PREGUNTA 12



ELABORADO POR: LOS AUTORES

- Cuando se le preguntó a los encuestados por el tipo de burrito que le gustaría que se ofertara la mayoría de ellos se inclinaron por el de pollo, con un 45% frente a los demás no se podría excluir la opinión ya que para los mismos es más saludable consumirlo de pollo que de carne de res. Tuvimos que inclusive explicarles de qué se tratan eso nos arrojó un resultado de 5% en total (3%, 2% y 0%) para los de carne, pollo y camarón respectivamente. Inclusive para los vegetarianos tenemos alternativas ya aceptadas con un 6% en total que aunque no es representativo influye para nuestro análisis. Finalmente los burritos de camarón, como la franquicia de “New York Burrito” los promociona no se quedan atrás con un 8% en el mercado guayaquileño.

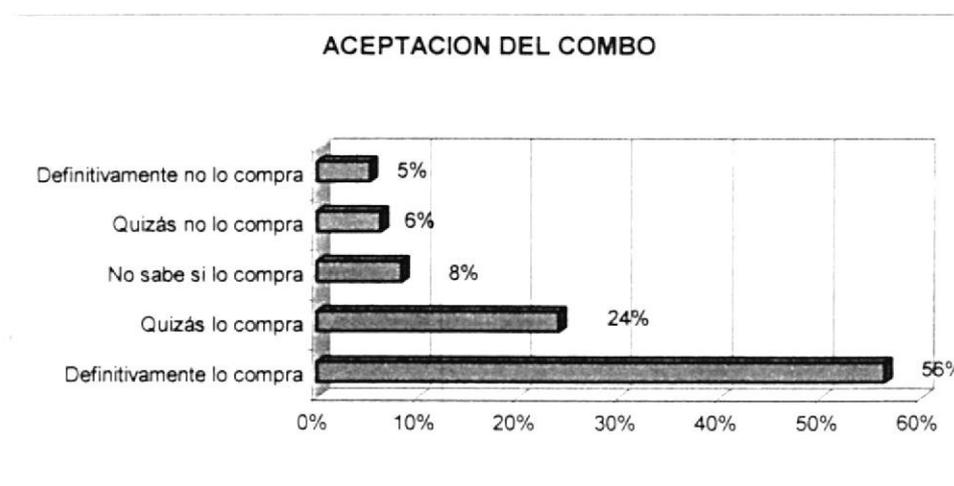
PREGUNTA 13



ELABORADO POR: LOS AUTORES

- Las personas que están dispuestas a pagar \$3 en promedio por cada combo que incluya carne, pollo o camarón y cola es de 60%, mientras los que están en contra e indecisos son del 24% y 16% cada uno.

PREGUNTA 14

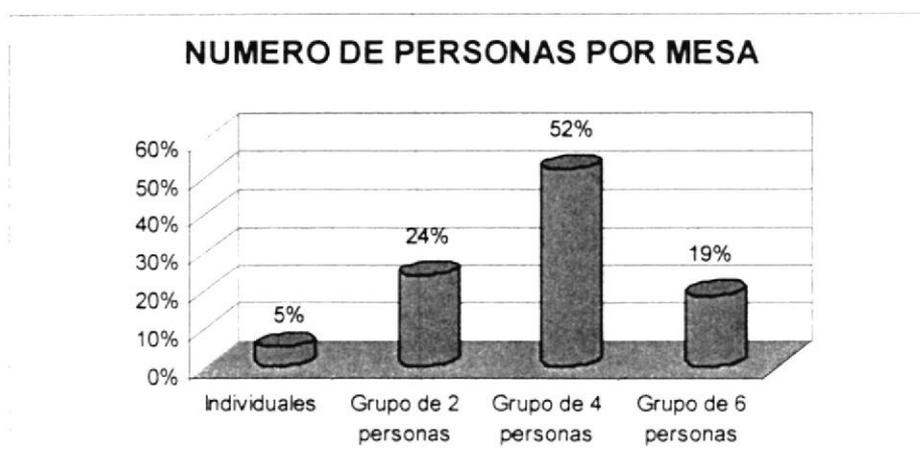


ELABORADO POR: LOS AUTORES

- Definitivamente sería comprado un combo por \$3, es lo que los encuestados decidieron con un 56%, sumándoles las otras posibilidades

de ser comprado tendríamos 32% entre ellos (“quizás lo compra” 24% y “no sabe si lo compra” 8%) opciones que nos ayudaron en la muestra. Mientras que la parte contraria sólo es del 11%.

PREGUNTA 15



ELABORADO POR: LOS AUTORES

- En grupo de 4 personas serán destinadas nuestras mesas ya que se obtuvo un 52% a favor; individuales definitivamente no serán las mesas con las que se decore el lugar porque no tendría razón de ser instaladas; tal vez unas cuantas de grupo de 2 y otras de 6 personas.

2.3. - ANÁLISIS DE LOS CONSUMIDORES

2.3.1. - Perfil del posible cliente

Antes de franquiciar debe conocerse perfectamente el perfil del consumidor. Para determinarlo, pueden responderse a preguntas tales como: ¿Quiénes son?, ¿Qué características comunes tienen? ¿Quiénes son los compradores más importantes? ¿En dónde se encuentran? ¿Qué criterios utilizan al decidir la compra? ¿Predomina el precio, la calidad o el servicio? ¿Es un nicho al cual atraen los descuentos? ¿El producto requiere de ventas personales? ¿Tiene el mercado un potencial lento o acelerado de crecimiento?. Después de responder a estas preguntas, se podrá precisar si realmente existe un nicho y si se cuenta con un producto que haga exitoso al negocio y que le otorgue una ventaja competitiva.

Las características en común encontradas en el perfil del posible cliente que influyen en el momento de decidir la compra es que todos consideran muy importante atributos como: la atención al cliente, la limpieza del local, el servicio, la calidad del producto, la rapidez del servicio, los precios, y por último el ambiente y ubicación del local; en éste caso el servicio predomina a la calidad y al precio lo que es de cierta satisfacción que la gente se incline en su mayoría por el servicio, calidad y no por el precio.

2.3.2. – Mercado Objetivo

Si no conocemos a nuestro cliente, y no sabemos quién es, qué preferencias tiene y personalizamos nuestros servicios hacia él, lo perderemos frente a otras fórmulas comerciales y nuevos competidores. Hasta ahora un hecho es evidente: donde aparece una franquicia o un nuevo centro comercial, el comercio tradicional pierde.

Nuestro producto va dirigido a personas de todas las edades porque no existe restricción en el consumo del bien. Ahora referente a la clase social de los consumidores, la ubicación del local nos ayuda a definir en buena parte el estrato social, ya que el local está situado en la avenida principal de la alborada, en éste caso es para un círculo de personas en cierta forma acomodada, sin embargo, creemos que nuestro producto puede estar al alcance de todo bolsillo.

Analizando el resultado de las encuestas, la gente prefiere las hamburguesas como su comida rápida favorita, seguido por el pollo frito y la pizza. Por otro lado para el caso de los burritos, la gente se inclina en su mayoría por la inclusión de los aderezos; siguiendo con el análisis de los aderezos, la mayonesa es la preferida por una gran parte de los clientes, a continuación se ubica el guacamole y la salsa de queso. Referente al número de personas por mesa, las conformadas por cuatro asientos tienen una aceptación elevada porque la gente a la hora de ir a un local de comidas prefiere ir en familia. Concerniente a la forma de entrega del burrito, las personas se van

por el lado de escoger del menú y escoger de aquellos combos previamente establecidos.

2.4. - ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Otro aspecto a evaluar dentro del mercado es la competencia. El franquiciado debe competir en dos dimensiones: contra otras empresas que ofrecen su mismo producto y contra otros franquiciados. La oferta es equiparable, tan sólo en Estados Unidos de Norteamérica existen 550 000 franquicias operando, y se estima que este número crecerá a un ritmo de 6% anual en los próximos cinco años. Por ello, el posible franquiciador debe medir el beneficio que obtendrían al comprar su franquicia (no cualquier otra) para decidir si su negocio tendrá una ventaja diferencial frente a los demás sistemas que se ofrecen en el mercado.

En nuestro caso, podemos analizar la competencia desde 3 puntos:

- **New York Burrito versus una franquicia de taco**, como es el caso de Pizza Hut que recientemente adquirió Taco Bell. Tomamos en cuenta esta franquicia debido a que se encuentra cerca de nuestro local. Dentro de las posibles fortalezas tenemos que Taco Bell es una franquicia ya posicionada en la mente de los clientes, por tanto a las personas cuando se le menciona *Taco Bell* ubican de que se trata el producto. Otra fortaleza con la que cuenta, es dado que fue adquirida por Pizza Hut está solidamente constituida, en consecuencia Tacos Bell va estar muy bien

administrada. Adicionalmente tiene una excelente ubicación por estar localizada en una esquina puramente comercial de la Garzota. Una debilidad y de las más importantes es que no todas las personas saben que Pizza Hut adquirió Taco Bell, o sea hay una incertidumbre en el mercado porque no todas las personas saben de éste hecho y piensan que Taco Bell ya no existe, es decir no se le ha dado la debida publicidad del producto.

- **New York Burrito versus otros locales de comidas rápidas**, como es el caso de Mc. Donald's y Burguer King. Consideramos también a estos locales aún cuando no precisamente venden nuestro producto, pero, sin embargo, sí nos restan participación en el mercado. Creemos que una de las fortalezas de estos locales es que precisamente éstas franquicias fueron las pioneras y, por tanto, ya tienen muchos años posicionados en el mercado. Otra fortaleza es su precio accesible al público por ejemplo Mc. Donald's últimamente tiene la promoción de que tú mismo puedes armar tu combo con 9 productos preseleccionados; adicionalmente cuentan con una gran variedad de combos ya establecidos en donde uno puede escoger el que más le convenga. Dentro de las debilidades que podemos citar es que solo cuentan con variedad en las hamburguesas, no han explorado otros mercados y productos como pueden ser los hot-dogs, burritos, etc.

➤ **New York Burrito versus las carretillas**, dentro de las fortalezas de estas pequeñas carretillas es que presentan unos costos de operación sumamente bajos, ya que muchas veces no tienen que pagar el alquiler de un local, adquirir un terreno, tampoco tienen que pagar servicios básicos como la electricidad porque utilizan la energía del alumbrado público, o en otros casos no tienen que pagar a un personal porque son administrados por los mismos dueños; máximo tendrán que comprar su carretilla y la materia prima, además de los permisos municipales. Otra fortaleza que podemos decir es la cercanía de las mismas, a la vez puede ser una amenaza entre ellos debido a la excesiva competencia entre carretillas. Adicionalmente hay ciertas carretillas que ofrecen una gran variedad de productos que satisfacen a un exigente paladar como es el caso de hamburguesas, hot dogs, tacos, chuzos, fritadas y que no cuentan los grandes locales de comidas rápidas. Respecto a las debilidades podemos decir que en algunos casos es la falta de aseo de la carretilla y la baja calidad del producto. lo que conlleva a que los clientes prefieran los grandes locales. Adicionalmente como sabemos, las carretillas no incurren en gastos de publicidad, se podría presentar una debilidad por la falta de conocimiento de la gente respecto a la carretilla. También podemos citar que hay casos de carretillas que no tienen los debidos permisos municipales, entonces tienen el riesgo que en cualquier momento pueden ser desalojados de la vía pública.

2.5. - ESTUDIO DE MERCADO Y DE SU CRECIMIENTO

Además, deben pronosticarse el comportamiento del mercado mediante encuestas sobre intenciones de compra, opiniones del personal de ventas, opiniones de expertos y finalmente hacer pruebas de mercado para corroborar la preferencia de los compradores por el producto en cuestión.

Además, queremos pagar mucho menos de lo que hoy nos cuesta, por estos mismos productos. Hay un estudio que indica los siguientes datos:

Y todo esto es marketing. El comprador y el vendedor ya no son lo esencial y dependen del profesional del marketing.



2.5.1- Crecimiento del Mercado Franquiciador

El mercado franquiciador es uno de los más agresivos y su crecimiento básicamente en nuestro país va en aumento, así es fácil ver por ejemplo: locales del Yogurt Persa diseminados a lo largo de la ciudad, locales del Kentucky Fried Chicken, Burger King, Panadería California, McDonald's etc.

En los últimos años el sistema de negocios por franquicias (franchising) alcanzó un explosivo desarrollo gracias a la globalización de la vida económica de las naciones orientadas a una creciente apertura en este proceso de transformación del capitalismo.



Las renovadas estrategias de comercialización de productos y servicios pusieron en un primer plano la alternativa de sumar un mayor número de bocas de expendio con beneficios para el franquiciante y el franquiciado.

Con más de 20 mil puntos de venta en el mundo, McDonald's es un ejemplo de lo que representa la globalización alcanzada por medio de las franquicias. Ésta le ha permitido experimentar una enorme variedad de mercados y adoptar sus culturas, lo que a su vez ha generado un refinamiento de su concepto inicial y propiciado el desarrollo de modelos de atención y servicio a clientes, así como la absorción de volúmenes de consumo.

2.6. - PLAN DEL NEGOCIO

2.6.1. – Plan estratégico

Define la misión, la visión, objetivos generales y específicos que permiten crear y conservar el encuadre estratégico de las metas y capacidades de la organización ante las oportunidades de mercadotecnia cambiantes.

2.6.1.1. - Misión

La función primigenia de una organización, es lo que deseamos proyectar a las personas que serán en un futuro los clientes potenciales para "New York Burrito" en el sector de la ciudad de Guayaquil.

La misión se debe de *orientar al mercado*, esto significa describir los negocios en términos de la satisfacción de las necesidades básicas de los clientes; así pues evitar que sea muy amplia o muy estrecha, *ser realista en las capacidades que la distinguen*, y por último debe ser *motivante*; es decir, que las guíen un **ideal**.

Así “New York Burrito”, tiene una misión bastante clara y objetiva que más que misión sería un *compromiso*: “Ofrecer un producto diferente y un servicio, que motive a todas y cada una de las personas a volver, convirtiéndose en nuestros clientes; en un ambiente social creado y perfeccionado continuamente para lograr la satisfacción de los mismos y también por qué no de los trabajadores que ayudarán a reeditar ganancias”.

2.6.1.2. - Visión

- ✓ Ser los poseedores de los mejores productos y servicios de nuestra empresa.
- ✓ Mantenernos actualizados y atentos a las siempre cambiantes demandas y preferencias del mercado para beneficios de nuestros clientes.

2.6.1.2.1.- Objetivos Generales y específicos

El principal objetivo de ventas será incrementar el volumen de ventas de los burritos para generar utilidades.

Para alcanzar el objetivo principal, se deberán conseguir los siguientes objetivos generales:

- ✓ Modernizar sistemáticamente los procesos productivos.
- ✓ Fortalecer los recursos humanos a través del entrenamiento bimensual y así, obtener la mejoría del servicio al cliente.
- ✓ Realizar investigaciones de mercado que lleve al desarrollo de nuevos productos adicionales (que acompañen al burrito).

Los objetivos específicos que permitirán alcanzar los generales son:

- ✓ Preparar un excelente producto que satisfaga las necesidades del consumidor.
- ✓ Establecer qué es necesario mantener y qué es necesario cambiar.
- ✓ Identificar los elementos y alternativas que harán posible optimizar las ventas.



2.6.1.3. – Análisis del Entorno

Análisis F.O.D.A.

El análisis FODA nos ayudará a enfocarnos hacia los factores tanto internos como externos claves para el éxito de su negocio. Resaltaremos las fortalezas y debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y como es lógico con las oportunidades y amenazas de su entorno.

FORTALEZAS

- ✓ La ubicación del local, ya que está en una zona altamente comercial.
- ✓ Actualmente; las personas prefieren una franquicia, antes de arriesgarse con otros que también les ofrezca el mismo producto, por cuestiones de salud y calidad.
- ✓ El continuo crecimiento y reconocimiento del sistema de franquicias.

OPORTUNIDAD

- ✓ Innovadores en el mercado, podrá expandirse y así obtener un buen posicionamiento.
- ✓ En el mercado guayaquileño no encontramos una franquicia que se dedique exclusivamente a la venta de burritos.

DEBILIDADES

- ✓ Falta de experiencia del capital humano.
- ✓ Sector de comidas rápidas altamente congestionado.
- ✓ Altos costos para el primer año.
- ✓ Falta de parqueo.

AMENAZAS

- ✓ Entrada de alguna empresa con el mismo negocio.
- ✓ Las personas prefieren en un alto porcentaje las hamburguesas.

2.7.- MEZCLA DE LA MERCADOTECNIA

2.7.1.- Producto

| | |
|---|--|
| <i>El sistema de franquicia</i> | Nuestro producto se manejará por medio de una marca registrada |
| <i>Línea de producto a ofrecer</i> | El menú que vamos a ofrecer consiste en tres variedades de burritos: carne de res, pollo y camarón; además de tres |

| | |
|---|--|
| | <p>clases de ensaladas: Bourbon, ensalada de pollo, y la vegetariana. Por otro lado también ofreceremos bebidas, como la cola y el agua.</p> |
| <i>Servicio asociado al producto</i> | <p>New York Burrito se ha caracterizado por la rapidez y eficiencia en la atención al público, se seguirán los mismos lineamientos para Guayaquil.</p> |
| <i>Garantías</i> | <p>Los insumos utilizados en la elaboración del producto cumplen con un minucioso control de calidad, además de un adecuado manejo y aseo de los mismos.</p> |
| <i>Empaques / Envoltura</i> | <p>La masa que cubre a los burritos está hecha de harina de trigo y es adquirida en el mercado local. Actualmente ésta envoltura es producida y comercializada por Inalec.s.a.</p> |

2.7.2.- Precio

| | |
|--|--|
| <i>Precio de venta al público</i> | Nuestro precio está establecido en función de los costos de producción para la elaboración de los mismos y de un margen de ganancia de 100% del precio de venta. |
| <i>Valor económico de las promociones</i> | Las promociones se darán a medida que se establezca cual es el burrito de preferencia, o también se pueden definir dependiendo de aquel burrito que menor aceptación tenga, para así de ésta manera incentivar el consumo del mismo. |

2.7.3.- Promoción

| | |
|------------------------------------|---|
| <i>Campaña publicitaria</i> | En un principio utilizaremos los periódicos como medio de difusión ya que recién se inicia el negocio y fue considerado por ser un medio relativamente económico en |
|------------------------------------|---|

| | |
|--|--|
| | comparación con la televisión. Conforme se incrementen nuestras ganancias aspiramos extender la campaña publicitaria. |
| <i>Uso de correo directo</i> | A través de nuestras cuentas de correo electrónico incentivaremos el consumo del producto con promociones como por ejemplo el envío de correos a nuevas direcciones y se premiará con un descuento en la compra. |
| <i>Promoción selectiva o masiva</i> | La promoción de nuestro producto se realizará de una manera masiva sin excluir a ningún consumidor. |

2.7.4.- Plaza

| | |
|--|---|
| <i>Selección del punto de venta</i> | Para nuestro caso requerimos de un sector altamente comercial, por tanto la ubicación más conveniente para ésta franquicia es en el norte de la ciudad, |
|--|---|

| | |
|---|--|
| | <p>más específicamente en la ciudadela Alborada 9na. Etapa debido a que es un lugar que cumple con los requisitos de la franquicia.</p> |
| <i>Permisos para el funcionamiento</i> | <p>Se deben obtener para el funcionamiento del local los siguientes permisos: el RUC, el registro mercantil, municipales, de salud pública y entre otros que fueron detallados en el capítulo uno.</p> |



CAPITULO 3

ESTRUCTURA DEL COSTO

3.1. -MATERIALES DIRECTOS

3.1.1. - Producto principal: burritos

3.1.1.1. - Tiempos de Preparación y armado de los ingredientes

Para la preparación se necesita medir el peso requerido, tiempo de cocción, costos por ingredientes; además de la receta que da el distintivo sabor de otros burritos. New York Burritos ofrece variedad de burritos, para satisfacer el gusto de las personas, hemos escogido tres de esta variedad: Carne de Res, Pollo y Camarón, según el resultado de las encuestas.

El ensayo realizado para la preparación de cada burrito nos dio como resultado que tendremos un tiempo de armado de dos minutos por burrito (una vez todos los ingredientes estén en su punto). A continuación se detalla en el cuadro 3.1.1.1

CUADRO 3.1.1.1

| TIEMPOS DE PREPARACIÓN DE INGREDIENTES DE BURRITOS | | | | | |
|---|---------|----------------|--------------|----------------|----------------|
| INGREDIENTES | PESOS | TIEMPO INICIAL | TIEMPO FINAL | TIEMPO COCCIÓN | |
| Frejol (1/2 lt. Agua) | 1lb. | 17:33 | 19:15 | | HORAS 01:42 |
| Tiempos internos del Frejol | | | | | |
| Cebolla Colorada | 200grs. | 17:33 | 19:15 | | 00:00 |
| Pimiento | 100grs. | 17:33 | 19:15 | | 00:00 |
| Sal | 100grs. | 17:33 | 19:15 | | 00:00 |
| Aceite (1 cucharada) | 14grs. | 17:33 | 19:15 | | 00:00 |
| Achiote(1/2 cucharada) | 7grs. | 17:33 | 19:15 | | 00:00 |
| Pollo | 1lb. | 20:01 | 20:35 | | 00:34 |
| Carne de Res | 1/2lb. | 20:01 | 21:01 | | 01:00 |
| Camarones | 1lb. | 20:38 | 21:05 | | 00:27 |

ELABORADO: POR LOS AUTORES

TIEMPO DE ARMADO DE BURRITOS

2 MINUTOS

3.1.2.- Ensaladas y adicionales

3.1.2.1. - Tiempos de Preparación y armado de los ingredientes

Así mismo, para las ensaladas y las salsas que las acompañan se realizó un ensayo; el cual nos permitió observar el tiempo de inicio y fin de cocción de cada una de ellas, se lavaron cuidadosamente, se pesaron, y se picaron para luego proceder a la preparación. También tenemos variedad de ensaladas, escogimos: la vegetariana, para aquellas personas que siguen un régimen alimenticio bastante saludable; la Bourbon dedicada a paladares que no les gusta la cebolla, puesto que se omite en su preparación; y finalmente la ensalada César que en el mercado ya posee una aceptación bastante buena, además de ser muy rica y mixta en sus ingredientes. Ver cuadro 3.1.1.2 a continuación.



CUADRO 3.1.2.1

| TIEMPOS DE PREPARACIÓN DE INGREDIENTES DE ENSALADAS | | | | |
|--|--------------|-----------------------|---------------------|--------------------------|
| INGREDIENTES | PESOS | TIEMPO INICIAL | TIEMPO FINAL | TIEMPO DE COCCIÓN |
| Frejol (1/2 lt. Agua) | 1lb. | 17:00 | 18:42 | HORAS 01:42 |
| Tiempos internos del Frejol | | | | |
| Cebolla Colorada | 200grs. | 17:00 | 18:42 | 00:00 |
| Pimiento | 100grs. | 17:00 | 18:42 | 00:00 |
| Sal | 100grs. | 17:00 | 18:42 | 00:00 |
| Aceite (1 cucharada) | 14grs. | 17:00 | 18:42 | 00:00 |
| Achiote(1/2 cucharada) | 7grs. | 17:00 | 18:42 | 00:00 |
| Pollo (aliñado, en horno) | 1 lb. | 17:15 | 17:36 | 00:21 |

ELABORADO: POR LOS AUTORES

El tiempo de armado de las ensaladas (una vez estén listos cada uno de los ingredientes) es de 3 minutos; se demora un poquito más que los burritos porque se debe mezclar bien los vegetales para que su sabor sea uniforme. Todas las equivalencias utilizadas se detallan en el Anexo # 7.

Ver en el cuadro 3.1.2.2 el detalle de los ingredientes, sus tiempos y pesos.

CUADRO 3.1.2.2

| ENSALADAS | | | | |
|----------------------------|----------|----------------|--------------|---------------------------------|
| INGREDIENTES | PESOS | TIEMPO INICIAL | TIEMPO FINAL | TIEMPO REQUERIDO DE PREPARACIÓN |
| | | HORAS | | |
| Lechuga (lavada y picada) | 200 grs. | 17:20 | 17:25 | 00:05 |
| Tomate (lavado y picado) | 1 lb. | 17:30 | 17:35 | 00:05 |
| Cebolla (lavada y picada) | 1 lb. | 17:40 | 17:45 | 00:05 |
| Pimiento (lavado y picado) | 1 lb | 17:50 | 17:55 | 00:05 |
| SALSAS | | | | |
| INGREDIENTES | PESOS | TIEMPO INICIAL | TIEMPO FINAL | TIEMPO REQUERIDO DE PREPARACIÓN |
| Queso | | LICUAR | | |
| Queso (picado) | 500 grs. | 18:00 | 18:05 | 00:05 |
| Crema de Leche | 100 grs. | 18:02 | 18:05 | 00:03 |
| Mostaza | 100 grs. | 18:02 | 18:05 | 00:03 |
| Guacamole | | LICUAR | | |
| Aguacate (picado) | 500 grs. | 18:05 | 18:10 | 00:05 |
| Cebolla Blanca (picado) | 10 grs. | 18:10 | 18:15 | 00:05 |
| Aceite | 14 grs. | | | 00:00 |
| Sal | 8 grs. | | | 00:00 |
| Barbecue | | LICUAR | | |
| Tiempos internos | | | | |
| Pasta de tomate | 500 grs. | | | 00:00 |
| Paprika | 5 grs. | | | 00:00 |
| Azúcar | 10 grs. | | | 00:00 |
| Sal | 5 grs. | | | 00:00 |
| Especias | 5 grs. | | | 00:00 |
| Mostaza | 10 grs. | | | 00:00 |

ELABORADO: POR LOS AUTORES

3.1.3.- Costos de los materiales directos

Tomamos todos los ingredientes por separado, medimos sus pesos y luego dividimos para el número de personas que rinde su respectivo peso; así tendremos un costo unitario general (por medida y persona).

Ver los cuadros 3.1.3.1 para el desglose de datos para burritos de carne de res, cuadro 3.1.3.2 para burritos de pollo, cuadro 3.1.3.3 para los de camarón; y el cuadro 3.1.3.4 para el desglose de datos para la ensalada vegetariana, cuadro 3.1.3.5 para la César, cuadro 3.1.3.6 para la Bourbon y cuadro 3.1.3.7 para las salsas de queso, guacamole y barbecue.

MATERIALES DIRECTOS DE BURRITOS

CUADRO 3.1.3.1

| BURRITO DE CARNE DE RES | | | |
|-------------------------|------------------|------------|---------------------|
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Came | \$2/lb. | 6 | \$0,333/75.5 grs. |
| Frejol | \$0,8/lb | 6 | \$0,133/75.5 grs. |
| Envoltura | \$1/12 Unds. | 12 | \$0,08/Unid. |
| Pimiento | \$0,2/100 grs. | 8 | \$0,025/12,5 grs. |
| Cebolla colorada | \$0,08/200 grs. | 8 | \$0,01/25 grs. |
| Refrito de Tomate | \$0,58/250 ml. | 8 | \$0,0725/31,25 ml |
| Sal (4 cucharadas) | \$0,17/500 grs. | 8 | \$0,00068/2 grs. |
| Mayonesa | \$0,76/200 grs. | 8 | \$0,095/25 grs. |
| Salsa de tomate | \$0,25/100 grs. | 8 | \$0,031/8,33 grs. |
| Aceite (1 cucharada) | \$1,29/lit | 8 | \$0,00241/1,75 grs |
| Achiote (1/2 cucharada) | \$0,99/1/2 lt. | 8 | \$0,00185/0,875 grs |
| Lechga | \$0,1/Unid. | 3 | \$0,033/Unid. |
| Rancherito | \$0,12/ 2 sobres | 8 | \$0,015 |
| TOTAL | | | 0,83 |

ELABORADO: POR LOS AUTORES



MATERIALES DIRECTOS DE BURRITOS

CUADRO 3.1.3.2

| BURRITO DE POLLO | | | |
|-------------------------|------------------|-------------------|---------------------|
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Pollo | \$1/lb | 6 | \$0,1667/75.5 grs |
| Frejol | \$0,8/lb | 6 | \$0,133/75.5 grs. |
| Envoltura | \$1/12 Unds. | 12 | \$0,08/Unid. |
| Pimiento | \$0,2/100 grs. | 8 | \$0,025/12,5 grs. |
| Cebolla colorada | \$0,08/200 grs. | 8 | \$0,01/25 grs. |
| Refrito de Tomate | \$0,58/250 ml. | 8 | \$0,0725/31,25 ml |
| Sal (4 cucharadas) | \$0,17/500 grs. | 8 | \$0,00068/2 grs. |
| Mayonesa | \$0,76/200 grs. | 8 | \$0,095/25 grs. |
| Salsa de tomate | \$0,25/100 grs. | 8 | \$0,031/8,33 grs. |
| Aceite (1 cucharada) | \$1,29/lit | 8 | \$0,00241/1,75 grs |
| Achiote (1/2 cucharada) | \$0,99/1/2 lt. | 8 | \$0,00185/0,875 grs |
| Lechuga | \$0,1/Unid. | 3 | \$0,033/Unid. |
| Rancherito | \$0,12/ 2 sobres | 8 | \$0,015 |
| TOTAL | | | 0,67 |

ELABORADO: POR LOS AUTORES



MATERIALES DIRECTOS DE BURRITOS

CUADRO 3.1.3.3

| BURRITO DE CAMARÓN | | | |
|-------------------------|------------------|------------|---------------------|
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Camaron | \$3,5/lb | 6 | \$0,58/75.5 grs. |
| Frejol | \$0,8/lb | 6 | \$0,133/75.5 grs. |
| Envoltura | \$1/12 Unds. | 12 | \$0,08/Unid. |
| Pimiento | \$0,2/100 grs. | 8 | \$0,025/12,5 grs. |
| Cebolla colorada | \$0,08/200 grs. | 8 | \$0,01/25 grs. |
| Refrito de Tomate | \$0,58/250 ml. | 8 | \$0,0725/31,25 ml |
| Sal (4 cucharadas) | \$0,17/500 grs. | 8 | \$0,00068/2 grs. |
| Mayonesa | \$0,76/200 grs. | 8 | \$0,095/25 grs. |
| Salsa de tomate | \$0,25/100 grs. | 8 | \$0,031/8,33 grs. |
| Aceite (1 cucharada) | \$1,29/lit | 8 | \$0,0024/1,75 grs |
| Achiote (1/2 cucharada) | \$0,99/1/2 lt. | 8 | \$0,00185/0,875 grs |
| Lechuga | \$0,1/Unid. | 3 | \$0,033/Unid. |
| Rancherito | \$0,12/ 2 sobres | 8 | \$0,015 |
| TOTAL | | | 1,08 |

ELABORADO: POR LOS AUTORES

MATERIALES DIRECTOS DE ENSALADAS

CUADRO 3.1.3.4

| VEGETARIANA | | | |
|----------------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Frejol | \$0,8/lb | 16 | \$0,05/16,68 grs. |
| Vinagre | \$0.5/lt. | 15 | \$0.0148/28 grs. |
| Pimiento | \$0,15/Lb. | 15 | \$0,01/30.2 grs. |
| Cebolla colorada | \$0,15/Lb. | 15 | \$0,01/30.2 grs. |
| Limón (1 unidad) | \$0.33/20 unids | 15 | \$0.0165/ unid. |
| Sal (1/2 cucharadas) | \$0,17/500 grs. | 15 | \$0,0113/2 grs. |
| Aceite (1 cucharada) | \$1,29/lt | 8 | \$0,0024/1,75 grs |
| Lechuga | \$0,30/200 grs. | 15 | \$0,02/13.33 grs. |
| Tomate | \$0.30/Lb. | 15 | \$0.02/30.2 grs. |
| TOTAL | | | 0,155 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

MATERIALES DIRECTOS DE ENSALADAS

CUADRO 3.1.3.5

| CÉSAR | | | |
|----------------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Pollo | \$1/lb | 8 | \$0,125/56.625 grs |
| Tomate | \$0.30/Lb. | 15 | \$0.02/30.2 grs. |
| Vinagre | \$0.5/lt. | 15 | \$0.0148/28 grs. |
| Pimiento | \$0,15/Lb. | 15 | \$0,01/30.2 grs. |
| Cebolla colorada | \$0,15/Lb. | 15 | \$0,01/30.2 grs. |
| Limón (1 unidad) | \$0.33/20 unids | 15 | \$0.0165/ unid. |
| Sal (1/2 cucharadas) | \$0,17/500 grs. | 15 | \$0,0113/2 grs. |
| Aceite (1 cucharada) | \$1,29/lt | 8 | \$0,00241/1,75 grs |
| Lechuga | \$0,30/200 grs. | 15 | \$0,02/13.33 grs. |
| TOTAL | | | 0,36 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

MATERIALES DIRECTOS DE ENSALADAS

CUADRO 3.1.3.6

| BOURBON | | | |
|----------------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Pollo | \$1/lb | 8 | \$0,125/56.625 grs |
| Frejol | \$0,8/lb | 16 | \$0,05/16,68 grs. |
| Limón | \$0.33/20 unids | 15 | \$0.0165/ unid. |
| Vinagre | \$0.5/lt. | 15 | \$0.0148/28 grs. |
| Tomate | \$0.30/Lb. | 15 | \$0.02/30.2 grs. |
| Sal (1/2 cucharadas) | \$0,17/500 grs. | 15 | \$0,0113/2 grs. |
| Aceite (1 cucharada) | \$1,29/lt | 8 | \$0,0024/1,75 grs |
| Lechuga | \$0,30/200 grs. | 15 | \$0,02/13.33 grs. |
| TOTAL | | | 0,26 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

MATERIALES DIRECTOS DE ENSALADAS

CUADRO 3.1.3.7

| QUESO | | | |
|------------------|-----------------|-------------------|---------------------|
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Queso | \$2.10/500grs. | 15 | \$0,14/33.33 grs. |
| Mostaza | \$0.25/100grs. | 15 | \$0.016/6.7grs. |
| Crema de leche | \$0.68/100grs. | 15 | \$0.0453/6.7grs. |
| TOTAL | | | 0,20 |
| GUACAMOLE | | | |
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Aguacate | \$1.20/500grs. | 15 | \$0,08/33.3333grs |
| Cebolla Blanca | \$0,08/200 grs. | 8 | \$0,01/25 grs. |
| Aceite | \$1,29/lit | 8 | \$0,00241/1,75 grs |
| Sal (1/2 cdas.) | \$0,17/500 grs. | 15 | \$0,0113/2 grs. |
| TOTAL | | | 0,10 |
| BARBECUE | | | |
| | COSTO | # Personas | C.U. (US\$) |
| Pasta de tomate | \$0,25/100 grs. | 8 | \$0,031/8,33 grs. |
| Paprika | \$0.20/5grs. | 15 | \$0.0133/0.3333grs. |
| Azúcar | \$0.20/lbr. | 15 | \$0.0133/0.0667grs. |
| Sal (1/2 cdas.) | \$0,17/500 grs. | 15 | \$0,0113/2 grs. |
| Especias | \$0.20/5grs. | 15 | \$0.0133/0.3333grs. |
| Mostaza | \$0.25/100grs. | 15 | \$0.016/6.7grs. |
| TOTAL | | | 0,10 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

3.2. – MANO DE OBRA DIRECTA

Es el personal contratado para lograr el producto terminado, está integrado por dos cocineros y dos asistentes de cocina, en la cual solo gozan de beneficios el personal de planta, mientras los de contrato ganarán sus honorarios, estos últimos tendrán la función de relevos, dentro del contrato se estipulará que ganarán adicionalmente de su salario, transporte y alimentación.

Establecemos el horario de trabajo en la tabla 3.2.1. Y también va el detalle de transporte, que se pagará al personal en general; estableciendo que tomen como lo determina la Ley¹



¹ Decreto Ley N° 19, publicada en el R.O. N° 360, de 22-I-86; Decreto Ley N° 1,066, publicada en el R.O N° 314, de 14-XI-89

CUADRO 3.2.1

| DÍAS LABORABLES | HORARIO | HORAS | | | |
|--------------------|---------------|---------|-----------|-----------|---------|
| | | DIARIAS | SEMANALES | MENSUALES | ANUALES |
| D - J | 12:00 - 22:00 | 10 | 50 | 200 | 2400 |
| V y S | 12:00 - 2:00 | 14 | 28 | 112 | 1344 |
| TOTAL | | 11 | 78 | 312 | 3744 |

ELABORADO POR: AUTORES

CUADRO 3.2.2

| *TRANSPORTE | POPULAR US\$ | # DE CARROS | DIARIO US\$ | SEMANAL US\$ | MENSUAL US\$ | ANUAL US\$ |
|-------------|-----------------|-------------|----------------|-----------------|-----------------|---------------|
| D - J | 0,14 | 4 | 0,56 | 2,8 | 11,2 | 134,4 |
| Viernes | 0,14 | 4 | 0,56 | 2,24 | 8,96 | 107,52 |
| Sábado | 0,14 | 4 | 0,56 | 2,24 | 8,96 | 107,52 |

ELABORADO POR: AUTORES

| MANO DE OBRA DIRECTA | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|-------------|-----------------|---------------|------------------|---------------------|--------------|----------------|-------------|----------------|---------------|-------------|-------------|
| COCINEROS (Planta: Domingos a Jueves y Sábados, Relevo: Viernes) | | | | | | | | | | | | | |
| | COSTO POR | | HORAS SEMANALES | HORAS LEGALES | HORAS EXTRAS (b) | PAGO SEM. | | HORAS EXTRAS | PAGO SEM. | | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL | TOTAL ANUAL |
| | US\$ | HRS. EXTRAS | | | | US\$ | HRS. LEGALES | | US\$ | HRS. EXTRAS | | | |
| D - J | 0,8 | 1,2 | 50 | 40 | 10 | 32 | 12 | 176 | 12 | 176 | 2.112,00 | 2.112,00 | |
| Viernes | 0,8 | 1,2 | 14 | 8 | 6 | 6,4 | 7,2 | 54,4 | 7,2 | 54,4 | 652,80 | 652,80 | |
| Sábado | 0,8 | 1,2 | 14 | 8 | 6 | 6,4 | 7,2 | 54,4 | 7,2 | 54,4 | 652,80 | 652,80 | |
| REMUNERACIÓN MENSUAL (US\$) | | | | | | | | | | | | | |
| | SUELDO | BONO | *TRANSPORTE | ALIMENTACIÓN | DÉCIMO CUARTO | COMPONENTE SALARIAL | SUBTOTAL | DÉCIMO TERCERO | SUBTOTAL | DÉCIMO TERCERO | TOTAL | TOTAL | TOTAL |
| COCINERO | | | | | | | | | | | | | |
| DE PLANTA | 230,40 | 76,80 | 13,44 | 30,00 | 8,73 | 8,00 | 367,37 | 30,61 | 367,37 | 30,61 | 397,99 | 397,99 | |
| COCINERO | | | | | | | | | | | | | |
| RELEVO | 54,4 | 28,8 | 13,44 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | 126,64 | 0,00 | 126,64 | 0,00 | 126,64 | 126,64 | |
| AYUDANTES DE COCINA (Planta: Domingos a Jueves y Sábados, Relevo: Viernes) | | | | | | | | | | | | | |
| | COSTO POR | COSTO POR | HORAS SEMANALES | HORAS LEGALES | HORAS EXTRAS (b) | PAGO SEM. | | HORAS EXTRAS | PAGO SEM. | | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL | TOTAL ANUAL |
| | US\$ | HRS. EXTRAS | c = a+b | (a) | (b) | US\$ | HRS. LEGALES | US\$ | HRS. EXTRAS | US\$ | US\$ | US\$ | US\$ |
| D - J | 0,6 | 0,9 | 50 | 40 | 10 | 24 | 9 | 132 | 9 | 132 | 1.584,00 | 1.584,00 | |
| Viernes | 0,6 | 0,9 | 14 | 8 | 6 | 4,8 | 5,4 | 40,8 | 5,4 | 40,8 | 489,60 | 489,60 | |
| Sábado | 0,6 | 0,9 | 14 | 8 | 6 | 4,8 | 5,4 | 40,8 | 5,4 | 40,8 | 489,60 | 489,60 | |
| REMUNERACIÓN MENSUAL (US\$) | | | | | | | | | | | | | |
| | SUELDO | BONO | *TRANSPORTE | ALIMENTACIÓN | DÉCIMO CUARTO | COMPONENTE SALARIAL | SUBTOTAL | DÉCIMO TERCERO | SUBTOTAL | DÉCIMO TERCERO | TOTAL | TOTAL | TOTAL |
| AYUDANTE | | | | | | | | | | | | | |
| DE PLANTA | 172,80 | 57,60 | 13,44 | 30,00 | 8,73 | 8,00 | 290,57 | 24,21 | 290,57 | 24,21 | 314,79 | 314,79 | |
| AYUDANTE | | | | | | | | | | | | | |
| RELEVO | 40,8 | 21,6 | 13,44 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | 105,84 | 0,00 | 105,84 | 0,00 | 105,84 | 105,84 | |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Seguando la Ley del Código de Trabajo pasadas las ocho horas diarias de trabajo, se pagará como horas extra teniendo un valor asignado por nosotros US \$ 1.20 la hora y como hora normal US \$ 0.80 la hora. Y el personal de planta con todos los beneficios que estipula la Ley.

El costo de la mano de obra por burrito del cocinero y del ayudante nos permite obtener un valor general (US \$ 0.07 la mano de obra por burrito); con el cual conocemos cuanto nos cuesta pagarle al personal que se ocupa sólo de la producción por burrito. Recordando el tiempo de armado por burrito es de dos minutos, se estima que por hora se realizarán treinta burritos, y por ende así en el día llegar a un promedio aproximado de trescientos burritos.

CUADRO 3.2.4 Mano de Obra Directa por Burrito

| PERSONAL PLANTA CONTRATO TOTAL | COSTO | | SUELDO | | COSTO | | BURRITOS POR HORA |
|---|----------|--|---------|--|-----------------|--|----------------------|
| | POR HORA | | MENSUAL | | M.O por Burrito | | |
| | 1,2 | | 712,78 | | 0,04 | | |
| | 0,9 | | 232,48 | | 0,03 | | |
| | 2,1 | | 945,26 | | 0,07 | | 30 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

3.3.- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos indirectos son los que representan a todos los materiales, herramientas, equipos o maquinarias y mano de obra que asisten con la producción final del producto, estos no son parte del producto pero se los contabiliza por que dan un valor agregado al mismo; es un soporte para el valor del producto final.

3.3.1.- Generales Indirectos

Los generales indirectos está conformado por las herramientas y equipos y/o maquinarias: como lo son los cuchillos, cucharones, la energía eléctrica, olla a presión, cocina, licuadora, acondicionador de aire. Aunque no se puede precisar el valor exacto que le corresponde a cada burrito, hemos asignado y amortizado el costo unitario prorrateado al año de uso y según las unidades. Por ejemplo, para los equipos y / o maquinaria se tomó su costo y se lo dividió para la vida útil dando como resultado su valor por amortizar anualmente.

Ver en el cuadro 3.3.1.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

CUADRO 3.3.1

| HERRAMIENTAS | GENERALES INDIRECTOS | |
|------------------------|----------------------|---------------------|
| | Unds. ANUAL | COSTO US\$ |
| Cuchillos | 4 | 6.48 |
| Cucharas | 3 | 2.78 |
| Tabla de picar | 6 | 18.18 |
| Afilador | 2 | 6.10 |
| Cucharones | 2 | 4.06 |
| Espátula | 2 | 5.28 |
| Recipientes | 10 | 20.00 |
| Energía Eléctrica | 12 | 3,600.00 |
| TOTAL ANUAL | | 3,662.88 |
| TOTAL MENSUAL | ASIGNACIÓN | 305.24 |
| EQUIPOS/MAQ. | COSTO | AMORTIZACIÓN |
| | US\$ | ANUAL |
| Cocina | 400.96 | 40.10 |
| Congelador | 655.20 | 131.04 |
| Acondicionador de aire | 4,731.00 | 946.20 |
| Olla a presión | 30.82 | 10.27 |
| Licuadora | 47.77 | 9.55 |
| TOTAL ANUAL | | 1,137.16 |
| TOTAL MENSUAL | | 94.76 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES



3.3.2.- Mano de Obra Indirecta

El personal asignado para este rubro es el de limpieza, motivo por el cual nos ayuda con el aseo del local, y en si con la cocina, lugar principal para la elaboración del producto (burrito, ensaladas, salsas, etc). Se resolvió pagarle la cantidad de US \$ 120 que, sumado con los beneficios legales da un total de US \$ 195,19.

3.3.3.- Materiales Indirectos

Se detalla todas los materiales indirectos como lo son los manteles, jabones, servilletas, escoba; se estimaron cantidades

CUADRO 3.3.3

| MATERIALES INDIRECTOS | | | |
|----------------------------------|------------------|----------------|-----------------------|
| DESCRIPCIÓN | Unds. Por mes | PRECIO US\$ | ASIGNACIÓN Por mes |
| Servilleta (300 UNIDADES) | 30 | 18,90 | 18,90 |
| Franelas | 1 | 2,80 | 2,80 |
| Manteles (vienen 2) | 2 | 2,50 | 2,50 |
| Espojas (vienen 2) | 2 | 0,60 | 0,60 |
| Trapeador | 2 | 4,53 | 4,53 |
| Escoba | 2 | 4,95 | 4,95 |
| Tachos de basura (dura 12 meses) | 2 | 10,00 | 0,83 |
| Fundas de basura | 30 | 2,64 | 2,64 |
| Jabones (1xDIA) | 28 | 7,00 | 7,00 |
| Cloro | 4 | 9,12 | 9,12 |
| Delantales (12 meses) | 2 | 6,00 | 0,50 |
| Mascarillas | 3 | 3,00 | 3,00 |
| Guantes | 3 | 3,00 | 3,00 |
| TOTAL MENSUAL | | 75,04 | 60,37 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

por usar aproximadamente al mes y luego se calculó su asignación respectiva. Ver cuadro 3.3.3 para la descripción de los mismos.

3.3.4.- Resumen de los Costos Indirectos de Fabricación

Una vez calculada la mano de obra indirecta, los materiales indirectos y los generales indirectos; podemos encontrar el C.I.F. por burrito. Este juicio de US \$ 655,56 es para soportar el esfuerzo de producción de un mes; luego para obtener el total por hora mensual, dividimos este valor para el número de horas totales mensuales de trabajo; finalmente a este resultado se lo divide para 30 burritos que se producen por hora. Ver cuadro 3.3.4.

CUADRO 3.3.4.

| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | |
|---|---------------|
| | US\$ |
| M.O.I.: Persona de Limpieza | 195,19 |
| Generales Indirectos | |
| Herramientas | 305,24 |
| Equipos | 94,76 |
| Materiales Indirectos | 60,37 |
| TOTAL MENSUAL | 655,57 |
| TOTAL POR HORA MENSUAL | 2,10 |
| (312 horas) | |
| C.I.F por Burrito | 0,07 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

3.4.- CUADRO DE RESUMEN DE LA ESTRUCTURA DEL COSTO

Se debe sumar cada una de las asignaciones respectivas siguiendo el orden de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación; con los cuales tendremos el total de costo por unidad de cada uno de los productos elaborados (Burritos, ensaladas y salsas). Una vez obtenido éste costo, determinamos que deseamos un margen de contribución por unidad para cada unidad adicional de venta del 100%; logrando unos precios de venta al público competitivo para el mercado consumidor potencial. También determinamos un margen de contribución promedio por producto para facilitar el cálculo del punto de equilibrio operativo. Ver el cuadro 3.4.

| ESTRUCTURA DEL COSTO | | | | |
|----------------------------|--------------|-----------|----------|--|
| BURRITOS | | | | |
| US\$ | CARNE DE RES | POLLO | CAMARÓN | |
| MATERIALES DIRECTOS | 0,83 | 0,67 | 1,08 | |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 0,07 | 0,07 | 0,07 | |
| C.I.F | 0,07 | 0,07 | 0,07 | |
| TOTAL (COSTO POR UNIDAD) | 0,97 | 0,81 | 1,22 | |
| M.C (100%) | 0,97 | 0,81 | 1,22 | |
| P.V.P | 1,95 | 1,61 | 2,44 | |
| M.C PROMEDIO POR BURRITO | 1,00 | 1,00 | 1,00 | |
| ENSALADAS | | | | |
| US\$ | VEGETARIANA | CÉSAR | BOURBON | |
| MATERIALES DIRECTOS | 0,16 | 0,36 | 0,26 | |
| TOTAL (COSTO POR UNIDAD) | 0,16 | 0,36 | 0,26 | |
| M.C (100%) | 0,16 | 0,36 | 0,26 | |
| P.V.P | 0,31 | 0,73 | 0,52 | |
| M.C PROMEDIO POR ENSALADAS | 0,26 | 0,26 | 0,26 | |
| SALSAS | | | | |
| US\$ | QUESO | GUACAMOLE | BARBECUE | |
| MATERIALES DIRECTOS | 0,20 | 0,10 | 0,10 | |
| TOTAL (COSTO POR UNIDAD) | 0,20 | 0,10 | 0,10 | |
| M.C (100%) | 0,20 | 0,10 | 0,10 | |
| P.V.P | 0,40 | 0,21 | 0,20 | |
| M.C PROMEDIO POR SALSAS | 0,13 | 0,13 | 0,13 | |

ELABORADO POR: LOS AUTORES



3.5.- PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO

3.5.1.- Costos Fijos

Son los costos que tendremos que financiar de nuestro patrimonio, ya que estos se generan independientemente haya o no la venta del producto, los valores son asignados por tener un intervalo de tiempo fijo y con pagos mensuales, bimensuales o semestrales, etc. Aquí se incluye la cuota inicial de la Franquicia (La Entrada, la Regalía , alquiler, sueldos de personal general, entrenamiento, publicidad, entre otros gastos que se incurren para desarrollo de nuestro negocio. Ver cuadro 3.5.1 para la descripción de los costos fijos.

CUADRO 3.5.1

| COSTOS FIJOS | | |
|-------------------|-----------------|------------------|
| DESCRIPCION | COSTO | COSTO |
| | MENSUAL | ANUAL |
| | US\$ | US\$ |
| ENTRADA | 1.666,67 | 20.000,00 |
| REGALIA | 625,00 | 7.500,00 |
| ALQUILER | 800,00 | 9.600,00 |
| SUELDOS | 813,06 | 9.756,76 |
| MOBILIARIO | 373,33 | 4.480,00 |
| CAJA REGISTRADORA | 83,33 | 1.000,00 |
| COMPUTADORA | 75,00 | 900,00 |
| TELEFONO | 80,00 | 960,00 |
| SUMINISTROS | 25,00 | 300,00 |
| PATENTE MUNICIPAL | 485,02 | 485,02 |
| PUBLICIDAD | 448,44 | 5.381,28 |
| TASA | 5,00 | 60,00 |
| ESTADÍA | 241,50 | 2.898,00 |
| PASAJES | 247,50 | 2.970,00 |
| TOTAL | 5.968,86 | 66.291,06 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

3.5.2.- Gráficas de Punto de Equilibrio Operativo para el Primer Año

3.5.2.1.- Tabla de las Unidades de Equilibrio Operativas del Producto Principal: Burritos

Las unidades de equilibrio son el resultado del cociente entre los costos fijos y el margen de contribución; dando como resultado ciento noventa y nueve unidades diarias, indicando que por cada incremento adicional de volumen arriba de las unidades de equilibrio hay un incremento en la utilidad; así mismo, cuando sea por de bajo de éstas unidades se incrementan las pérdidas.

CUADRO 3.5.2.1

| PUNTO EQUILIBRIO OPERATIVO PRIMER AÑO | | | |
|--|-----------------|----------------|--------------|
| DESCRIPCIÓN | BURRITOS | | |
| | DIARIO | MENSUAL | ANUAL |
| COSTO FIJO | 198,96 | 5.968,86 | 66.291,06 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| Unidades de Equilibrio | 199 | 5.970 | 66.307,39 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

3.5.2.2.- Gráfico y Análisis del Punto de Equilibrio Operativo de Burritos

Nuestro análisis tiene un fin operativo; por lo que el punto de equilibrio será el volumen de venta que se requiere para que los ingresos totales igualen a los costos de operación totales o para que las utilidades operativas sean cero. Este punto de equilibrio 5.970 unidades de producción (US \$ 11.937 en ventas por mes). Decidimos observar con mayor detalle el producto principal para nuestra franquicia.

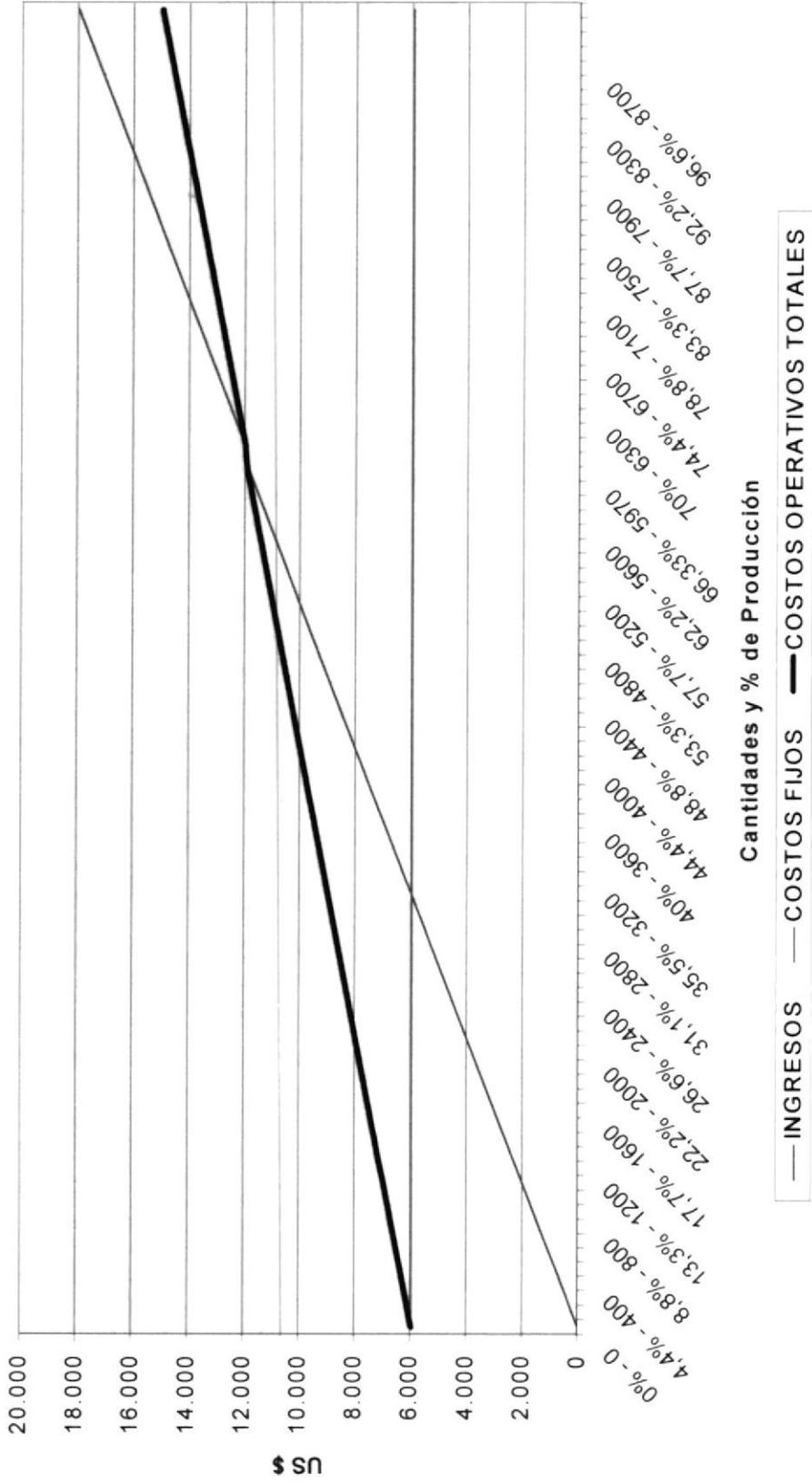
Como produciremos aproximadamente 30 burritos por hora y tenemos 10 horas laborales en promedio estimado nos da 300 burritos en el día, que al mes serían 9000 unidades (capacidad de producción).

Ver Gráfico 3.5.2.2 para descripción del Punto de Equilibrio y ver Anexo # 8 para descripción de los datos del Punto de Equilibrio.



GRÁFICO 3.5.2.2

PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO PARA LOS BURRITOS Y
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN



3.5.2.3.- Gráfico y Análisis de la Capacidad de Producción Nominal y Real

En éste caso nos enfocaremos en la capacidad de producción nominal y real de nuestro negocio de venta de burritos medida como porcentaje. Como mencionamos anteriormente nuestra capacidad de producción nominal es de 9000 burritos al mes, dado que, este valor representa el 100% del tope máximo que podemos llegar mientras nos mantenemos en los 2 minutos de tiempo para el armado de un burrito, si en algún momento este valor disminuye significará que nos estamos volviendo más eficientes en la producción de los mismos. Por otro lado en el punto de equilibrio operativo tenemos una producción de 5,970 burritos al mes, éste valor representa el 66 % de nuestra capacidad nominal; por tanto, la capacidad real nos genera un ingreso de \$11,937.

Ver Gráfico 3.5.2.2 para descripción de la Capacidad de Producción y ver Anexo # 9 para descripción de los datos de la Capacidad de Producción.

3.5.2.4. - Estimación del número de ensaladas

En el armado de ensaladas obtuvimos un tiempo de 3 minutos cuando los ingredientes están en su punto, en total de ensaladas por hora es de 20 unidades, se estima que en el día produciríamos 200 ensaladas diarias, y como nuestros precios son accesibles (mucho menores que la competencia) podríamos llegar a venderlas todas. Al mes tendríamos ingresos de US\$ 1,560; como nuestro negocio se concentra en la venta de burritos, las ensaladas al igual que las salsas son complemento del menú de New York Burrito que nos generarán ingresos adicionales.

3.5.3.- Gráficas de Punto de Equilibrio Operativos Segundo Año

3.5.3.1.- Cambio en los Costos Fijos del Segundo Año

Como para iniciar el negocio se requiere de una fuerte inversión inicial, es conveniente calcular un estimado de cómo sería nuestro punto de equilibrio ya que algunos costos fijos se incurren sólo para el primer año de operación; como lo es el



entrenamiento, cuota inicial de franquicia, mobiliario, entre otros; a continuación por medio del cuadro 3.5.3.1 detallaremos el cambio que se dio en los costos fijos y al mismo tiempo el efecto que ocasiona en el punto de equilibrio.

CUADRO 3.5.3

| COSTOS FIJOS 2do. Año | | | |
|------------------------------|-----------------|--------------|------------------|
| DESCRIPCION | COSTO | | COSTO |
| | MENSUAL | ANUAL | ANUAL |
| | US\$ | | US\$ |
| ENTRADA | 0,00 | | 0,00 |
| REGALIA | 625,00 | | 7.500,00 |
| ALQUILER | 800,00 | | 9.600,00 |
| SUELDOS | 813,06 | | 9.756,76 |
| MOBILIARIO | 0,00 | | 0,00 |
| CAJA REGISTRADORA | 83,33 | | 1.000,00 |
| COMPUTADORA | 75,00 | | 900,00 |
| TELEFONO | 80,00 | | 960,00 |
| SUMINISTROS | 25,00 | | 300,00 |
| PATENTE MUNICIPAL | 0,00 | | 0,00 |
| PUBLICIDAD | 0,00 | | 0,00 |
| TASA | 0,00 | | 0,00 |
| ESTADÍA | 0,00 | | 0,00 |
| PASAJES | 0,00 | | 0,00 |
| TOTAL | 2.501,40 | | 30.016,76 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

3.5.3.2.- Análisis del Punto de Equilibrio Operativo para el Segundo Año

Para el segundo año operativo, dado el cambio mencionado anteriormente, en los costos fijos la producción en punto de equilibrio del producto principal del negocio se reduce, debido a que los costos fijos disminuyeron a US\$ 2,501.4. Son 2,501 unidades mensuales de burritos que debemos vender para el segundo año; que a partir de ellas, cada incremento adicional de volumen arriba de las unidades de equilibrio hay un incremento en la utilidad; así mismo, cuando estas unidades bajan se incrementan las pérdidas, comparado con las 5,970 unidades que se vendieron en los meses del primer año operativo, nos generará ingresos de US\$ 5,023 para el segundo año. Ver cuadro 3.5.3.2 y gráfico 3.5.3.2.

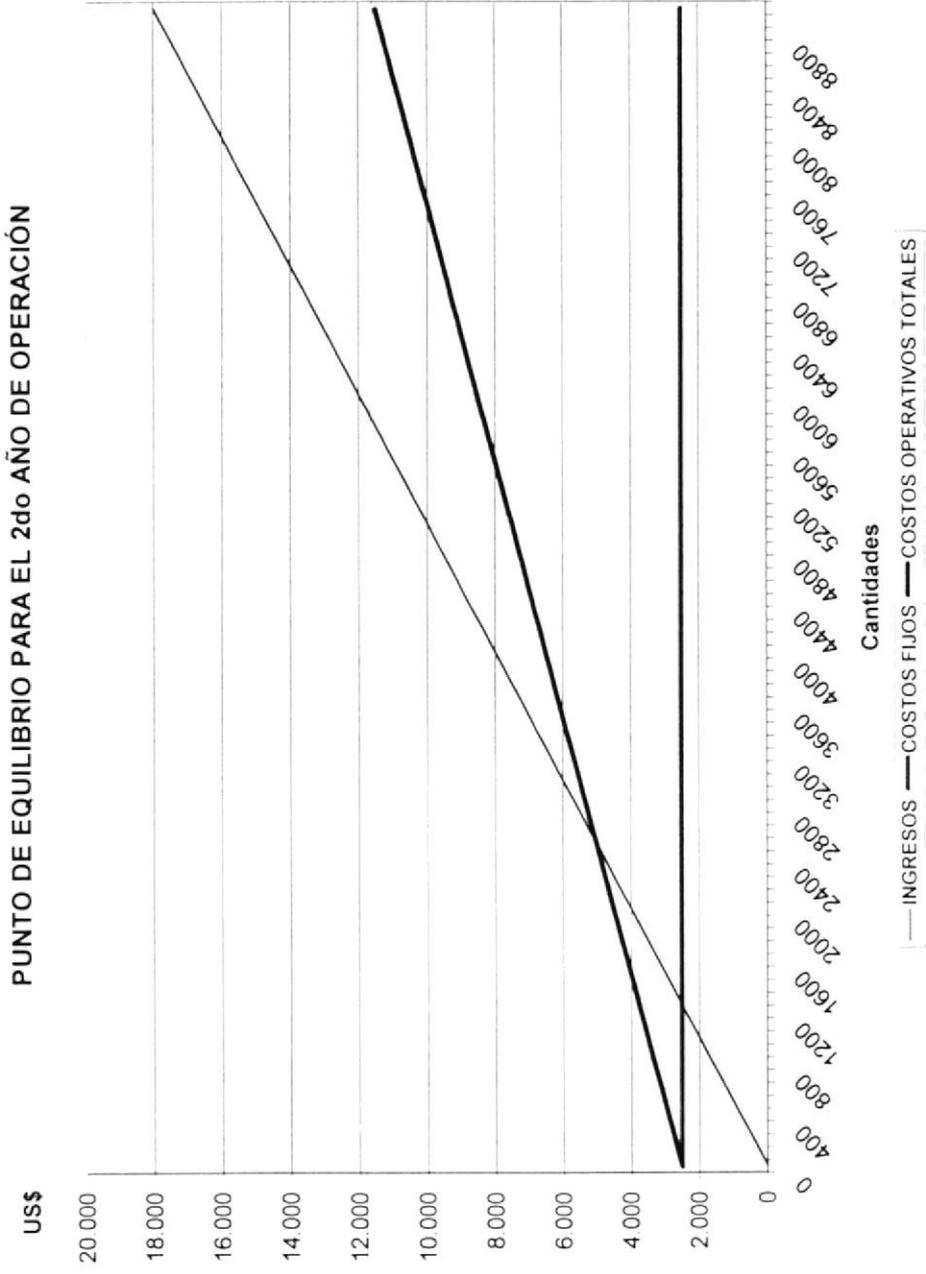


CUADRO 3.5.3.2

| PUNTO EQUILIBRIO OPERATIVO 2do AÑO | | | |
|---|-----------------|----------------|--------------|
| DESCRIPCIÓN | BURRITOS | | |
| | DIARIO | MENSUAL | ANUAL |
| COSTO FIJO | 83,38 | 2.501,40 | 30.016,76 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| Unidades de Equilibrio | 83 | 2.502 | 30.024 |

ELABORADO POR LOS AUTORES

GRÁFICO 3.5.3.2





CAPITULO 4

VALORIZACIÓN FINANCIERA DE LA ADQUISICIÓN DE LA FRANQUICIA “NEW YORK BURRITO”

4.1. - ESTRUCTURA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS (PÉRDIDAS Y GANANCIAS Y BALANCE GENERAL)

4.1.1.- Inversiones y financiamiento

Para la incorporación de éste negocio de comidas rápidas se decidió determinar una vida útil de 10 años; por muchos factores entre los principales:

- La franquicia “New York Burrito”, tiene una vigencia de 10 años; con opción a renovación de contrato, luego de que los administradores principales realicen una evaluación del manejo de la franquicia durante aquél tiempo de actividad.

- La cocina industrial tiene una vida útil de 10 años, caja registradora, congelador y acondicionador de aire central, tienen una vida útil en promedio de 5 años, y por último la computadora, olla a presión y licuadora que tienen una vida útil de 3 años.

4.1.1.1.- Inversiones

La inversión inicial del Proyecto Adquisición e instauración de la Franquicia New York Burrito en el sector de Guayaquil, está conformada por los activos reales, los cuales son: el activo intangible y los activos fijos, se toma en cuenta como activo intangible la entrada de la franquicia que es el derecho de marca que es indispensable su inclusión al momento de realizar la inversión (además, el banco será quien le pague directamente a New York Burrito la cuota inicial nosotros) y Otros Requerimientos Iniciales, como se detallan a continuación:

4.1.1.1.1.- Activos Reales: Intangible y Fijos

Para la instauración de este proyecto se debe incorporar en el primer año los activos fijos que serían: Cocina industrial, Acondicionador de aire central,

CUADRO 4.1.1.1.1

| ACTIVOS REALES | |
|--------------------------------|------------------|
| ACTIVO INTANGIBLE | US \$ |
| Entrada de Franquicia | 20,000.00 |
| ACTIVOS FIJOS | |
| Cocina Industrial | 400.96 |
| Acondicionador de aire central | 4,731.00 |
| Congelador | 655.20 |
| Computador | 900.00 |
| Caja registradora | 1,000.00 |
| Mobiliario | 4,480.00 |
| Olla a presión | 30.82 |
| Licuadora | 47.77 |
| Total | 32,245.75 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Computadora, Congelador, Caja registradora, Olla a Presión, Licuadora, y Mobiliario. Como del activo intangible del derecho de franquicia o marca. Ver cuadro 4.1.1.1.1.

4.1.1.1.2.- Otros Requerimientos Iniciales

Está representado por los costos operativos, gastos administrativos y generales; los mismos que serán utilizados para financiar los costos al inicio del proyecto. En los siguientes años los costos en que se incurran se irán reponiendo conforme se den los ingresos.

El rubro de Otros Requerimientos Iniciales asciende a la cantidad de US\$11,107.01 para realizar la inversión inicial que corresponde a la puesta en marcha del proyecto. Ver cuadro 4.1.1.1.2.1

CUADRO 4.1.1.1.2.1

| OTROS REQUERIMIENTOS INICIALES | Mes 1 |
|--|------------------|
| CAPITAL INICIAL | |
| Costos en total (burritos, ensaladas, salsas, bebidas) | 7.287,08 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | |
| Sueldos | 813,06 |
| Alquiler | 800,00 |
| Regalía | 625,00 |
| Servicios básicos | 80,00 |
| Publicidad | 448,44 |
| Entrenamiento | 988,00 |
| Varios | 40,42 |
| Suministros de Oficina | 25,00 |
| subtotal | 3.819,92 |
| TOTAL | 11.107,01 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

En sí la inversión inicial está compuesta por dos rubros importantes que se sintetizan a continuación. Ver cuadro 4.1.1.1.2.2

CUADRO 4.1.1.1.2.2

| INVERSIÓN INICIAL | US \$ |
|-----------------------------------|------------------|
| Activos Reales | 32,245.75 |
| Otros requerimientos | 11,107.01 |
| Total de Inversión Inicial | 43,352.76 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

4.1.1.2.- Financiamiento

Se tomará en cuenta, que cada vez es más complicado conseguir fuentes de financiamiento por lo que se ha previsto iniciar el proyecto con recursos financieros provenientes del crédito a través de la banca privada y con recursos propios; y en lo posterior a medida que va creciendo el negocio con recursos económicos cubiertos por los ingresos por ventas. Ver cuadro 4.1.1.2

4.1.1.2.1.- Aporte de Capital

Para el inicio del proyecto los inversionistas deberán aportar con un capital de US\$ 23,352.76 lo que representa un 54% de la inversión inicial y el resto de la inversión se obtendrá vía crédito.

4.1.1.2.2.- Crédito

El resto de la inversión inicial del proyecto se realizará con un crédito con la banca privada por un valor de US\$ 20,000; representando un 46% de la inversión inicial. La tasa anual está considerada en un 18% con un plazo de 5 años, con pagos anuales.

CUADRO 4.1.1.2 RESUMEN FINANCIAMIENTO

| US \$ | % | Concepto |
|-----------|------|------------------------------|
| 23.352,76 | 54% | Aporte de Capital |
| 20.000,00 | 46% | Préstamo |
| 43.352,76 | 100% | Total Inversión del Proyecto |

ELABORADO POR: LOS AUTORES



4.1.2. - PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS

El cálculo del ingreso por ventas, fue detallado con la Estructura de Costos realizada en el capítulo anterior, por medio del cual podemos estimar el estado de pérdidas y ganancias; junto con la ayuda de los costos fijos (ver anexo # 10) para obtener un punto de equilibrio financiero. Luego, se designó el precio de venta promedio para: burrito, ensalada, salsa; ya que tenemos variedad de burritos. Las bebidas serán distribuidas por la Compañía de Coca Cola, la cual nos da un costo de US\$ 0.40 (en promedio)

por cola; nosotros estamos dispuestos a venderlas al mismo precio. El menú de New York Burrito se detalla en el Anexo # 10

4.1.3.- PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Es preciso recalcar que para estimar el costo de cada producto, realizamos una prueba de ensayo para conocer el tiempo de cocción, preparación y armado de los productos. Adquirimos cotizaciones de los principales activos, ver anexo # 11. Los gastos administrativos se detallan más adelante.

4.1.3.1.- Depreciación

La depreciación se la calculó considerando que nuestros activos fijos se deprecian a 10 años, 3 años y en 5 años; dependiendo del activo fijo. El valor de salvamento para el último año es del 20% del valor de los equipos. Ver cuadro 4.1.3.1.1

CUADRO 4.1.3.1.1

DEPRECIACIÓN

| RUBRO | Valor US\$ | Vida Útil años | Valor de Salvamento | Depreciación US\$ |
|--------------------------------|---------------|-------------------|------------------------|----------------------|
| Cocina Industrial | 400,96 | 10 | 80,19 | 32,08 |
| Acondicionador de aire central | 4.731,00 | 5 | 946,20 | 756,96 |
| Congelador | 655,20 | 5 | 131,04 | 104,83 |
| Computadora | 900,00 | 3 | 180,00 | 240,00 |
| Caja registradora | 1.000,00 | 5 | 200,00 | 160,00 |
| Mobiliario | 4.480,00 | 5 | 896,00 | 716,80 |
| Olla a presión | 30,82 | 3 | 6,16 | 8,22 |
| Licuada | 47,77 | 3 | 9,55 | 12,74 |
| Total a depreciar | | | | 2.031,63 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

El detalle se encuentra en LA TABLA DE DEPRECIACIÓN del Anexo # 12

4.1.3.2.- Costos Variables

Los costos variables están asociados directamente con la producción del bien; hemos incluido todos aquellos costos en que se incurren para la preparación de burritos, ensaladas, salsas, los cuales fueron obtenidos al detalle de cada uno de los ingredientes en el capítulo anteriormente mencionado; es decir, en los burritos son 3 variedades, pero están hechos básicamente de envoltura, carne (puede ser de res, pollo o camarón), y sus vegetales, lo que cambia en cada uno de ellos es el sabor, y uno que otro ingrediente; así se sumaron los tres costos de los burritos generales y se dividió para el número de los mismos. Se procedió de la misma forma para las ensaladas y las salsas. Para las bebidas no es lo mismo nuestro Proveedor será Coca Cola y éste nos presta el dispensador, nosotros lo que debemos hacer es pagar por líquido vendido.

4.1.3.3.- Costos Administrativos y Generales

Los costos administrativos y generales serán aquellos en que se incurran para el perfecto funcionamiento del negocio. Entre los cuales la regalía (como lo determina el contrato de la franquicia UFOC); como es de suponer al tratarse de una franquicia el entrenamiento para lograr la excelencia tanto en servicio como en calidad; el alquiler del local (sus servicios básicos) y el sueldo del personal; la publicidad para darnos a conocer; los trámites legales (varios) y los suministros. Ver Anexo # 13 y 14 y en resumen en el cuadro 4.1.3.3.

CUADRO 4.1.3.3

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | US \$ |
|-------------------------------|-------------------|
| Sueldos | 9.756,76 |
| Alquiler | 9.600,00 |
| Regalía | 7.500,00 |
| Servicio básico (Teléfono) | 960,00 |
| Publicidad | 5.381,28 |
| Entrenamiento | 5.928,00 |
| Varios | 485,02 |
| Suministros de Oficina | 300,00 |
| subtotal | 39.911,06 |
| TOTAL | 127.356,06 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

4.1.3.4.- Gastos Financieros (Tabla de Amortización)

Los gastos de financiamiento en que incurre este proyecto se los cancelará de forma anual. La tabla detalla a una tasa del 18% anual los pagos e intereses que tendremos. Ver cuadro 4.1.3.4

CUADRO 4.1.3.4

GASTOS FINANCIEROS (Tabla de Amortización)

| Anual | Pago | Intereses | Amortización | Saldo |
|--------------|----------|-----------|--------------|-----------|
| comienzo año | | | | 20,000.00 |
| final año 1 | 6,395.56 | 3,600.00 | 2,795.56 | 17,204.44 |
| final año 2 | 6,395.56 | 3,096.80 | 3,298.76 | 13,905.69 |
| final año 3 | 6,395.56 | 2,503.02 | 3,892.53 | 10,013.15 |
| final año 4 | 6,395.56 | 1,802.37 | 4,593.19 | 5,419.96 |
| final año 5 | 6,395.56 | 975.59 | 5,419.96 | 0.00 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

4.1.4.- Parámetros Básicos para las proyecciones de los Estados Financieros

Sobre el análisis de mercado tenemos:

Una tasa de crecimiento de la población del 2.49% anual.¹

Si se mantiene el esquema monetario vigente en el Ecuador (dolarización), se estima una inflación promedio para la vida útil del proyecto del orden del 5% anual; es el resultado de un análisis que se detalla en el Anexo # 15.

Cabe destacar que se trabajó con los siguientes supuestos:

La tasa de Crecimiento para las ventas (burritos, ensaladas, salsas y bebidas) se tomó en cuenta la tasa de crecimiento de la población más la inflación, es decir, será de un total de 7,49%. Para los costos de igual forma por estar relacionados.

¹ Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos. Datos tomados del último censo realizado en el 2000.

Los gastos administrativos y generales son proyectados tomando en cuenta sólo la inflación, debido a que en ellos no influye el crecimiento de la población. Estos y demás se detallan a continuación en el cuadro 4.1.4.

CUADRO 4.1.4

| CONCEPTO | VALORES |
|---|---------|
| TASA DE CRECIMIENTO EN EL MERCADO | |
| TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL ANUAL DEL PERÍODO 1990-2001 | 2.49% |
| TASA INFLACIONARIA | 5.00% |
| TOTAL DE TASA DE CRECIMIENTO PARA LAS VENTAS Y COSTO DE VENTA | 7.49% |
| PRECIOS DE VENTA (US\$) | |
| Precio Promedio de venta por burrito | 1.65 |
| Precio Promedio de venta por ensalada | 0.52 |
| Precio Promedio de venta por salsa | 0.27 |
| Precio Promedio de venta por bebida | 0.4 |
| Precio Promedio aproximado por combo | 2.83 |
| COSTO DE VENTA (US\$) | |
| Costo Promedio por burrito | 0.82 |
| Costo Promedio por ensalada | 0.26 |
| Costo Promedio por salsa | 0.13 |
| Costo Promedio por bebida | 0.40 |
| Costo Promedio aproximado por combo | 1.61 |
| TASA DE CRECIMIENTO DE LOS COSTOS | |
| % de crecimiento del costo por burrito | 7.49% |
| % de crecimiento del costo por ensalada | 7.49% |
| % de crecimiento del costo por bebida | 7.49% |
| % de crecimiento del costos administrativos | 5.00% |
| VALORES RESIDUALES DE LOS ACTIVOS y DEL CAPITAL DE TRABAJO | |
| Cocina Industrial | 20.00% |
| Acond. Aire Central | 20.00% |
| Congelador | 20.00% |
| Computadora | 20.00% |
| Caja registradora | 20.00% |
| Mobiliario | 20.00% |
| Olla a presión | 20.00% |
| Licuadora | 20.00% |
| Capital de Trabajo (% del valor al 10mo. Año) | 100.00% |
| OTRAS TASAS | |
| TASA DE INTERÉS DEL PRÉSTAMO | 18.00% |
| TASA DE PARTICIPACIÓN LABORAL | 15.00% |
| TASA DE IMPUESTO A LA RENTA | 25.00% |
| TASA PARA LA REPARTICIÓN DE UTILIDADES | 30.00% |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

4.1.5. - Estado de Pérdidas y Ganancias

Luego de obtener cada uno de los rubros que determinan en conjunto el Estado de Pérdidas y Ganancias, para los 10 años que dura el proyecto se lo muestra en el Anexo # 16, donde se observa que desde el año 1 hasta su culminación se obtienen utilidades.

Como también se puede observar las utilidades van incrementando como resultado del incremento de las ventas. Además, desde el primer año se pueden repartir las utilidades para los inversionistas, hemos estimado un reparto del 30%.

4.1.6. - Balance General

Para este proyecto encontramos en el grupo de activos reales: el activo intangible como lo es la entrada para la franquicia, el activo corriente y los activos fijos; también en el pasivo: el pasivo corriente y el patrimonio.

El activo circulante conformado por Caja – Banco; por otro lado los activos fijos son todos los valores que se dieron para la inversión inicial, claro está con su depreciación acumulada respectiva.

Encontramos el pasivo, compuesto por el crédito adquirido con el Banco de Guayaquil a largo plazo tanto la porción corriente de deuda a largo plazo (amortización de la deuda) como el pasivo a largo plazo (porción que queda de la deuda); no se incrementa este valor debido a que en el futuro no se

necesitará de otro préstamo, simplemente se lo realizó con el fin de pagar la cuota inicial de franquicia a New York Burrito.

Finalmente nuestro patrimonio, conformado por el capital social, utilidades no distribuidas (del año anterior) y la utilidad del ejercicio para ese año.

La proyección del balance general se muestra en el Anexo # 17

4.2. - DETERMINACIÓN DEL FLUJO DEL PROYECTO

La determinación del Flujo de Caja (con los costos y beneficios) para cada período es una de las partes más importantes de una valoración financiera de la adquisición de la franquicia New York Burrito. Constituido principalmente por los ingresos de operación tenemos las Ventas Totales que ascienden a \$153,736.06 para el primer año, que constituyen los flujos de entrada, y como egresos de operación tienen a los costos relacionados con el objetivo del negocio con un valor de \$87,445.00 en el primer año de funcionamiento del negocio; los gastos administrativos que en su totalidad ascienden al valor de \$39,911.06 para el primer año; en donde se incluyen la Regalía (\$7,500), Sueldos (\$9,756.96), Alquiler y agua (\$9.600), Entrenamiento (\$5,928), entre otros que se incurren para el funcionamiento de la Franquicia.

Los Ingresos no Operacionales en el año pre-operativo refleja el total de financiamiento de la empresa con un Crédito del 46% de la Inversión Inicial la cual asciende al monto de \$20,000.00y el 54% de Aporte de Capital con un valor de \$23,352.76. Los años siguientes este ingreso está formado por las depreciaciones que para los primeros tres años el valor es de \$ 2,032.00 y para el final del proyecto se termina con una depreciación de \$2,391.00 , la recuperación de otros activos (Valor de Deshecho) para el quinto año se espera el valor de \$2,173.00.

Los egresos no Operacionales en el año pre -operativo refleja a todas las salidas previas a la puesta en marcha del proyecto, la cual suma un gran total de \$32,245.75. En los siguientes años, estas cantidades reflejan los pagos de intereses. Para el primer fue de \$3,600 y \$975,59 para el quinto año. El pago de impuestos fue de \$6,391.79 para el primer año; los pagos por participación laboral en el año uno tiene un valor de \$3,112.26. Entre otros rubros como: el reparto de dividendos, pago de crédito de corto plazo (Amortización de la Deuda) más las nuevas inversiones que se realicen en el transcurso del proyecto.

En el flujo de caja los ingresos operacionales (\$153,736.06) cubren los egresos operacionales (\$87,445.00), y no operacionales (\$59,827.65) que son necesarios para cumplir con las actividades de la empresa.

El objetivo de estimarlo es el de conocer un flujo neto generado para que éste a su vez permita medir la rentabilidad del proyecto a través del cálculo

de la Tasa Interna de Retorno (32.52%) y del Valor Actual Neto (\$43,743.52); y así medir la capacidad de pago frente a los préstamos que ayudaron a su financiación. Se lo puede observar proyectado para los diez años en el anexo # 18.

4.3. - DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

4.3.1.- Procedimiento para el cálculo del Beta

Para poder calcular el Beta de este negocio, debemos conocer los siguientes datos:

- ✎ Indagar cuáles empresas poseen el mayor valor en la capitalización de mercado (Compañías de Restaurantes).
- ✎ Buscar el respectivo Beta de estas empresas.
- ✎ Se procede a calcular el Beta.

Se buscó utilizando la página web de yahoo.com la capitalización de mercado, es decir, el valor de cada una de estas compañías en el sector industrial. Así tenemos empresas que poseen desde 0.1 millones de dólares (Cooker Restaurant Corporation) hasta 23.3 billones de dólares (McDonald's Corporation); escogimos tres de ellas como las más significativas e influyentes para relacionar nuestro proyecto con este tipo de empresas. Las escogidas fueron:



valor más alto que puede aspirar como retorno para la inversión de un tipo de franquicia como ésta.

El resultado de la T.I.R para la adquisición e instauración de la franquicia New York Burrito, basado en los datos fue de 32.52% y su V.A.N respectivo de US \$ 43,743.52.

Con este resultado podemos concluir que el PROYECTO ES VIABLE y su

| | |
|--|--------|
| TASA INTERNA DE RETORNO | 32.52% |
| PERÍODO REAL DE RECUPERACIÓN (AÑOS) | 3.40 |
| RELACIÓN BENEFICIO - COSTO (PROMEDIO) | 1,81 |

ELABORADO POR: LOS AUTORES

rentabilidad está demostrada al compara una T.I.R de 32.52% con una Tasa de Descuento de 15.53%. Ver cuadro 4.4.

El período real de recuperación de la inversión constituye un indicador que ayuda en la toma de decisiones para ejecutar proyectos, ya que mediante

CUADRO 4.4.1

| AÑOS | FLUJO DE CAJA | FLUJO DE CAJA | SUMATORIA |
|---------------|---------------|-----------------|-----------|
| | | DESCONTADOS | |
| | US\$ | | |
| 0 | -43,129.74 | -43,352.76 | 0.00 |
| 1 | 8,495.03 | 8,386.49 | 8,386.49 |
| 2 | 14,030.47 | 13,674.24 | 22,060.73 |
| 3 | 15,768.60 | 15,171.90 | 37,232.63 |
| 4 | 15,963.14 | 15,162.84 | 52,395.47 |
| 5 | 21,167.80 | 19,849.68 | |
| 6 | 15,201.86 | 14,073.11 | |
| 7 | 28,136.92 | 25,714.94 | |
| 8 | 32,728.69 | 29,529.30 | |
| 9 | 35,760.16 | 31,852.21 | |
| 10 | 41,803.04 | 36,758.98 | |
| P.R.R. | 3.40 | FRACCION | 0.40 |

ELABORADO POR LOS AUTORES

este se mide el tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido. El PRR se lo determinó basándose en el flujo neto de fondos generados por dicho proyecto. Nuestra recuperación de la inversión es en el tercer año como lo indica el cuadro 4.4.1.

4.5. – ÍNDICES FINANCIEROS

4.5.1.- Razones de Liquidez

Se utilizan para juzgar la capacidad de la empresa para hacer frente a las obligaciones a corto plazo; la solvencia de efectivo actual de la empresa y a su vez de permanecerlo en caso de acontecimientos adversos.

4.5.1.1.- Circulante

Muestra la habilidad de la empresa para cubrir sus pasivos corrientes con sus activos corrientes. Para el primer año tenemos una razón de 0.12, lo que significa que la empresa será capaz de cumplir con sus obligaciones; ya para el cuarto año terminamos de pagar la deuda y con 0.1497 de relación para el proyecto. A partir de los siguientes años ya no se calculan estos valores debido a que se cumplieron los pagos de las obligaciones.

4.5.1.2.- Capital de Trabajo

Los valores correspondientes nos muestran el flujo de dinero que queda después de cumplir con las obligaciones de corto plazo. Así, para el primer año tendremos 0.36303, para el cuarto 0.75691

4.5.2. - Razones de Actividad

Medirán la efectividad con que la empresa usa sus maquinarias y equipos, es la razón de las ventas a sus Activos Fijos Netos.



4.5.2.1. - Rotación de Activos Totales o Productividad de la Empresa

Nos ayuda a conocer la eficiencia relativa con que la empresa utiliza sus activos totales para generar ventas: para el primer año tenemos 3.09 lo cual indica que tenemos alta eficiencia para crecer en ventas con el total de los activos y en promedio obtenemos 1.60 significa que se venden 1.60 dólares por cada dólar invertido en activos.

4.5.2.2. - Rotación de Activos Fijos o Eficiencia de Inversiones

Del 100% del dinero invertido en activos fijos se convierte en un 14.84 % de las ventas; pero en los siguientes años se incrementa hasta llegar a un promedio de 52.75

4.5.3. - Razones de Rentabilidad

Sirve para saber todo lo eficiente que es la empresa en el uso de sus activos. Son de dos tipos, aquellas que muestran la rentabilidad en relación respecto con las ventas y las que muestran la rentabilidad con respecto a la inversión.

4.5.3.1. - Margen de Utilidad Bruta

Señala la eficiencia de la empresa antes de tomar en cuenta todos los gastos y los impuestos sobre los ingresos. Se mantiene la razón de 0.4373 durante los diez años; es decir, que por cada dólar obtenido en ventas netas se generan 43 centavos en utilidad bruta.

4.5.3.2. – Rendimiento sobre la inversión en activos (R.O.I)

Indica qué tan buena es la empresa en general para la sociedad. Del 100% del activo total de la empresa se genera un 18.65% como utilidad neta para el primer año del proyecto; en promedio un 18.57% como utilidad neta del 100% del total de los activos.

4.5.3.3. – Rendimiento de la Inversión de los Accionistas (R.OE)

Es la capacidad de obtener utilidades sobre la inversión de los accionistas. Así vemos que el primer R.O.E es de 33%, o sea, del 100% del capital (patrimonio) retornan como utilidad neta el 33%; para el quinto año ya ha disminuido a 20% porque el patrimonio crece más rápido que las utilidades netas; en promedio el 21% es bastante aceptable para nuestro proyecto.

4.5.4 Razones de Apalancamiento

Son aquellos que miden en qué grado la empresa utiliza dinero prestado.

4.5.4.1 Deuda a Capital Contable

Indica el grado en que se utiliza el financiamiento de deuda en relación con el financiamiento de capital contable. en el primer año tenemos 53.05 % debido a que en este año se empieza a pagar la deuda y el pasivo circulante aún es grande (como consecuencia de la deuda); para el quinto año esto cambia a 6.71 %, esto refleja el crecimiento de nuestro patrimonio y el decrecimiento de las obligaciones.

4.5.4.1 Deuda a Activos Totales

Muestra el grado relativo en el que la empresa utiliza dinero que se pidió prestado. Un 34.54 % de los activos de la empresa están financiados con deuda, sería de 65.46 % de nuestro financiamiento de capital de los accionistas. Señala que entre mayor sea el porcentaje de financiamiento el capital de los accionistas, mayor es el colchón de protección proporcionado a los acreedores de la empresa; en sí, mayor riesgo financiero. Para el cuarto año de operación el valor obtenido es de 6.72% nuestro riesgo financiero es bajo.

Para mayor detalle de los resultados ver el Anexo # 19



CAPITULO 5

ANÁLISIS DEL RIESGO DEL NEGOCIO

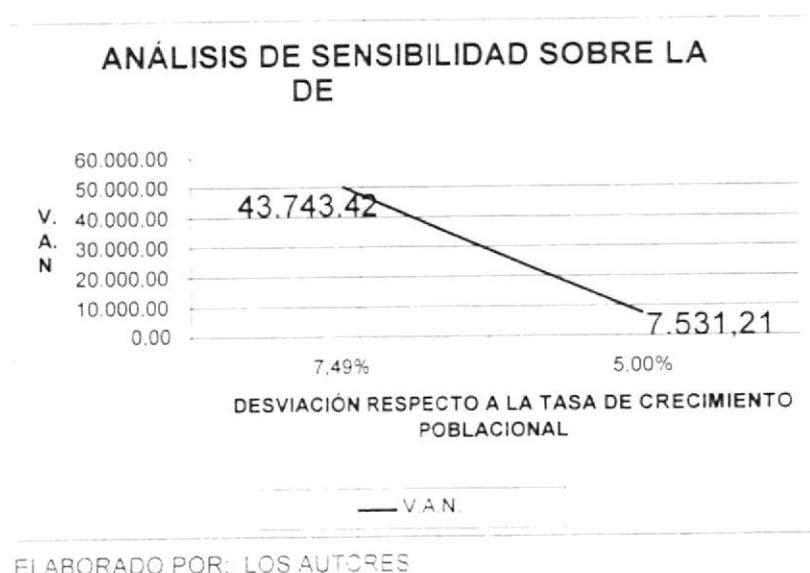
El objetivo de hacer un análisis de riesgo es poder medir el grado de sensibilidad de las partes operativas del negocio, entre estas variables tenemos las internas como las ventas, los costos de venta, y las externas como la inflación, tasa de crecimiento poblacional (afecta directamente a las ventas), modificando implícitamente los precios de los productos y las cantidades producidas durante la vida útil del proyecto.

Como en nuestro negocio no se conoce con certeza la futura demanda de ventas, debemos crear posibles escenarios que vayan en contra de nuestro negocio obteniendo cambios en los flujos de efectivo netos futuros y como resultado podremos maximizar las utilidades (si existieran).

Diseñaremos diferentes escenarios en el cual afectaremos cada una de las variables ya mencionadas anteriormente, obteniendo como resultado distintos flujos de caja, mostrándonos que tan solvente puede ser nuestro proyecto y todo lo sensible que se pueden volver las ventas.

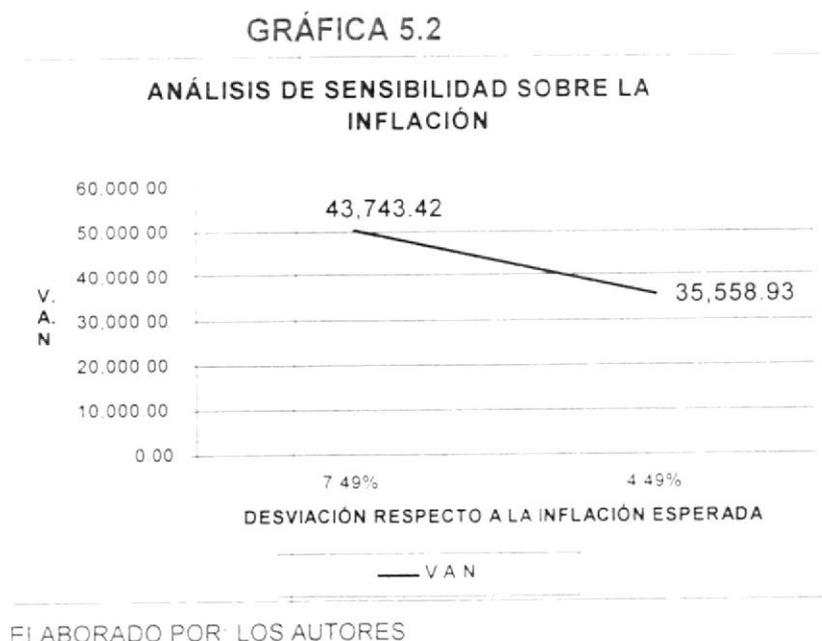
5.1.- ESCENARIO # 1: CRECIMIENTO POBLACIONAL 0%

GRÁFICO 5.1



Para este primer escenario la tasa de crecimiento poblacional inicial de 0%, es decir, simulamos que la tasa de natalidad del sector cercano a nuestro negocio no aumenta en relación al número de personas; la inflación del 5% es la nueva tasa de crecimiento para las ventas y costos de ventas, lo que nos da un V.A.N. de US \$ 7531 lo cual no es conveniente para nosotros el hecho de que la población no crezca. El V.A.N es muy sensible a la nueva tasa de crecimiento del 0%.

5.2.- ESCENARIO # 2: INFLACIÓN SE REDUCE DE 5% A 2%



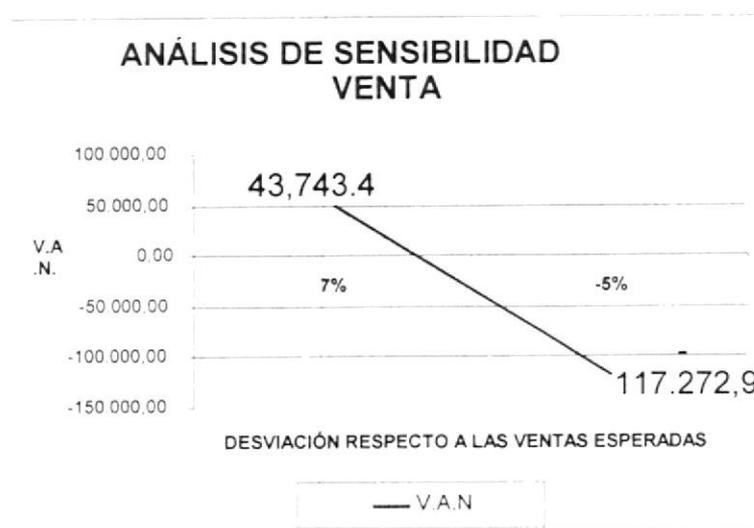
Para este segundo escenario cambiamos la inflación inicial a 2%, es decir, se redujo en tres puntos y más la tasa de crecimiento poblacional de 2.49%, la nueva tasa de crecimiento para las ventas y los costos de ventas sería 4.49%. Lo que nos da un V.A.N de US\$ 35.558.93; por lo que no es conveniente que la inflación caiga, ya que esperamos que para los diez años de la vida útil del proyecto sea de 5%; pero puede darse el caso que llegue a otro valor estimado del 3% pasada la vida útil del proyecto.

5.3.- ESCENARIO # 3 : VENTAS DISMINUYEN 5%

El tercer escenario trata de los valores que ya teníamos estimados para las ventas de los productos, los hemos disminuido en cinco puntos porcentuales (5%), es decir, cada uno de los valores proyectados hasta el décimo año

fueron multiplicados por 0.95. Lo que nos da un V.A.N negativo de US\$ 117.272.97; se entiende nuevamente que las ventas son muy sensibles a los cambios.

GRÁFICO 5.3

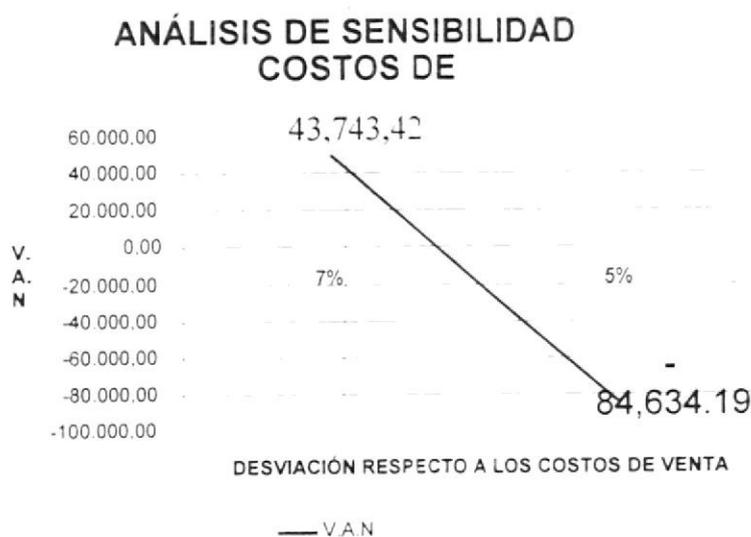


ELABORADO POR: LOS AUTORES

5.4.- ESCENARIO # 4: COSTOS AUMENTAN 5%

Para el cuarto escenario realizamos el mismo procedimiento que utilizamos para las ventas como se lo explicó anteriormente, sino que esta vez para los costos de operación del proyecto. Para cuando los costos aumentan cinco por ciento tenemos un V.A.N negativo de US\$ 84,634.19. Muy conveniente sería para el negocio que los costos disminuyan mientras las ventas se mantengan.

GRÁFICO 5.4



5.5.- TABLA QUE RESUME LOS ESCENARIOS

CUADRO 5.5

| FLUJO DE CAJA | V.A.N | T.I.R | P.R.R |
|---|-------------|--------|-------|
| | US \$ | % | Años |
| Escenario Normal -Tasa 7.49% | 43.743,42 | 32,52% | 3.40 |
| Escenario 1-Tasa Poblacional 0% | 7.531,21 | 19,69% | 7.91 |
| Escenario 2-Tasa de Crecimiento 4.49% | 35.558,93 | 36,11% | 5.21 |
| Escenario 3.- Ventas disminuyen 5% | -117.272,97 | * | ** |
| Escenario 4.- Costos de Venta aumentan 5% | -84.634,19 | * | ** |

* No existe solución.

** No se recupera la inversión.

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Mayor detalle ver anexo # 20.



ANEXOS

ANEXO # 1

|  CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA | | DOCUMENTO UNICO DE IMPORTACION A DECLARACION AL BANCO CENTRAL Y VISTO BUENO DECLARACION ADUANERA | | | | | No. 2001352 | | | | |
|---|-----------|---|--------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------------------|-------------------------------------|------------------------|--|--|
| A ADUANA / BANCO | | | | | | | | | | | |
| 01 No. ORDEN | 02 ADUANA | 03 CODIGO | 04 REGIMEN | 05 CIUDAD | 06 BANCO | 08 ORIGEN | 07 | 07 FECHA PRESENTAC. | | | |
| B IMPORTADOR / AGENTE / AUTORIZACIONES / TRANSACCION | | | | | | C REGISTRO DE ADUANA | | | | | |
| 08 IMPORTADOR O COMISIONARIO | | | 09 VISTO BUENO BANCO | | FECHA | | 10 No. DOC. | | | | |
| 11 DIRECCION | | | FIRMA Y CODIGO | | | | FECHA RECEP. | | | | |
| 12 TIPO DE DOCUMENTO: RUC / C.I. / CATASTRO/PASAPORTE | | | 13 SECTOR | | | | FECHA NUMER. | | | | |
| 14 No. AUTORIZACION PREVIA | | | FECHA | | 15 No. AUTORIZACION PREVIA | | FECHA | | | | |
| 16 CIU CONSIGL. | | | 17 DECLARANTE / AGENTE | | CODIGO | | 18 FORMA DE PAGO | | | | |
| | | | | | | | CODIGO | | | | |
| | | | | | | | 19 MONEDA DE TRANSACCION | | | | |
| | | | | | | | CODIGO | | | | |
| D EMBARCADOR / REMITENTE | | | | | | | | | | | |
| 20 NOMBRE DEL REMITENTE | | | 21 PUERTO DE EMBARQUE | | CODIGO | | 22 FECHA FACTURA | | | | |
| | | | | | | | 23 FECHA CART. CRED. | | | | |
| 24 DIRECCION | | | 25 PAIS DE PROCEDENCIA | | CODIGO | | 26 BENEFICIARIO DE GIRO | | | | |
| E CERTIFICADOS | | | | | | | | | | | |
| 27 No. CERTIFICADO DE INSPECCION | | | 28 EXON. CERT. | | 29 No. CERTIFICADO DE ORIGEN | | FECHA EMISION | | | | |
| | | | | | | | 30 OTROS | | | | |
| | | | | | | | 31 No. DESP. PAR. | | | | |
| F TRANSPORTE | | | | | | | | | | | |
| 32 VIA DE TRANSPORTE | | CODIGO | | 33 FECHA EMBARQUE | | 34 FECHA LLEGADA | | 35 T. CARGA | | | |
| | | | | | | | | COD. | | | |
| 36 LINEA DE TRANSPORTE | | CODIGO | | 38 AD. CARGA / TRANSP. | | CODIGO | | 40 N. NAVES/ AERONAVES/ VE | | | |
| | | | | | | | | 41 No. CONVOY / G. AZEBA / G. PORTE | | | |
| G TRANSITO Y REGIMEN PRECEDENTE | | | | | | | | | | | |
| 42 LINEA TRANSPORTE / TRANSITO | | | CODIGO | | 43 NOM. NAVES/MATRIZ/VEHIC/TRANS. | | | 44 REGIMEN PRECEDENTE | | | |
| | | | | | | | | CODIGO | | | |
| 45 No. DOCUMENTO | | 46 FECHA VENCIMIENTO | | 47 ALMACEN | | CODIGO | | 48 DEPOSITO | | | |
| | | | | | | | | CODIGO | | | |
| 49 ADUANA SALIDA | | CODIGO | | 50 ADUANA DESTINO | | CODIGO | | 51 PAIS DESTINO | | | |
| | | | | | | | | CODIGO | | | |
| H DETERMINACION DE LA BASE IMPONIBLE | | | | | | | | | | | |
| 52 TIPO DE CAMBIO USD | | 53 FOB | | TOTAL MONEDA TRANSACCION | | TOTAL EN DOLARES USD | | TOTAL EN MONEDA NACIONAL | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 54 T. CAMBIO USD-NAC. | | 56 FLETE | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 58 TOTAL SERES PARTIDAS | | 57 SEGURO | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 58 PESO NETO EN KILOS | | 59 CIF | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 60 PESO BRUTO EN KILOS | | 61 No. TOTAL BULTOS | | 62 No. TOTAL UNIDADES FISICAS | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| I GARANTIAS | | | | | | | | | | | |
| 63 TIPO DE GARANTIA | | CODIGO | | 64 No. GARANTIA / PAPELETA | | 65 FECHA VENCIMIENTO | | 66 CODI. MONEDA | | | |
| | | | | | | | | 67 PLAZO SOLICITADO | | | |
| 68 GARANTE / DEPOSITARIO | | CODIGO | | 69 MONTO DE GARANTIA | | 70 PLAZO CONCEDIDO | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| J DECLARACION DE LAS MERCANCIAS | | | | | | | | | | | |
| 71 No. SERIE | | 72 ESTADO | | 73 PAIS DE ORIGEN | | CODIGO | | 74 PAIS DE ADQUISICION | | | |
| | | | | | | | | CODIGO | | | |
| 75 TPCI | | 76 TPNS | | 77 TPNE | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 78 CT. BULTOS | | 79 CLASE | | 80 GANT. U. FISICAS | | 81 TIPO U. FIS. | | 82 PESO NETO KILOS | | | |
| | | | | | | | | 83 PESO BRUTO KILOS | | | |
| | | | | | | | | 84 FOB MONEDA TRANSACCION | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 85 SUBPARTIDA NADONIA | | | 86 SUBPARTIDA NALADISA | | | T.M. | | | 87 CIF MONEDA NACIONAL | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 88 DESCRIPCION ARANCELARIA | | | 89 DESCRIPCION COMERCIAL | | | 90 MARCAS Y NUMEROS | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 91 | | | | | | | | | | | |
| 92 | | | | | | | | | | | |
| 93 | | | | | | | | | | | |
| 94 | | | | | | | | | | | |

ANEXO # 2

DIRECCION FINANCIERA
DECLARACION CONJUNTA DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL Y REGISTRO DE PATENTE MUNICIPAL PARA PERSONAS OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD

| | |
|------------------------------|---------------------------|
| No. SOLICITUD PATENTE | No. DE DECLARACION |
| DIA | MES |
| AÑO | |

DATOS DEL CONTRIBUYENTE
RAZON SOCIAL (COMPAÑIAS O SOCIEDADES) _____ **R.U.C.** _____

REPRESENTANTE LEGAL O CONTRIBUYENTE

| | | |
|------------------|--------------------|-------------------|
| APELLIDOS | NOMBRES | No. CEDULA |
| PATERNO | 1er. NOMBRE | |
| MATERNO | 2do. NOMBRE | |

| | | | |
|--|---|------------|---|
| DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO O LOCAL COMERCIAL EN GUAYAQUIL | TELEFONO(S) | FAX | CASILLA |
| TIPO DE CONTRIBUYENTE | FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA EN EL CANTON GUAYAQUIL | | CAPITAL PROPIO (TOTAL PATRIMONIO NETO) |
| PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> PERSONA JURIDICA <input type="checkbox"/> | MES | DIA | USOS |
| SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> | AÑO | | |

DATOS DEL CONTADOR

| | | |
|------------------|--------------------|---------------------|
| APELLIDOS | NOMBRES | REGISTRO No. |
| PATERNO | 1er. NOMBRE | |
| MATERNO | 2do. NOMBRE | |

CLASIFICACION DOMICILIARIA PARA PERSONAS JURIDICAS QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTON GUAYAQUIL

CLASE A. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON

CLASE B. DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON

CLASE C. NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTON Y CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON

| | |
|--|---|
| ACTIVIDAD | LIQUIDACION DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL |
| COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> | TOTAL DE ACTIVOS (INCLUYENDO ACTIVOS CONTINGENTES) |
| FINANCIERA <input type="checkbox"/> EMPRESA MULTINACIONAL <input type="checkbox"/> | MENOS OBLIGACIONES CORRIENTES (HASTA UN AÑO) |
| EMPRESA DE ECONOMIA MIXTA <input type="checkbox"/> | MENOS PASIVOS CONTINGENTES |
| PERSONA JURIDICA SIN FINES DE LUCRO <input type="checkbox"/> | BASE IMPONIBLE |
| OTROS <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE: _____ | IMPUESTO CAUSADO |
| ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL: | INTERESES |
| _____ | MULTAS |
| _____ | TOTAL A PAGAR |

REPARTO PROPORCIONAL DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES

| CANTON | INGRESOS BRUTOS ANUALES | % | BASE IMPONIBLE PORCENTUAL | IMPUESTO CAUSADO PARA CADA CANTON |
|----------------|-------------------------|---|---------------------------|-----------------------------------|
| | | | | |
| TOTALES | | | | |

ESPACIO DE USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

| | |
|--|------------------------|
| DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACION PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES. | LIQUIDADO POR |
| SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL | RELIQUIDADO POR |
| CONTADOR | |

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR

ANEXO # 3



MUY ILUSTRE
MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
DIRECCIÓN DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA

**SOLICITUD PARA HABILITACION DE LOCALES
COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS**

| | | | |
|---------------------------|-------|-------|-------|
| TASA DE TRAMITE No. _____ | DIAS | MES | AÑO |
| _____ | _____ | _____ | _____ |

DATOS DEL SOLICITANTE (PARA EL CASO DE PERSONAS NATURALES)

| APELLIDOS | | NOMBRES | | C.I. |
|--|------------------|------------|------------|----------|
| APELLIDO PATERNO | APELLIDO MATERNO | 1ER NOMBRE | 2DO NOMBRE | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR | | | | TELÉFONO |
| _____ | | | | _____ |

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (PARA EL CASO DE PERSONAS JURÍDICAS)

| APELLIDOS | | NOMBRES | | C.I. |
|--|------------------|------------|------------|----------|
| APELLIDO PATERNO | APELLIDO MATERNO | 1ER NOMBRE | 2DO NOMBRE | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR | | | | TELÉFONO |
| _____ | | | | _____ |

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

| CÓDIGO CATASTRAL | | | | | CÓDIGO DE PATENTE |
|---|---------|---------------------------|-------|----------|-------------------|
| SECTOR | MANZANA | LOTE | DIV. | PHV | _____ |
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | | | | | PARRQUIA |
| _____ | | | | | _____ |
| URBANIZACIÓN | | AVENIDA Y/O CALLE | | TELÉFONO | |
| _____ | | _____ | | _____ | |
| CÓDIGO DE LA ACTIVIDAD (Ver al reverso) | | ESPECIFICAR LA ACTIVIDAD: | | | |
| _____ | | _____ | | | |

| | |
|---|--|
| LOCAL Principal <input type="checkbox"/> Bucanal <input type="checkbox"/> No. _____ | Marque con una X la ubicación, colocar los nombres de las calles y el número de la manzana y lote. |
| SUPERFICIE DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES: Menor a igual a 50 m ² <input type="checkbox"/> Mayor a 50 m ² y menor a 200 m ² <input type="checkbox"/> Mayor a igual a 200 m ² <input type="checkbox"/> | SUPERFICIE DE ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES: Menor a igual a 200 m ² <input type="checkbox"/> Mayor a 200 m ² y menor a 1500 m ² <input type="checkbox"/> Mayor a igual a 1500 m ² <input type="checkbox"/> |
| ESTRUCTURA DE LA EDIFICACIÓN Hormigon Armado <input type="checkbox"/> Mista, Madera-Cemento o de Madera <input type="checkbox"/> Madera <input type="checkbox"/> | (Grid for marking location with X and street names) |

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS PROPORCIONADOS, SE SUJETAN Estrictamente a LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.

ESPACIO RESERVADO PARA LA DIRECCIÓN DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA

| | | | | |
|-------|---------|-------|-------------|--|
| ZONA | MANZANA | ACERA | RESTRICCIÓN | CONSULTA DE CERTIFICACION DEL USO DE SUELO |
| _____ | _____ | _____ | _____ | FACTIBLE <input type="checkbox"/> NO FACTIBLE <input type="checkbox"/> |

OBSERVACIONES

| | | | | |
|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| REVISADO POR | REVISADO POR | REVISADO POR | VERIFICADO POR | APROBADO POR |
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |

ANEXO # 4

FORMULARIO DE SOLICITUD DE TRAMITE MEDIANTE INFORME TÉCNICO DE ALIMENTOS PROCESADOS Y ADITIVOS ALIMENTARIOS

Sr. Dr.
Director del Instituto Nacional
de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez
Presente:

De conformidad con el Art. 101 de las Reformas al Código de la Salud vigente Título IV del Libro II del Registro Sanitario publicado en el Registro Oficial N° 144 del 18 de agosto del 2000 y su Reglamento, Decreto Ejecutivo 1583 publicado en el Registro Oficial N° 349 del 18 de junio de 2001 Capítulo IV la obtención del Registro Sanitario por INFORME TECNICO.

Solicito la inscripción del siguiente producto:

1. NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL SOLICITANTE (Fabricante y Envasador si fuera distinto el fabricante)
 - a) Nombre del solicitante
 - b) Ciudad y País de origen
 - c) Teléfono FAX E-mail
 - d) R.U.C.
 - e) Número del Permiso de Funcionamiento y fecha
2. NOMBRE COMPLETO DEL PRODUCTO Y MARCA (S)
3. UBICACIÓN DE LA FABRICA O ESTABLECIMIENTO
 - a) Ciudad y País de origen
 - b) Calle y número
 - c) Teléfono FAX E-mail
4. FORMULA DE COMPOSICIÓN CUALI - CUANTITATIVA por 100g o 100ml, especificar en unidades del Sistema Internacional (S.I.), declarando los ingredientes en orden decreciente (incluyendo aditivos)
5. NUMERO DE LOTE
6. FECHA DE ELABORACIÓN



NYB FOODS, INC.®

Preliminary Application



Return To: 955 East Javelina Ave., Suite 114 Mesa, AZ 85204 • Phone (480) 503-3363 • 1-800-711-4036 • Fax (480) 503-1850

Personal

Name _____ Social Security No. _____
Address _____
City _____ State _____ Zip _____ Home Telephone _____
Date of Birth _____ Marital Status _____ Spouse's Name _____
Employer _____
Business Address _____
City _____ State _____ Zip _____ Business Telephone _____
Position _____ Salary _____ Other Income _____
Spouse's Employer _____ Income _____
Home _____ Rent _____ Own _____ How Long? _____
Former Residence _____ How Long _____
Are you a U.S. Citizen? Yes No If No, What Country? _____

Business Experience (Present or Last Position First)

Name _____
Address _____
Phone _____ Nature of Business _____
Position & Responsibilities _____
Name _____
Address _____
Phone _____ Nature of Business _____
Position & Responsibilities _____
Name _____
Address _____
Phone _____ Nature of Business _____
Position & Responsibilities _____

Personal References

Name

Address

Additional Information

1. Are you related to any officer, employee or franchisee of NYB Foods, Inc.?

If yes, who?

2. Are you or your employer providing goods or services to this company?

If yes, what?

3. How did you hear about the "New York Burrito Gourmet Wraps" franchise opportunity? _____

4. If accepted, when would you be ready to start? _____

5. Do you intend to operate the business yourself?

If not, who will assist you?

6. A "New York Burrito Gourmet Wraps" franchise operates within the parameters of a specific system. Would this present a problem for you?

Yes No

If yes, why?

7. Do you know, or have you owned any kind of franchise?

If yes, what?

8. Do you now, or have you in the past operated a restaurant?

If yes, what?

9. City/Territory/Area preferences

1 _____ 2 _____ 3 _____

10. Amount of cash available for an investment of this type _____ Source _____

11. If you are awarded a "New York Burrito Gourmet Wraps" franchise, how do you plan to provide the

12. What is your estimated net worth?

Please feel free to make any additional comments you like, either concerning yourself, the New York Burrito Gourmet Wraps[®] opportunity, your personal plans and so forth. _____

We warrant that the information that you provide to us is true, accurate, complete and not misleading in a material way. We warrant that we will use the information that you provide to us only for the purposes for which we have asked you to provide it, and we will not disclose the information to any third party without your consent. We warrant that we will not use the information that you provide to us for any purpose that is illegal, fraudulent, or otherwise in violation of applicable law. We warrant that we will not use the information that you provide to us for any purpose that is otherwise in violation of applicable law. We warrant that we will not use the information that you provide to us for any purpose that is otherwise in violation of applicable law.

ANEXO # 6

1.- "¿Le gusta Ud. degustar de "comidas rápidas?"

- a) Sí _____
 b) No _____

2.- ¿Con qué frecuencia a la semana visita Ud. un local de comidas rápidas?

- a) Menos de 1 vez _____
 b) De 1 – 2 veces _____
 c) De 3 – 4 veces _____
 d) De 5 – 7 veces _____

3.- ¿Con cuántas personas asiste usted frecuentemente a un local de comidas rápidas?

- a) 0 (solo) _____
 b) 1 – 2 _____
 c) 3 – 4 _____
 d) 5 – 7 _____
 e) 8 o más _____

4.- Cuando visita un local de comidas rápidas, ¿Qué tipo de comida prefiere?

- a) Hamburguesa _____
 b) Hot dog _____
 c) Burrito _____
 d) Pizza _____
 e) Taco _____
 f) Pollo frito _____

5.- Cuando usted visita un local de comidas rápidas, ¿Qué tan importantes son los siguientes atributos?

- a. Muy Importante
 b. Algo Importante
 c. Indiferente
 d. Poco Importante
 e. Nada Importante

- | | |
|--|-------|
| 1. Calidad del producto | _____ |
| 2. Variedad del producto | _____ |
| 3. Limpieza del local | _____ |
| 4. Precio | _____ |
| 5. Que tenga automatic | _____ |
| 6. Rapidez del servicio | _____ |
| 7. Que sea una cadena internacional | _____ |
| 8. Ubicación del local | _____ |
| 9. Presentación del producto | _____ |
| 10. Que ofrezca combos | _____ |
| 11. Promociones | _____ |
| 12. Que el local tenga parqueo | _____ |
| 13. Que el local tenga juegos infantiles | _____ |
| 14. Servicio a domicilio | _____ |
| 15. Seguridad | _____ |

6.- ¿Ha comido Ud. alguna vez burritos?

- a) Sí _____
 b) No _____
 Porqué no ha comido?
-

7.- ¿Qué tan satisfecho quedó Ud. con el sabor de los burritos?

- a) Totalmente satisfecho _____
 b) Algo satisfecho _____
 c) Ni satisfecho ni insatisfecho _____
 d) Poco satisfecho _____
 e) Nada satisfecho _____

8.- Al momento de seleccionar su burrito, le gustaría que fuese entregado por:

- a) Combos previamente establecidos
 b) Escoger del menú
 c) Escoger aquellos productos que vienen con descuentos y/o promociones
 d) Escoger los ingredientes que lleve el producto

9.- Al momento de servirle, ¿Le gustaría que su burrito incluya los aderezos?

- a) Total Acuerdo
- b) Parcial Acuerdo
- c) Indiferente
- d) Parcial Desacuerdo
- e) Total Desacuerdo

10.- ¿Qué tipos de aderezos le gustaría que incluya?. Escoja 3, póngalos en orden de gusto, 1 al que más le gusta y 3 al que menos le gusta

- a) Mayonesa _____
- b) Guacamole _____
- c) Salsa de tomate _____
- d) Salsa Barbecue _____
- e) Mostaza _____
- f) Salsa de queso _____

11.- ¿Estaría Ud. dispuesto a cambiar su comida rápida favorita por un burrito que sea de su agrado proveniente de una franquicia extranjera?

- a) Sí _____ c) Quizás _____
- b) No _____ d) No sabe _____

12.- ¿Qué tipo de burrito le gustaría que se ofertara?

- a) De Pollo _____
- b) De carne _____
- c) Con vegetales _____
- d) Con frijoles negros _____
- e) Con camarón _____
- f) Fajita con carne _____
- g) Fajita con pollo _____
- h) Fajita con camarón _____

13.- ¿Estaría Ud. dispuesto a pagar \$3 en promedio por un combo que incluye burrito de camarón, pollo o carne y cola?

- a) Sí _____
- b) No _____

c) Tal vez _____

14.- Si encuentra el burrito de su predilección a un precio de \$3 en el combo Ud:

- a) Definitivamente lo compra
- b) Quizás lo compra
- c) No sabe si lo compra
- d) Quizás no lo compra
- e) Definitivamente no lo compra

15.- Respecto al número de personas por mesa, ¿Cómo le gustaría que sean las mesas?

- a) Individuales
- b) En grupo de 2 personas
- c) En grupo de 4 personas
- d) En grupo de 6 persona

ANEXO # 7

EQUIVALENCIAS USADAS

1 cucharada aceite = 14 gramos

1 cucharada de sal = 4 gramos

1 litro = 2,08 lbs.

1 libra = 453 gramos

1 onza = 28.349 gramos

1 kilogramo = 2.20046 libras; 1000 gramos

1 taza = 8 onzas; 473.2 ml



ANEXO # 8

| TABLA PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO MENSUAL | | | | |
|--|-----------------|---------------|------------------|----------------|
| CANTIDADES | INGRESOS | COSTOS | COSTOS | COSTOS |
| Unidades | US\$ | FIJOS | VARIABLES | TOTALES |
| 0 | 0 | 5.968,86 | 0,00 | 5.968,86 |
| 100 | 200 | 5.968,86 | 99,98 | 6.068,83 |
| 200 | 400 | 5.968,86 | 199,95 | 6.168,81 |
| 300 | 600 | 5.968,86 | 299,93 | 6.268,78 |
| 400 | 800 | 5.968,86 | 399,90 | 6.368,76 |
| 500 | 1.000 | 5.968,86 | 499,88 | 6.468,73 |
| 600 | 1.200 | 5.968,86 | 599,85 | 6.568,71 |
| 700 | 1.400 | 5.968,86 | 699,83 | 6.668,68 |
| 800 | 1.600 | 5.968,86 | 799,80 | 6.768,66 |
| 900 | 1.800 | 5.968,86 | 899,78 | 6.868,64 |
| 1000 | 2.000 | 5.968,86 | 999,75 | 6.968,61 |
| 1100 | 2.199 | 5.968,86 | 1.099,73 | 7.068,59 |
| 1200 | 2.399 | 5.968,86 | 1.199,70 | 7.168,56 |
| 1300 | 2.599 | 5.968,86 | 1.299,68 | 7.268,54 |
| 1400 | 2.799 | 5.968,86 | 1.399,66 | 7.368,51 |
| 1500 | 2.999 | 5.968,86 | 1.499,63 | 7.468,49 |
| 1600 | 3.199 | 5.968,86 | 1.599,61 | 7.568,46 |
| 1700 | 3.399 | 5.968,86 | 1.699,58 | 7.668,44 |
| 1800 | 3.599 | 5.968,86 | 1.799,56 | 7.768,41 |
| 1900 | 3.799 | 5.968,86 | 1.899,53 | 7.868,39 |
| 2000 | 3.999 | 5.968,86 | 1.999,51 | 7.968,36 |
| 2100 | 4.199 | 5.968,86 | 2.099,48 | 8.068,34 |
| 2200 | 4.399 | 5.968,86 | 2.199,46 | 8.168,31 |
| 2300 | 4.599 | 5.968,86 | 2.299,43 | 8.268,29 |
| 2400 | 4.799 | 5.968,86 | 2.399,41 | 8.368,27 |
| 2500 | 4.999 | 5.968,86 | 2.499,38 | 8.468,24 |
| 2600 | 5.199 | 5.968,86 | 2.599,36 | 8.568,22 |
| 2700 | 5.399 | 5.968,86 | 2.699,34 | 8.668,19 |
| 2800 | 5.599 | 5.968,86 | 2.799,31 | 8.768,17 |
| 2900 | 5.799 | 5.968,86 | 2.899,29 | 8.868,14 |
| 3000 | 5.999 | 5.968,86 | 2.999,26 | 8.968,12 |
| 3100 | 6.198 | 5.968,86 | 3.099,24 | 9.068,09 |
| 3200 | 6.398 | 5.968,86 | 3.199,21 | 9.168,07 |
| 3300 | 6.598 | 5.968,86 | 3.299,19 | 9.268,04 |
| 3400 | 6.798 | 5.968,86 | 3.399,16 | 9.368,02 |
| 3500 | 6.998 | 5.968,86 | 3.499,14 | 9.467,99 |
| 3600 | 7.198 | 5.968,86 | 3.599,11 | 9.567,97 |
| 3700 | 7.398 | 5.968,86 | 3.699,09 | 9.667,95 |
| 3800 | 7.598 | 5.968,86 | 3.799,06 | 9.767,92 |
| 3900 | 7.798 | 5.968,86 | 3.899,04 | 9.867,90 |
| 4000 | 7.998 | 5.968,86 | 3.999,01 | 9.967,87 |
| 4100 | 8.198 | 5.968,86 | 4.098,99 | 10.067,85 |
| 4200 | 8.398 | 5.968,86 | 4.198,97 | 10.167,82 |
| 4300 | 8.598 | 5.968,86 | 4.298,94 | 10.267,80 |
| 4400 | 8.798 | 5.968,86 | 4.398,92 | 10.367,77 |
| 4500 | 8.998 | 5.968,86 | 4.498,89 | 10.467,75 |

| | | | | |
|-------------|---------------|-----------------|-----------------|------------------|
| 4600 | 9.198 | 5.968,86 | 4.598,87 | 10.567,72 |
| 4700 | 9.398 | 5.968,86 | 4.698,84 | 10.667,70 |
| 4800 | 9.598 | 5.968,86 | 4.798,82 | 10.767,67 |
| 4900 | 9.798 | 5.968,86 | 4.898,79 | 10.867,65 |
| 5000 | 9.998 | 5.968,86 | 4.998,77 | 10.967,63 |
| 5100 | 10.197 | 5.968,86 | 5.098,74 | 11.067,60 |
| 5200 | 10.397 | 5.968,86 | 5.198,72 | 11.167,58 |
| 5300 | 10.597 | 5.968,86 | 5.298,69 | 11.267,55 |
| 5400 | 10.797 | 5.968,86 | 5.398,67 | 11.367,53 |
| 5500 | 10.997 | 5.968,86 | 5.498,65 | 11.467,50 |
| 5600 | 11.197 | 5.968,86 | 5.598,62 | 11.567,48 |
| 5700 | 11.397 | 5.968,86 | 5.698,60 | 11.667,45 |
| 5800 | 11.597 | 5.968,86 | 5.798,57 | 11.767,43 |
| 5900 | 11.797 | 5.968,86 | 5.898,55 | 11.867,40 |
| 5970 | 11.937 | 5.968,86 | 5.968,53 | 11.937,39 |
| 6000 | 11.997 | 5.968,86 | 5.998,52 | 11.967,38 |
| 6100 | 12.197 | 5.968,86 | 6.098,50 | 12.067,35 |
| 6200 | 12.397 | 5.968,86 | 6.198,47 | 12.167,33 |
| 6300 | 12.597 | 5.968,86 | 6.298,45 | 12.267,31 |
| 6400 | 12.797 | 5.968,86 | 6.398,42 | 12.367,28 |
| 6500 | 12.997 | 5.968,86 | 6.498,40 | 12.467,26 |
| 6600 | 13.197 | 5.968,86 | 6.598,37 | 12.567,23 |
| 6700 | 13.397 | 5.968,86 | 6.698,35 | 12.667,21 |
| 6800 | 13.597 | 5.968,86 | 6.798,33 | 12.767,18 |
| 6900 | 13.797 | 5.968,86 | 6.898,30 | 12.867,16 |
| 7000 | 13.997 | 5.968,86 | 6.998,28 | 12.967,13 |
| 7100 | 14.197 | 5.968,86 | 7.098,25 | 13.067,11 |
| 7200 | 14.396 | 5.968,86 | 7.198,23 | 13.167,08 |
| 7300 | 14.596 | 5.968,86 | 7.298,20 | 13.267,06 |
| 7400 | 14.796 | 5.968,86 | 7.398,18 | 13.367,03 |
| 7500 | 14.996 | 5.968,86 | 7.498,15 | 13.467,01 |
| 7600 | 15.196 | 5.968,86 | 7.598,13 | 13.566,99 |
| 7700 | 15.396 | 5.968,86 | 7.698,10 | 13.666,96 |
| 7800 | 15.596 | 5.968,86 | 7.798,08 | 13.766,94 |
| 7900 | 15.796 | 5.968,86 | 7.898,05 | 13.866,91 |
| 8000 | 15.996 | 5.968,86 | 7.998,03 | 13.966,89 |
| 8100 | 16.196 | 5.968,86 | 8.098,01 | 14.066,86 |
| 8200 | 16.396 | 5.968,86 | 8.197,98 | 14.166,84 |
| 8300 | 16.596 | 5.968,86 | 8.297,96 | 14.266,81 |
| 8400 | 16.796 | 5.968,86 | 8.397,93 | 14.366,79 |
| 8500 | 16.996 | 5.968,86 | 8.497,91 | 14.466,76 |
| 8600 | 17.196 | 5.968,86 | 8.597,88 | 14.566,74 |
| 8700 | 17.396 | 5.968,86 | 8.697,86 | 14.666,71 |
| 8800 | 17.596 | 5.968,86 | 8.797,83 | 14.766,69 |
| 8900 | 17.796 | 5.968,86 | 8.897,81 | 14.866,66 |
| 9000 | 17.996 | 5.968,86 | 8.997,78 | 14.966,64 |

ANEXO # 9

| PUNTO DE EQUILIBRIO SEGÚN CAPACIDAD TOPE | | | | |
|---|-----------------|---------------|------------------|----------------|
| CANTIDADES | INGRESOS | COSTOS | COSTOS | COSTOS |
| % | US\$ | FIJOS | VARIABLES | TOTALES |
| 0% - 0 | 0 | 5.968,86 | 0,00 | 5.968,86 |
| 1,1% - 100 | 200 | 5.968,86 | 99,98 | 6.068,83 |
| 2,2% - 200 | 400 | 5.968,86 | 199,95 | 6.168,81 |
| 3,3% - 300 | 600 | 5.968,86 | 299,93 | 6.268,78 |
| 4,4% - 400 | 800 | 5.968,86 | 399,90 | 6.368,76 |
| 5,5% - 500 | 1.000 | 5.968,86 | 499,88 | 6.468,73 |
| 6,6% - 600 | 1.200 | 5.968,86 | 599,85 | 6.568,71 |
| 7,7% - 700 | 1.400 | 5.968,86 | 699,83 | 6.668,68 |
| 8,8% - 800 | 1.600 | 5.968,86 | 799,80 | 6.768,66 |
| 10% - 900 | 1.800 | 5.968,86 | 899,78 | 6.868,64 |
| 11,1% - 1000 | 2.000 | 5.968,86 | 999,75 | 6.968,61 |
| 12,2% - 11000 | 2.199 | 5.968,86 | 1.099,73 | 7.068,59 |
| 13,3% - 1200 | 2.399 | 5.968,86 | 1.199,70 | 7.168,56 |
| 14,4% - 1300 | 2.599 | 5.968,86 | 1.299,68 | 7.268,54 |
| 15,5% - 1400 | 2.799 | 5.968,86 | 1.399,66 | 7.368,51 |
| 16,6% - 1500 | 2.999 | 5.968,86 | 1.499,63 | 7.468,49 |
| 17,7% - 1600 | 3.199 | 5.968,86 | 1.599,61 | 7.568,46 |
| 18,8% - 1700 | 3.399 | 5.968,86 | 1.699,58 | 7.668,44 |
| 20% - 1800 | 3.599 | 5.968,86 | 1.799,56 | 7.768,41 |
| 21,1% - 1900 | 3.799 | 5.968,86 | 1.899,53 | 7.868,39 |
| 22,2% - 2000 | 3.999 | 5.968,86 | 1.999,51 | 7.968,36 |
| 23,3% - 2100 | 4.199 | 5.968,86 | 2.099,48 | 8.068,34 |
| 24,4% - 2200 | 4.399 | 5.968,86 | 2.199,46 | 8.168,31 |
| 25,5% - 2300 | 4.599 | 5.968,86 | 2.299,43 | 8.268,29 |
| 26,6% - 2400 | 4.799 | 5.968,86 | 2.399,41 | 8.368,27 |
| 27,7% - 2500 | 4.999 | 5.968,86 | 2.499,38 | 8.468,24 |
| 28,8% - 2600 | 5.199 | 5.968,86 | 2.599,36 | 8.568,22 |
| 30% - 2700 | 5.399 | 5.968,86 | 2.699,34 | 8.668,19 |
| 31,1% - 2800 | 5.599 | 5.968,86 | 2.799,31 | 8.768,17 |
| 32,2% - 2900 | 5.799 | 5.968,86 | 2.899,29 | 8.868,14 |
| 33,3% - 3000 | 5.999 | 5.968,86 | 2.999,26 | 8.968,12 |
| 34,4% - 3100 | 6.198 | 5.968,86 | 3.099,24 | 9.068,09 |
| 35,5% - 3200 | 6.398 | 5.968,86 | 3.199,21 | 9.168,07 |
| 36,6% - 3300 | 6.598 | 5.968,86 | 3.299,19 | 9.268,04 |
| 37,7% - 3400 | 6.798 | 5.968,86 | 3.399,16 | 9.368,02 |
| 38,8% - 3500 | 6.998 | 5.968,86 | 3.499,14 | 9.467,99 |
| 40% - 3600 | 7.198 | 5.968,86 | 3.599,11 | 9.567,97 |
| 41,1% - 3700 | 7.398 | 5.968,86 | 3.699,09 | 9.667,95 |
| 42,2% - 3800 | 7.598 | 5.968,86 | 3.799,06 | 9.767,92 |
| 43,3% - 3900 | 7.798 | 5.968,86 | 3.899,04 | 9.867,90 |
| 44,4% - 4000 | 7.998 | 5.968,86 | 3.999,01 | 9.967,87 |
| 45,5% - 4100 | 8.198 | 5.968,86 | 4.098,99 | 10.067,85 |
| 46,6% - 4200 | 8.398 | 5.968,86 | 4.198,97 | 10.167,82 |
| 47,7% - 4300 | 8.598 | 5.968,86 | 4.298,94 | 10.267,80 |
| 48,8% - 4400 | 8.798 | 5.968,86 | 4.398,92 | 10.367,77 |
| 50% - 4500 | 8.998 | 5.968,86 | 4.498,89 | 10.467,75 |

| | | | | |
|----------------------|---------------|-----------------|-----------------|------------------|
| 51,1% - 4600 | 9.198 | 5.968,86 | 4.598,87 | 10.567,72 |
| 52,2% - 4700 | 9.398 | 5.968,86 | 4.698,84 | 10.667,70 |
| 53,3% - 4800 | 9.598 | 5.968,86 | 4.798,82 | 10.767,67 |
| 54,4% - 4900 | 9.798 | 5.968,86 | 4.898,79 | 10.867,65 |
| 55,5% - 5000 | 9.998 | 5.968,86 | 4.998,77 | 10.967,63 |
| 56,6% - 5100 | 10.197 | 5.968,86 | 5.098,74 | 11.067,60 |
| 57,7% - 5200 | 10.397 | 5.968,86 | 5.198,72 | 11.167,58 |
| 58,8% - 5300 | 10.597 | 5.968,86 | 5.298,69 | 11.267,55 |
| 60% - 5400 | 10.797 | 5.968,86 | 5.398,67 | 11.367,53 |
| 61,1% - 5500 | 10.997 | 5.968,86 | 5.498,65 | 11.467,50 |
| 62,2% - 5600 | 11.197 | 5.968,86 | 5.598,62 | 11.567,48 |
| 63,3% - 5700 | 11.397 | 5.968,86 | 5.698,60 | 11.667,45 |
| 64,4% - 5800 | 11.597 | 5.968,86 | 5.798,57 | 11.767,43 |
| 65,5% - 5900 | 11.797 | 5.968,86 | 5.898,55 | 11.867,40 |
| 66,33% - 5970 | 11.937 | 5.968,86 | 5.968,53 | 11.937,39 |
| 66,6% - 6000 | 11.997 | 5.968,86 | 5.998,52 | 11.967,38 |
| 67,7% - 6100 | 12.197 | 5.968,86 | 6.098,50 | 12.067,35 |
| 68,8% - 6200 | 12.397 | 5.968,86 | 6.198,47 | 12.167,33 |
| 70% - 6300 | 12.597 | 5.968,86 | 6.298,45 | 12.267,31 |
| 71,1% - 6400 | 12.797 | 5.968,86 | 6.398,42 | 12.367,28 |
| 72,2% - 6500 | 12.997 | 5.968,86 | 6.498,40 | 12.467,26 |
| 73,3% - 6600 | 13.197 | 5.968,86 | 6.598,37 | 12.567,23 |
| 74,4% - 6700 | 13.397 | 5.968,86 | 6.698,35 | 12.667,21 |
| 75,5% - 6800 | 13.597 | 5.968,86 | 6.798,33 | 12.767,18 |
| 76,6% - 6900 | 13.797 | 5.968,86 | 6.898,30 | 12.867,16 |
| 77,7% - 7000 | 13.997 | 5.968,86 | 6.998,28 | 12.967,13 |
| 78,8% - 7100 | 14.197 | 5.968,86 | 7.098,25 | 13.067,11 |
| 80% - 7200 | 14.396 | 5.968,86 | 7.198,23 | 13.167,08 |
| 81,1% - 7300 | 14.596 | 5.968,86 | 7.298,20 | 13.267,06 |
| 82,2% - 7400 | 14.796 | 5.968,86 | 7.398,18 | 13.367,03 |
| 83,3% - 7500 | 14.996 | 5.968,86 | 7.498,15 | 13.467,01 |
| 84,4% - 7600 | 15.196 | 5.968,86 | 7.598,13 | 13.566,99 |
| 85,5% - 7700 | 15.396 | 5.968,86 | 7.698,10 | 13.666,96 |
| 86,6% - 7800 | 15.596 | 5.968,86 | 7.798,08 | 13.766,94 |
| 87,7% - 7900 | 15.796 | 5.968,86 | 7.898,05 | 13.866,91 |
| 88,8% - 8000 | 15.996 | 5.968,86 | 7.998,03 | 13.966,89 |
| 90% - 8100 | 16.196 | 5.968,86 | 8.098,01 | 14.066,86 |
| 91,1% - 8200 | 16.396 | 5.968,86 | 8.197,98 | 14.166,84 |
| 92,2% - 8300 | 16.596 | 5.968,86 | 8.297,96 | 14.266,81 |
| 93,3% - 8400 | 16.796 | 5.968,86 | 8.397,93 | 14.366,79 |
| 94,4% - 8500 | 16.996 | 5.968,86 | 8.497,91 | 14.466,76 |
| 95,5% - 8600 | 17.196 | 5.968,86 | 8.597,88 | 14.566,74 |
| 96,6% - 8700 | 17.396 | 5.968,86 | 8.697,86 | 14.666,71 |
| 97,7% - 8800 | 17.596 | 5.968,86 | 8.797,83 | 14.766,69 |
| 98,8% - 8900 | 17.796 | 5.968,86 | 8.897,81 | 14.866,66 |
| 100% - 9000 | 17.996 | 5.968,86 | 8.997,78 | 14.966,64 |

ANEXO # 10

| COSTOS FIJOS | US \$ |
|----------------------------------|------------------|
| Activo Int. Entrada (Franquicia) | 20.000,00 |
| Regalia | 7.500,00 |
| Alquiler (Agua) | 9.600,00 |
| Sueldos | 9.756,76 |
| Mobiliario | 4.480,00 |
| Caja Registradora | 1.000,00 |
| Computadora | 900,00 |
| Teléfono | 960,00 |
| Suministros | 300,00 |
| Publicidad | 5.381,28 |
| Pasajes Aéreos x Entren. | 2.970,00 |
| Tasa Aeroportaria | 60,00 |
| Estadía | 2.898,00 |
| Patente Municipal | 485,02 |
| TOTAL | 66.291,06 |



| MENÚ | |
|-------------------------|--------------|
| Envolturas | P.V.P |
| Carne de res | 1,51 |
| Pollo | 1,31 |
| Camarón | 2,11 |
| Ensaladas | |
| Bourbon | 0,52 |
| Ensalada César de pollo | 0,73 |
| Vegetariana | 0,31 |
| Bebidas | |
| Colas | |
| Pequeña | 0,30 |
| Mediana | 0,35 |
| Grande | 0,50 |
| Light | 0,55 |
| Agua | 0,28 |
| Salsas | |
| Queso | 0,40 |
| Guacamole | 0,21 |
| Barbecue | 0,20 |



ANEXO # 11

Se la puede adquirir en "Eduardo Trujillo", ubicado en Chimborazo 2075 y Venezuela su número telefónico es 2446513. Sra. Julia Ruiz.

Zona de 27 de 19
Maura Calle

Registro Único de Contribuyente
No. 0990001162001

A

FACTURA

Botización

ETB Eduardo Trujillo B. C. Ltda.

Eloy Alfaro No. 1013 y Gómez Rendón Teléfonos: 400539 - 401093 Eax 401094 - Casilla 3693

lo siguiente:

D E B E

1 bocina a gas tipo industrial de
3- hornillos c/ plancha parrilla y
horno. en quemadores de inace #3.
Modelo **EH-313** Medidas: Frente 110
Fondo: 104
altura 655

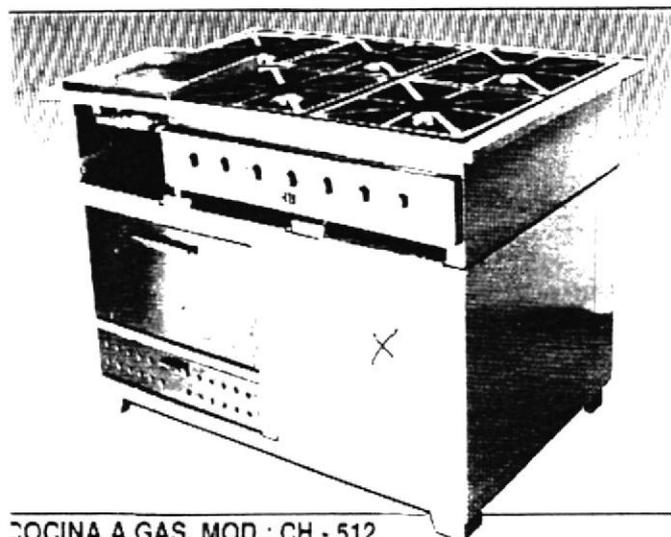
\$ 320.00

1 Regulador industrial de alta presión
+ IVA

38.00

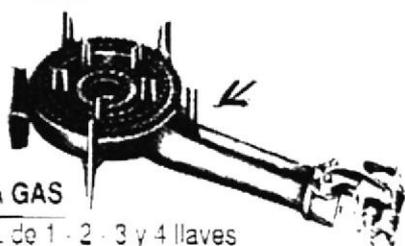
60% Anticipo
40% Contra entrega
Entregación 15 laborables.

Cocinas a gas tipo industrial



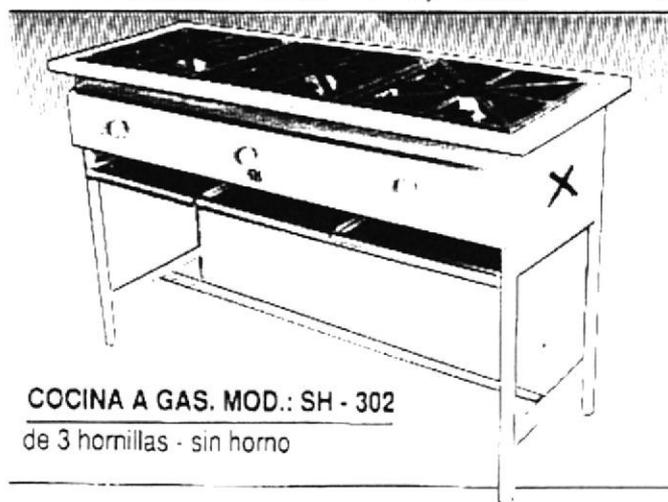
COCINA A GAS, MOD.: CH - 512

de 5 hornillas,
plancha freidora
y horno.



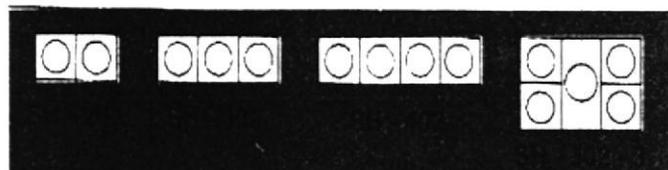
QUEMADORES A GAS

TIPO INDUSTRIAL de 1 - 2 - 3 y 4 llaves



COCINA A GAS, MOD.: SH - 302

de 3 hornillas - sin horno

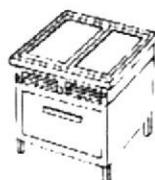


**Un modelo
para cada
necesidad**



MODELO:
CH - 312

MODELO:
CH - 040



MODELO:
CH - 222

MODELO:
CH - 402



MODELO:
CH - 501 - 2

MODELO:
CH - 512



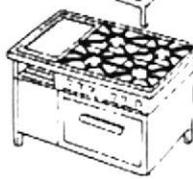
MODELO:
CH - 801-2



MODELO:
CH - 602



MODELO:
CH 422



CUB-ESPOL



PROFORMA N° 011195

Nombre: SRA. MARCELA RODRIGUEZ (ING. GONZALEZ PEREZ)
 Dirección: CHIMBORAZO #23 y VELAZ
 Fecha: DIC. 3/02 Teléfono: 2200461

| UNIDAD | MODELO | PRECIO |
|--|----------------------------|---------|
| 2 CONSOLA PITHA-TECHA | COMFORTAIR DE 48000 BTU | 2 726.- |
| 1 MULTISPLIT LG 2+12 | 24000 BTU | 1.135.- |
| INSTALACION PITHA (CABLEADO 2 MTS TUBERIA) | | 500.- |
| 1 MULTISPLIT (CABLEADO) | | 300.- |
| Observaciones: <u>ACTIVACION PROVISIONAL</u> | | 4.731.- |

PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO
 PRECIOS YA INCLUYEN IVA

GUAYAQUIL Av. De las Américas # 2787 Diagonal al Coiseco Cerrado - Telfs.: (593-4) 22390050 - 2350787 - 2350903 Fax: 2283394
 Rotonda Centro Comercial La Rotonda local #15 - Telfs.: (593-4) 2231679 - 2231714 - Fax: 2231730
 MANTA: Centro Comercial "El Paseo Shopping" local 59 A planta alta - Telfs.: 05920867 - 099893766
 QUITO: Centro Comercial "La Y" local 20 - Telfs.: 02 2272826 - 02 22528990 Fax: 02 2272838

Vicente Lescano
 09-99200240

LLAME GRATIS 1-800 CARRIER
 www.centuriosa.com



Frío sistemas

CIA LTDA

Tecnología en refrigeración, climatización y mantenimiento

PROFORMA #F 5 2002 11 2108

Nombre: _____

RPO: _____

Apellido: _____

EDUARDO URIBE IGLESIAS

VACAS GALINDO 1522 Y AV. DEL EJERCITO
TELEFONO - FAX 2450353
METRO 2575757 José Miranda Cordero
e-mail jmiranda@speed.net.ec
R. U. C. 0991236414001
GUAYAQUIL - ECUADOR

CLIENTE: SR. CARLOS LUIS VELEZ N.

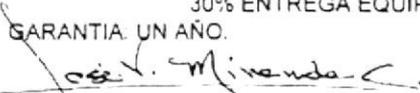
ATT.: SR. CARLOS LUIS VELEZ NARANJO

COTIZACIÓN 076

FECHA: 26 DIC 2.002

| CANTIDAD | ITEM | V. UNITARIO | VALOR TOTAL |
|------------------------|---|-------------|-----------------|
| 1 | Computador motherboard INTEL 845 478 pines, case ATX procesador Pentium IV de 1.7 Ghz.400 Mhz., memoria SDRAM PC133 de 256 Mb RAM, disco duro Ide de 60 Gb 7200 rpm, disquete de 1,44 Mb, Cd-Rom 52X, teclado, mouse, puerto serial, paralelo, 2 puertos USB, incluye sonido, puerto de red 10/100 y video, parlantes Genius SP-G02, monitor SAMSUNG de 15 pulg. SVGA, color alta resolución. | \$705.00 | \$705.00 |
| 1 | Impresora Inyección HP pequeña Deskjet 3420 p. Usb 10 pag. Negro, 8 pag. Color | \$98.50 | \$98.50 |
| S U B T O T A L | | | \$803,50 |
| I. V. A. | | | \$96,50 |
| T O T A L | | | \$900,00 |

VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 DIAS
TIEMPO DE ENTREGA: 1 - 3 DIAS
FORMA DE PAGO: 70% ORDEN DE COMPRA
30% ENTREGA EQUIPOS
GARANTIA: UN AÑO.


Ing. José Vicente Miranda Cordero
Gerente

MUEBLERIA "ELIZABETH"

DE ETREN SOTO

Tercera Carretera Calle José A. Paredón y Rodríguez
 14.18 de Matanzas.
 TELEFONO 887 347

1978 20-12-2002

Atención: Juan Pérez

Muebles para sala de 150 y 120 cm ^{100 cm}

29,63 - 31.400

| CANT. | DESCRIPCIÓN | CANT. | VALOR |
|-------|---|-------|----------|
| 15 | Mesas para computadora, estructura metálica con tablero de madera, con medidas de 70x70 cm | 15 | 2.400,00 |
| 10 | Sillas para computadora, estructura metálica con tablero de madera | 10 | 1.200,00 |
| 1 | Almohadón para computadora (madera) | 1 | 400,00 |
| | Este mobiliario se instalará en el consultorio de diagnóstico en la consultoría de medicina I etapa | | 3.000,00 |

[Firma]
 Lidia Valderrama

| | | |
|--------------|-----|-----------------|
| Adjuvante | 50% | 1.500,00 |
| IVA | 4% | 120,00 |
| | | 4.000,00 |
| TOTAL | | 4.420,00 |

ENTREGA ESCOBEDO YAV 9 DE OCTUBRE
TELEFONO 2-324630 EXT 111/112
FAX 2-328152



EL UNIVERSO
EL MAYOR DIARIO NACIONAL
RUC 0950019657001
COTIZACION

PARA _____
FECHA: _____

TIPO DE AVISO: General
MEDIDAS 2x3 ANCHO 7/8 ALTO 1/2
SECCION General PAGINA 1

SUBTOTAL 1436
IVA 12% 171.6
TOTAL 1607.6
PAGAR POR UN DIA ORDINARIO
CADA DIA ENTRE LUNES A SABADO

Avisos con diseños
traer Disketta
Programa Corel Draw
ó Illustrator
Medidas exactas
Impresión Laser

SUBTOTAL 2000
IVA 12% 240
TOTAL 2240
A PAGAR POR UN DIA DOMINGO

- 1 Columna = 4.6
- 2 Columnas = 9.6
- 3 Columnas = 14.6
- 4 Columnas = 19.6
- 5 Columnas = 24.6
- 6 Columnas = 29.6

CONDICIONES DE ANTICIPACIÓN
ENTREGAR AVISO ORIGINAL
FIRMAR EL TEXTO
COPIA DE CEDULA Y/O RUC
LLENAR FORMULARIO RESPONSABILIDAD

NO ACEPTAMOS CHEQUE CERTIFICADO

ANEXO # 12

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | V.S año 3 | V.S año 5 | V.S año 6 | V.S año 9 | V.S año 10 |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| INVERSIÓN INICIAL | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cocina Industrial | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | | | | | 80 |
| Acondicionador de Aire | 757 | 757 | 757 | 757 | 757 | | | | | | | 946 | | | |
| Congelador | 105 | 105 | 105 | 105 | 105 | | | | | | | 131 | | | |
| Computadora | 240 | 240 | 240 | | | | | | | | 180 | | | | |
| Caja registradora | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | | | | | | | 200 | | | |
| Mobiliario | 717 | 717 | 717 | 717 | 717 | | | | | | | 896 | | | |
| Olla a presión | 8 | 8 | 8 | | | | | | | | 6 | | | | |
| Licudora | 13 | 13 | 13 | | | | | | | | 10 | | | | |
| NUEVOS ACTIVOS FLUJOS | | | | | | | | | | | | | | | |
| Acond. Aire Central * | | | | | | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 | | | | | 1000 |
| Congelador ⁰ | | | | | | 115 | 115 | 115 | 115 | 115 | | | | | 144 |
| Computadora** | | | | 320 | 320 | 320 | | | | | | | 240 | | |
| Caja registradora*** | | | | 192 | 192 | 192 | 192 | 192 | 192 | 192 | | | | | 240 |
| Mobiliario**** | | | | 880 | 880 | 880 | 880 | 880 | 880 | 880 | | | | | 1100 |
| Computadora** | | | | | | | 340 | 340 | 340 | 340 | | | | | 340 |
| Olla a presión ¹ | | | | 11 | 11 | 11 | | | | | | | 8 | | |
| Licudora ² | | | | 15 | 15 | 15 | | | | | | | 11 | | |
| Olla a presión ³ | | | | | | | 13 | 13 | 13 | 13 | | | | 10 | |
| Licudora ⁴ | | | | | | | 16 | 16 | 16 | 16 | | | | 12 | |
| Olla a presión ⁵ | | | | | | | | | | 15 | | | | | 11 |
| Licudora ⁶ | | | | | | | | | | 17 | | | | | 13 |
| Total a depreciar | 2.032 | 2.032 | 2.032 | 2.116 | 2.116 | 2.365 | 2.389 | 2.389 | 2.389 | 2.391 | | | | | |
| Depreciación Acumulada | 2.032 | 4.063 | 6.095 | 8.211 | 10.327 | 12.691 | 15.080 | 17.469 | 19.857 | 22.249 | | | | | |
| Valor de Salvamento | | | | | | | | | | | 196 | 2.173 | 259 | 22 | 2.928 |

* Posible compra en US\$ 5,000 ***Posible compra en US\$ 1,200 ⁰Posible compra en US\$720 ² Posible compra en US\$ 55 ⁴ Posible compra en US\$ 60
 ** Posible compra en US\$ 1,200 ****Posible compra en US\$ 5,500 ¹ Posible compra en US\$ 40 ³ Posible compra en US\$ 50 ⁵ Posible compra en US\$ 55
⁶ Posible compra en US\$ 65

ANEXO # 13

| SUELDOS | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-------------|--------------|---------------|---------------------|----------|----------------|------------|--------|--|--|
| PERSONAL GENERAL | | | | | | | | | | |
| REMUNERACIÓN MENSUAL US\$ | | | | | | | | | | |
| SUELDO | *TRANSPORTE | ALIMENTACIÓN | DÉCIMO CUARTO | COMPONENTE SALARIAL | SUBTOTAL | DÉCIMO TERCERO | TOTAL US\$ | | | |
| 250 | 13,44 | 30,00 | 8,73 | 8,00 | 310,17 | 25,85 | 336,02 | | | |
| 120 | 13,44 | 30,00 | 8,73 | 8,00 | 180,17 | 15,01 | 195,19 | | | |
| 200 | 13,44 | 30,00 | 8,73 | 8,00 | 260,17 | 21,68 | 281,85 | | | |
| TOTAL DE SUELDOS | | | | | | | | 813,06 | | |

| DESCRIPCIÓN | US \$ | UNIDAD | CANTIDAD | TOTAL |
|----------------------------------|-------|--------|----------|--------|
| SUMINISTROS DE OFICINA | | | | |
| RESMAS DE PAPEL | | 2,00 | 8 | 16,00 |
| CARTUCHOS DE IMPRESORAS | | 15,00 | 4 | 60,00 |
| CARPETAS ARCHIVADORES (GRANDES) | | 4,00 | 5 | 20,00 |
| CARPETAS ARCHIVADORES (PEQUEÑAS) | | 3,00 | 2 | 6,00 |
| CAJA DE BOLÍGRAFOS | | 2,00 | 4 | 8,00 |
| CAJA DE LÁPICES | | 1,00 | 4 | 4,00 |
| SEPARADORES | | 1,50 | 4 | 6,00 |
| BLOCKS DE FACTURAS | | 18,00 | 2 | 36,00 |
| CAJA DE DISKETTES | | 5,00 | 2 | 10,00 |
| CLIPS, GRAPAS | | 2,00 | 2 | 4,00 |
| RESALTADORES | | 10,00 | 3 | 30,00 |
| UNIFORMES | | 20 | 5 | 100,00 |
| TOTAL | | | | 300,00 |



ANEXO # 14

| VARIOS | | US\$ |
|----------------------|--|---------------|
| Registro Mercantil | | 400,00 |
| Registro Imp. - Exp. | | 10,00 |
| Patente | | 2,02 |
| Extintor | | 35,00 |
| P.A.I | | 8,00 |
| Trámites varios | | 30,00 |
| Total | | 485,02 |

| SERVICIO BÁSICO | | |
|------------------------|--------------|---------------|
| US\$ | Mensual | Anual |
| Teléfono | 80,00 | 960,00 |
| Total | 80,00 | 960,00 |

| ENTRENAMIENTO* | | | |
|-----------------------|--|---------------|-----------------|
| US\$ | | Mensual | Anual |
| Pasajes Aéreos | | 495,00 | 2.970,00 |
| Tasa Aeroportaria | | 10,00 | 60,00 |
| Estadía por 1 semana | | 483,00 | 2.898,00 |
| Total | | 988,00 | 5.928,00 |

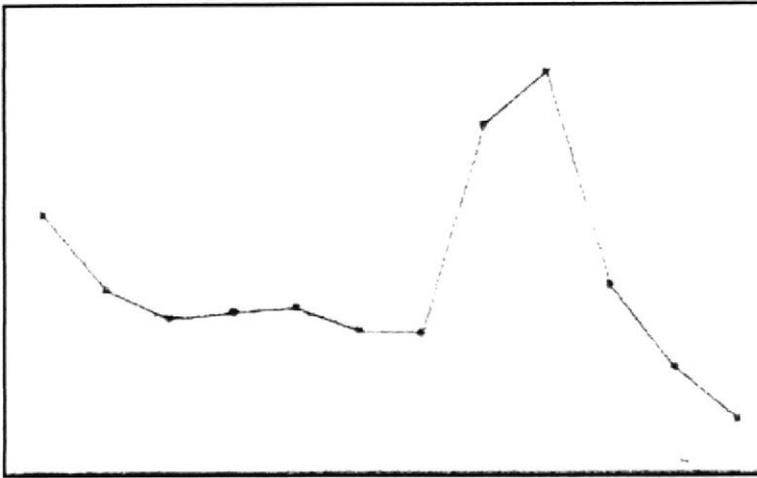
*El entrenamiento se realizará c/ 2 meses, sólo viaja 1 persona.

| PUBLICIDAD | | |
|----------------------|---------------|----------------|
| US\$ (Domingos) | Mensual | Anual |
| Periódico (1 vez) | 224,22 | 2690,64 |
| Mes (2 veces) | 448,44 | 5381,28 |

| ALQUILER | |
|-----------------|-------------|
| (AGUA) | US\$ |
| Mensual | 800 |
| Anual | 9600 |

ANEXO # 15

Nuestro proyecto justifica el 5% de inflación al término del mismo, debido al ajuste de precios que se comenzaron a dar una vez instaurada la dolarización, los precios han ido convergiendo hacia dichos incrementos, Ecuador pretende llegar a tener una inflación de un país estable, es decir de un dígito y se acepta un proceso de convergencia de precios lentos, por lo tanto pensar en una inflación de 5 % en la economía ecuatoriana demandaría tener una inflación promedio mensual no mayor a 0.42%



**"NEW YORK BURRITO GOURMET WRAPS"
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|---|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| VENTAS NETAS | 153,736.06 | 166,250.90 | 177,628.19 | 190,932.54 | 206,233.39 | 220,605.37 | 237,128.71 | 254,889.65 | 273,960.88 | 294,502.06 |
| Ingreso por Burrito | 89,252.33 | 96,937.33 | 103,123.04 | 110,846.95 | 119,149.39 | 128,073.68 | 137,666.40 | 147,977.61 | 159,061.14 | 170,974.81 |
| Ingreso por Ensalada | 28,142.34 | 30,250.20 | 32,515.94 | 34,961.39 | 37,569.24 | 40,383.18 | 43,407.88 | 46,659.13 | 50,153.90 | 53,910.43 |
| Ingreso por Salsas | 14,645.04 | 15,741.95 | 16,921.02 | 18,188.41 | 19,550.72 | 21,015.07 | 22,589.10 | 24,281.02 | 26,099.67 | 28,054.54 |
| Ingreso por Bebidas | 21,696.35 | 23,321.41 | 25,068.18 | 26,945.79 | 28,964.03 | 31,133.44 | 33,465.33 | 35,971.88 | 38,666.18 | 41,562.27 |
| COSTO DE VENTAS | 87,445.00 | 93,994.64 | 101,034.83 | 108,602.34 | 116,736.66 | 125,480.23 | 134,878.70 | 144,981.12 | 155,840.20 | 167,512.64 |
| Costo por burrito | 44,626.17 | 47,968.67 | 51,561.52 | 55,423.48 | 59,574.70 | 64,036.84 | 68,833.20 | 73,988.81 | 79,530.57 | 85,487.41 |
| Costo por ensalada | 14,071.17 | 15,125.10 | 16,257.97 | 17,475.69 | 18,784.62 | 20,191.59 | 21,703.94 | 23,329.57 | 25,076.95 | 26,955.21 |
| Costo por salsas | 7,051.31 | 7,579.46 | 8,147.16 | 8,757.38 | 9,413.31 | 10,118.37 | 10,876.23 | 11,690.86 | 12,566.51 | 13,507.74 |
| Costo por bebida | 21,696.35 | 23,321.41 | 25,068.18 | 26,945.79 | 28,964.03 | 31,133.44 | 33,465.33 | 35,971.88 | 38,666.18 | 41,562.27 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 66,291.06 | 71,256.26 | 76,593.36 | 82,330.20 | 88,496.73 | 95,125.13 | 102,250.01 | 109,908.53 | 118,140.68 | 126,989.42 |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS | 39,911.06 | 34,797.94 | 36,162.84 | 37,595.98 | 39,100.78 | 40,680.82 | 42,339.86 | 44,081.85 | 45,910.95 | 47,831.49 |
| Sueldos | 9,756.76 | 10,244.60 | 10,756.83 | 11,294.67 | 11,859.40 | 12,452.37 | 13,074.99 | 13,728.74 | 14,415.18 | 15,136.94 |
| Alquiler (agua) | 9,600.00 | 10,080.00 | 10,584.00 | 11,113.20 | 11,668.86 | 12,252.30 | 12,864.92 | 13,508.16 | 14,183.57 | 14,892.75 |
| Regalía | 7,500.00 | 7,500.00 | 7,500.00 | 7,500.00 | 7,500.00 | 7,500.00 | 7,500.00 | 7,500.00 | 7,500.00 | 7,500.00 |
| Teléfono | 960.00 | 1,008.00 | 1,058.40 | 1,111.32 | 1,166.89 | 1,225.23 | 1,286.49 | 1,350.82 | 1,418.36 | 1,489.28 |
| Publicidad | 5,381.28 | 5,650.34 | 5,932.86 | 6,229.50 | 6,540.98 | 6,868.03 | 7,211.43 | 7,572.00 | 7,950.60 | 8,348.13 |
| Entrenamiento | 5,928.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Varios | 485.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Suministros de Oficina | 300.00 | 315.00 | 330.75 | 347.29 | 364.65 | 382.88 | 402.03 | 422.13 | 443.24 | 465.40 |
| DEPRECIACIONES | 2,031.63 | 2,031.63 | 2,031.63 | 2,116.00 | 2,116.00 | 2,364.61 | 2,368.61 | 2,368.61 | 2,368.61 | 2,361.28 |
| GASTOS FINANCIEROS: Intereses Pagados | 3,600.00 | 3,096.80 | 2,503.02 | 1,802.37 | 975.59 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABORAL | 20,748.37 | 31,329.89 | 36,895.87 | 40,815.85 | 46,304.35 | 52,079.70 | 57,521.54 | 63,438.07 | 69,841.12 | 76,766.65 |
| 15% DE PARTICIPACIÓN LABORAL | 3,112.26 | 4,699.48 | 5,384.36 | 6,122.38 | 6,945.65 | 7,811.96 | 8,628.23 | 9,515.71 | 10,476.17 | 11,515.00 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA | 17,636.12 | 26,630.41 | 30,511.49 | 34,693.47 | 39,358.70 | 44,267.75 | 48,893.31 | 53,922.36 | 59,364.96 | 65,251.65 |
| 25% IMPUESTO A LA RENTA | 4,409.03 | 6,657.60 | 7,627.87 | 8,673.37 | 9,839.67 | 11,066.94 | 12,223.33 | 13,480.59 | 14,841.24 | 16,312.91 |
| UTILIDAD ANTES DE REPARTO DE UTILIDADES | 13,227.09 | 19,972.81 | 22,883.61 | 26,020.10 | 29,519.02 | 33,200.81 | 36,669.98 | 40,441.77 | 44,523.72 | 48,938.74 |
| 30 % Reparto de Utilidades | 3,968.13 | 5,991.84 | 6,865.08 | 7,806.03 | 8,855.71 | 9,960.24 | 11,000.99 | 12,132.53 | 13,357.12 | 14,681.62 |
| UTILIDAD NETA | 9,258.96 | 13,980.96 | 16,018.53 | 18,214.07 | 20,663.32 | 23,240.57 | 25,668.99 | 28,309.24 | 31,166.60 | 34,257.12 |

**"NEW YORK BURRITO GOURMET WRAPS"
BALANCE GENERAL**

| CONCEPTO | PREOP. | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ACTIVOS REALES | | | | | | | | | | | |
| ACTIVO INTANGIBLE | | | | | | | | | | | |
| Entrada de Franquicia | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 | 20,000.00 |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | | | | | | | |
| Caja y Banco | 11,107.01 | 19,602.04 | 32,315.87 | 46,669.21 | 61,111.09 | 80,843.69 | 94,087.87 | 120,335.46 | 151,033.31 | 184,610.52 | 224,067.11 |
| Total de Activos Circulantes | 31,107.01 | 39,602.04 | 52,315.87 | 66,669.21 | 81,111.09 | 100,843.69 | 114,087.87 | 140,335.46 | 171,033.31 | 204,610.52 | 244,067.11 |
| ACTIVOS FIJOS | | | | | | | | | | | |
| Cocina Industrial | 400.96 | 400.96 | 400.96 | 400.96 | 400.96 | 400.96 | 400.96 | 400.96 | 400.96 | 400.96 | 320.77 |
| Acondicionador de aire central | 4,731.00 | 4,731.00 | 4,731.00 | 4,731.00 | 4,731.00 | 3,784.80 | 8,784.80 | 8,784.80 | 8,784.80 | 8,784.80 | 7,784.80 |
| Congelador | 655.20 | 655.20 | 655.20 | 655.20 | 655.20 | 524.16 | 1,244.16 | 1,244.16 | 1,244.16 | 1,244.16 | 1,100.16 |
| Computador | 900.00 | 900.00 | 900.00 | 720.00 | 1,920.00 | 1,920.00 | 1,680.00 | 3,380.00 | 3,380.00 | 3,380.00 | 3,040.00 |
| Caja registradora | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 800.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 1,760.00 |
| Mobiliario | 4,480.00 | 4,480.00 | 4,480.00 | 4,480.00 | 4,480.00 | 3,584.00 | 9,084.00 | 9,084.00 | 9,084.00 | 9,084.00 | 7,984.00 |
| Olla a presión | 30.82 | 30.82 | 30.82 | 24.66 | 64.66 | 64.66 | 56.66 | 106.66 | 106.66 | 96.66 | 151.66 |
| Licudadora | 47.77 | 47.77 | 47.77 | 38.22 | 93.22 | 93.22 | 82.22 | 142.22 | 142.22 | 130.22 | 195.22 |
| Depreciacion Acumulada | | 2,031.63 | 4,063.25 | 6,094.88 | 8,210.88 | 10,326.88 | 12,691.49 | 15,080.10 | 17,468.71 | 19,857.32 | 22,248.60 |
| Total de Activos Fijos | 12,245.75 | 10,214.12 | 8,182.50 | 5,955.15 | 5,134.15 | 844.91 | 10,641.30 | 10,062.69 | 7,674.08 | 5,263.47 | 88.00 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 43,352.76 | 49,816.16 | 60,498.37 | 72,624.36 | 86,245.25 | 101,488.60 | 124,729.17 | 150,368.15 | 178,707.39 | 209,873.99 | 244,131.11 |
| PASIVO CORRIENTE | | | | | | | | | | | |
| Porción Corriente Deuda a Largo Plazo | 2,795.56 | 3,298.76 | 3,892.53 | 4,593.19 | 5,419.96 | 0.00 | | | | | |
| Total Pasivo Corriente | 2,795.56 | 3,298.76 | 3,892.53 | 4,593.19 | 5,419.96 | 0.00 | | | | | |
| PASIVO DE LARGO PLAZO | | | | | | | | | | | |
| Total de pasivos | 17,204.44 | 13,905.69 | 10,013.15 | 5,419.96 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Patrimonio | | | | | | | | | | | |
| Capital Social | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 | 23,352.76 |
| Utilidad No Distribuida | | 9,258.96 | 9,258.96 | 23,239.93 | 39,258.46 | 57,472.53 | 78,136.84 | 101,376.41 | 127,045.40 | 155,354.64 | 186,521.24 |
| Utilidad del Ejercicio | | 9,258.96 | 13,980.96 | 16,018.53 | 18,214.07 | 20,663.32 | 23,240.57 | 25,668.99 | 28,309.24 | 31,166.60 | 34,257.12 |
| Total patrimonio | 23,352.76 | 32,611.72 | 46,592.68 | 62,611.21 | 80,825.28 | 101,488.60 | 124,729.17 | 150,368.15 | 178,707.39 | 209,873.99 | 244,131.11 |
| TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO | 43,352.76 | 49,816.16 | 60,498.37 | 72,624.36 | 86,245.25 | 101,488.60 | 124,729.17 | 150,368.15 | 178,707.39 | 209,873.99 | 244,131.11 |

**"NEW YORK BURRITO GOURMET WRAPS"
FLUJO DE CAJA**

| CONCEPTO | PREOP. | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| INGRESOS OPERACIONALES | | | | | | | | | | | |
| Ventas | | 153,736.06 | 165,250.90 | 177,628.19 | 190,932.54 | 205,233.39 | 220,605.37 | 237,128.71 | 254,889.65 | 273,980.88 | 294,502.05 |
| Subtotal | | 153,736.06 | 165,250.90 | 177,628.19 | 190,932.54 | 205,233.39 | 220,605.37 | 237,128.71 | 254,889.65 | 273,980.88 | 294,502.05 |
| EGRESOS OPERACIONALES | | | | | | | | | | | |
| Costos de Ventas | | 87,445.00 | 93,994.64 | 101,034.83 | 108,602.34 | 116,736.66 | 125,480.23 | 134,878.70 | 144,981.12 | 155,840.20 | 167,512.64 |
| Subtotal | | 87,445.00 | 93,994.64 | 101,034.83 | 108,602.34 | 116,736.66 | 125,480.23 | 134,878.70 | 144,981.12 | 155,840.20 | 167,512.64 |
| FLUJO OPERACIONAL | | | | | | | | | | | |
| Ingresos no Operacionales | | | | | | | | | | | |
| Crédito | 20,000.00 | | | | | | | | | | |
| Aporte de Capital | 23,362.76 | | | | | | | | | | |
| Depreciaciones | | 2,031.63 | 2,031.63 | 2,031.63 | 2,116.00 | 2,116.00 | 2,364.61 | 2,388.61 | 2,388.61 | 2,388.61 | 2,391.28 |
| Recuperación de otros activos (V S) | | | | 195.72 | 259.00 | | | | | 22.00 | 2,928.19 |
| Subtotal | 43,362.76 | 2,031.63 | 2,031.63 | 2,227.34 | 2,116.00 | 4,289.24 | 2,623.61 | 2,388.61 | 2,388.61 | 2,410.61 | 5,319.47 |
| Egresos no Operacionales | | | | | | | | | | | |
| Gastos Administrativos | | 39,911.06 | 34,797.94 | 36,162.84 | 37,595.98 | 39,100.78 | 40,680.82 | 42,339.86 | 44,061.85 | 45,910.95 | 47,831.49 |
| Depreciaciones | | 2,031.63 | 2,031.63 | 2,031.63 | 2,116.00 | 2,116.00 | 2,364.61 | 2,388.61 | 2,388.61 | 2,388.61 | 2,391.28 |
| Pago de Intereses | | 3,600.00 | 3,096.80 | 2,503.02 | 1,802.37 | 975.59 | | | | | |
| Pago 25% Impuestos | | 4,409.03 | 6,657.60 | 7,627.87 | 8,673.37 | 9,839.67 | 11,066.94 | 12,223.33 | 13,480.59 | 14,841.24 | 16,312.91 |
| Pago 15% Participación Laboral | | 3,112.26 | 4,699.48 | 5,384.38 | 6,122.38 | 6,945.65 | 7,811.96 | 8,628.23 | 9,515.71 | 10,476.17 | 11,515.00 |
| Reparto de Dividendos | | 3,968.13 | 5,991.84 | 6,865.08 | 7,806.03 | 8,855.71 | 9,960.24 | 11,000.99 | 12,132.53 | 13,357.12 | 14,681.62 |
| Pago de Crédito de Corto Plazo | | 2,795.56 | 3,298.76 | 3,892.53 | 4,593.19 | 5,419.96 | | | | | |
| Inversiones | | | | | | | | | | | |
| Entrada de Franquicia | 20,000.00 | | | | | | | | | | |
| Cocina Industrial | 400.96 | | | | | | | | | | |
| Acondicionador de aire central | 4,731.00 | | | | | | 5,000.00 | | | | |
| Congelador | 655.20 | | | | | | 720.00 | | | | |
| Computador | 900.00 | | 1,200.00 | | | | | 1,700.00 | | | |
| Caja registradora | 1,000.00 | | | | | | 1,200.00 | | | | |
| Mobiliario | 4,480.00 | | | | | | 5,500.00 | | | | |
| Olla a presión | 30.82 | | | | 40.00 | | | 50.00 | | | 55.00 |
| Licudora | 47.77 | | | | 55.00 | | | 60.00 | | | 65.00 |
| Subtotal | 32,245.75 | 59,827.65 | 60,574.05 | 64,467.36 | 70,004.31 | 73,253.37 | 84,304.57 | 78,391.02 | 81,599.29 | 86,974.08 | 92,852.30 |
| Flujo no Operacional | 11,107.01 | -57,796.03 | -58,542.43 | -62,240.01 | -67,888.31 | -68,964.13 | -81,680.96 | -76,002.41 | -79,210.68 | -84,563.47 | -87,532.83 |
| FLUJO NETO GENERADO | 11,107.01 | 8,465.03 | 12,713.83 | 14,363.34 | 14,441.88 | 19,532.60 | 13,444.18 | 26,247.60 | 30,697.85 | 33,577.21 | 39,456.59 |
| SALDO INICIAL DE CAJA | - | 11,107.01 | 19,602.04 | 32,315.87 | 46,689.21 | 61,111.09 | 80,643.69 | 94,087.87 | 120,335.46 | 151,033.31 | 184,610.52 |
| SALDO FINAL DE CAJA | 11,107.01 | 19,602.04 | 32,315.87 | 46,689.21 | 61,111.09 | 80,643.69 | 94,087.87 | 120,335.46 | 151,033.31 | 184,610.52 | 224,067.11 |

**"NEW YORK BURRITO GOURMET WRAPS"
POSIBLES ESCENARIOS**

Inflación se reduce en 3%

| | FLUJO DE CAJA | | FLUJO DE CAJA | | FLUJO DE CAJA | | FLUJO DE CAJA | |
|--------|-------------------------|--------------|------------------------|-------------|--------------------------------|-------------|----------------------------------|-------------|
| | Escenario 1-Tasa Pob.0% | DESCONTADOS | Escenario 2-Tasa 4.49% | DESCONTADOS | Escenario 3-Ventas Aumentan 5% | DESCONTADOS | Escenario 4-Ventas Disminuyen 5% | DESCONTADOS |
| AÑO 0 | -43.352,8 | -43352,75537 | -43.129,74 | -43129,74 | -43129,74 | -43129,74 | -43129,74 | -43.129,74 |
| AÑO 1 | 8.495,0 | 7.390,68 | 8.495,03 | 7.390,68 | 8.495,03 | 7.390,68 | 8.495,03 | 7.390,68 |
| AÑO 2 | 11.063,2 | 8.297,39 | 9.091,29 | 6818,47 | 19.198,73 | 6818,47 | 19.198,73 | 14.399,05 |
| AÑO 3 | 10.845,9 | 7.049,82 | 8.381,44 | 5447,94 | 30.487,10 | 5447,94 | 30.487,10 | 19.816,61 |
| AÑO 4 | 8.851,9 | 4.957,05 | 5.851,36 | 3276,76 | 42.125,99 | 3276,76 | 42.125,99 | 23.590,56 |
| AÑO 5 | 11.613,1 | 5.690,40 | 8.029,82 | 3934,61 | 60.962,61 | 3934,61 | 60.962,61 | 29.871,68 |
| AÑO 6 | 2.925,1 | 1.228,54 | -1.290,85 | -542,16 | 71.151,27 | -542,16 | 71.151,27 | 29.883,53 |
| AÑO 7 | 12.834,0 | 4.620,22 | 7.931,78 | 2855,44 | 103.145,68 | 2855,44 | 103.145,68 | 37.132,44 |
| AÑO 8 | 14.067,5 | 4.501,60 | 8.421,82 | 2694,98 | 130.137,11 | 2694,98 | 130.137,11 | 41.643,88 |
| AÑO 9 | 13.378,6 | 3.612,23 | 6.928,13 | 1870,59 | 159.404,85 | 1870,59 | 159.404,85 | 43.039,31 |
| AÑO 10 | 15.306,4 | 3.673,53 | 7.985,47 | 1916,51 | 196.085,67 | 1916,51 | 196.085,67 | 47.060,56 |
| VAN | 7531,21 | | 35558,93 | | 208.260,71 | | 208.260,71 | |
| TIR | 19,69% | * | | | 62,55% | | 62,55% | |
| PRR | 7,91 | ** | | | 4,06 | | 4,06 | |

| | FLUJO DE CAJA | | FLUJO DE CAJA | | FLUJO DE CAJA | | FLUJO DE CAJA | |
|--------|----------------------------------|--------------|---|--------------|---|--------------|---|-------------|
| | Escenario 4-Ventas Disminuyen 5% | DESCONTADOS | Escenario 5-Costos de Venta Aumentan 5% | DESCONTADOS | Escenario 6-Costos de Venta Disminuyen 5% | DESCONTADOS | Escenario 7-Costos de Venta Disminuyen 5% | DESCONTADOS |
| AÑO 0 | -43129,73505 | -43129,73505 | -43129,73505 | -43129,73505 | -43129,73505 | -43129,73505 | -43129,73505 | -43.129,74 |
| AÑO 1 | 8.495,03 | 7.390,68 | 8.495,03 | 7.390,68 | 8.495,03 | 7.390,68 | 8.495,03 | 7.390,68 |
| AÑO 2 | 2.961,31 | 2.220,98 | 6.524,12 | 4.893,09 | 15.635,92 | 4.893,09 | 15.635,92 | 11.726,94 |
| AÑO 3 | -4.420,11 | -2.873,07 | 2.558,03 | 1.662,72 | 22.146,56 | 1.662,72 | 22.146,56 | 14.395,27 |
| AÑO 4 | -14.203,54 | -7.953,98 | -4.040,38 | -2.262,61 | 27.569,52 | -2.262,61 | 27.569,52 | 15.438,93 |
| AÑO 5 | -19.903,32 | -9.752,62 | -6.884,06 | -3.373,19 | 38.494,68 | -3.373,19 | 38.494,68 | 18.862,40 |
| AÑO 6 | -37.773,31 | -15.864,79 | -22.343,79 | -9.384,39 | 38.780,35 | -9.384,39 | 38.780,35 | 16.287,75 |
| AÑO 7 | -37.820,66 | -13.615,44 | -20.564,63 | -7.403,27 | 58.540,07 | -7.403,27 | 58.540,07 | 21.074,42 |
| AÑO 8 | -47.374,40 | -15.159,81 | -29.037,73 | -9.292,07 | 70.574,67 | -9.292,07 | 70.574,67 | 22.583,89 |
| AÑO 9 | -59.742,66 | -16.130,52 | -41.261,15 | -11.140,51 | 81.715,72 | -11.140,51 | 81.715,72 | 22.063,24 |
| AÑO 10 | -70.451,83 | -16.908,44 | -52.983,07 | -12.715,94 | 96.587,17 | -12.715,94 | 96.587,17 | 23.180,92 |
| VAN | -117.272,97 | | -84.634,19 | | 129.426,33 | | 129.426,33 | |
| TIR | * | | | | 49,96% | | 49,96% | |
| PRR | ** | | ** | | 3,62 | | 3,62 | |

* No tiene solución.

** No se recupera la inversión.

II.- BIBLIOGRAFÍA

- Página web de Franquicias: [www. franchise.org](http://www.franchise.org)
- Página web de la Franquicia New York Burrito:
<http://www.newyorkburrito.com/>
- Página web: U.S. Commerce Dept. International Trade Administration
Página web como buscador de Franquicias: <http://www.franchise-update.com>
- WALPOLE, Ronald; MYERS, Raymond; "Probabilidad y Estadística", 4ta. edición, Mc. Graw Hill, 1990
- STONER, James; FREEMAN, Edward; GILBERT JR., Daniel; "Administración", 6ta. edición, Prentice Hall, 1995
- FONTAINE, Ernesto; "Evaluación Social de Proyectos"; 11 ma. edición, Ediciones Universidad Católica de Chile, 1973
- VAN HORNE, James; "Administración Financiera", 10ma. edición, Pearson Edición, 1995
- BLANK, Leland; TARQUIN, Anthony; "Ingeniería Económica", 3ra. edición, Mc. Graw Hill, 1989
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; "MERCADOTECNIA", 6ta. Edición, Prentice Hall, 1994

- DÍ COSTANZSO, Juan; VILALTA Alejandra; CÁRDENAS Donato; "DESARROLLO DE SISTEMA DE FRANQUICIAS", 1era. Edición, Mc. Graw Hill, 1997
- CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL. Seminario de Franquicias
- MENDENHALL, William; "ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRADORES", 2da. Edición, Grupo Editorial Iberoamericana
- www.yahoo.com/finance/financialglossary/industry/restaurants
- SÁNCHEZ CARRIÓN, Gilberto; "LA UNIFICACIÓN SALARIAL DOLARIZADA ECUATORIANA Y OTROS DERECHOS DE LOS TRABAJADORES"; 1era. Edición; EDYPE; 2002.