



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL - SEPTIEMBRE 2019

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**Rendimiento en ventas de la empresa INT FOOD SERVICES CORP (KFC) de la
Ciudad de Babahoyo - Centro**

EGRESADO:

Willian Fredy Pazmiño Arteaga

TUTOR:

Ing Com. Gina Maribel Carrasco Echeverría, M.A.E

AÑO:

2019

INTRODUCCIÓN

Kentucky Fried Chicken, (KFC) es una cadena de restaurantes de origen estadounidense, especializados en recetas a base de pollo. Cuenta con más de dieciocho mil restaurantes o franquicias en más de ciento ochenta países. Convirtiéndose en una de las empresas con más restaurantes en todo el mundo.

Desde sus inicios en el mercado ecuatoriano en el año de 1999, se posesionó como una empresa que maneja una misión muy generalizada en cuanto a innovar continuamente en el mercado de comida, a través de la firmeza en la ejecución de los procesos, la innovación constante en activos y productos, en tener equipos de talento humano capacitados comprometidos con su labor y el cliente, poseer una propuesta de diversidades en sabor gastronómico y contando siempre con productos de calidad, frescos y preparados al instante. Cabe mencionar que aquella misión generalizada de Kentucky Fried Chicken se mantiene hasta la actualidad. Hoy en día, INT FOOD SERVICES CORP que es el nombre de empresa tiene cerca de 145 sucursales Kentucky Fried Chicken (KFC) distribuidos en todas las regiones ecuatorianas.

Para fines del presente caso de investigación se tomó como objeto de estudio la Sucursal de Kentucky Fried Chicken (KFC) Babahoyo – Centro, cuyo objetivo es determinar las causas del porque los rendimientos de las ventas han descendido en los últimos años. Entre las problemáticas más destacadas, es el decrecimiento de clientes en el local, las bajas ventas, la baja rentabilidad del negocio, entre otros factores.

Para el desarrollo de este caso investigativo se tomó en consideración los parámetros de la sublínea de investigación de la carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo,

denominada Modelos de Gestión Administrativa. La tipología de investigación empleada fue la explicativa, puesto que no solo se describirá el problema general, sino todas las causas que lo originen conforme a los rendimientos de las ventas de la sucursal de Kentucky Fried Chicken (KFC) que está en el centro de la ciudad de Babahoyo.

Se empleó como instrumentos para la recolección de información la entrevista al jefe de la sucursal y se aplicó una ficha de observación, al cliente para conocer la, calidad del servicio, estructura y acondicionamiento del local, rapidez en el servicio, y la afluencia de clientes en esta sucursal de Kentucky Fried Chicken (KFC).

DESARROLLO

Los orígenes de Kentucky Fried Chicken (KFC) se remontan al año de 1930, cuando Sanders laboraba como operario de una estación de servicio en Corbin, Kentucky, y fue allí que emprendió a cocinar para los viajeros hambrientos que paraban a comprar combustible. Debido a que no disponía aun de un restaurante, los clientes habituales comían en el comedor de la humilde y pequeña vivienda de la estación de combustibles. Fue en ese entonces que ingenió lo que se denomina como "reemplazo de una comida de tipo casera": brindar una comida completa a los clientes, familias muy activas, y comensales con poco tiempo disponible dado su estilo de vida ocupado. Y lo denominó "la cena del domingo, los siete días de la semana". Conforme crecía la reputación de Sanders, en el año de 1935 el gobernador Ruby Laffoon le hace un gran reconocimiento a su contribución a la cocina local y lo nombra Coronel de Kentucky. A los cuatro años después su restaurante era mencionado en la guía "Adventures in Good Eating" de Duncan Hines. El negocio prosperaría significativamente, dado que los consumidores acudirían cada vez más por las comidas que vendía.

En el trascurso de los siguientes 10 años, mejoró su mezcla secreta infaltable de 11 hierbas y especias e incluso la técnica de cocción del pollo que todavía se emplea actualmente. En el año de 1955, el Coronel se propuso a desarrollar el negocio de las franquicias en diferentes lugares del país. Posteriormente para que Sanders tuviera más de 600 franquicias de KFC en los Estados Unidos y Canadá, tuvieron que pasar otros 10 años. Para el año de 1964 adjudicó su participación en la compañía estadounidense por una cuantía de \$2 millones de dólares americanos a un grupo de inversionistas, entre ellos quien luego se convertiría en gobernador de Kentucky, el Sr. John Y. Brown Jr.

Kentucky Fried Chicken (KFC) Corporation tuvo un crecimiento sostenido y muy rápido con sus nuevos dueños. Sus acciones empezaron a tasarse en los años 70 en la Bolsa de Valores y, finalmente, en 1986 fue adquirida por la empresa PepsiCo, Inc.

En 1997, la empresa PepsiCo, Inc. dividió sus restaurantes de servicio rápido, abarcando KFC también, y estableció una sociedad de restaurantes independientes: Tricon Global Restaurants, Inc.

Actualmente, el consorcio de restaurantes (YUM! Brands, Inc.), es la más grande de todo el mundo en cantidad de unidades de negocio con casi 32,500 restaurantes distribuidos en más de 110 países.

Hasta el instante de su muerte a causa de una patología conocida como leucemia en el año de 1980, con una edad de 90 años, el Coronel Sanders aun viajaba 250,000 millas por año para visitar la línea de restaurantes de Kentucky Fried Chicken (KFC) alrededor de todo el mundo.

En 1975 incursiona Kentucky Fried Chicken (KFC) en el Ecuador bajo la dirección del Sr. Jorge Anhalzer, con uno solo local en el Centro Comercial Iñaquito (CCI); en el año 1990 concede la franquicia a su sobrino Juan Carlos Serrano, quien abre tres restaurantes y se inicia así, un crecimiento sostenido del grupo Kentucky Fried Chicken (KFC) en el Ecuador. (repositorio.puce.edu.ec, 2010, p.10)

Esta empresa está formada jurídicamente y denominada por el Servicio de Rentas Internas, como una Sociedad - Contribuyente Especial bajo la razón social Int Food Services Corp., con RUC N° 1791415132001. Su representante legal a nivel nacional es

el Sr. Leiva Páez Jaime Vinicio. La misión y visión de Kentucky Fried Chicken (KFC), se muestran a continuación en la Ilustración 1.

Visión; Ser reconocidos como líderes en el mercado en cada una de las categorías en las que participamos.

Misión; Creer en la gente; Superar nuestros resultados todos los años; Innovar continuamente el mercado de comidas; Promover una cultura de desarrollo sostenible para nuestros clientes, colaboradores, medio ambiente y comunidad.

Kentucky Fried Chicken (KFC) la Sucursal Centro de Babahoyo, fue inaugurada el 20 de septiembre del 2006 y está ubicada en las calles 9 de octubre y Martin Icaza (Malecón de Babahoyo). Actualmente esta sucursal tiene más de 13 años de funcionamiento en la localidad babahoyense. Los factores claves del éxito de esta empresa se deben a la receta clave, la imagen corporativa de Kentucky Fried Chicken (KFC) los criterios de higiene, limpieza y orden en los restaurantes, el profesionalismo de su gente, entre otros.

Cuenta con una estructura organizacional debidamente estructurada en funciones, y con una nómina de personal altamente capacitados. “La estructura organizacional de una empresa u otro tipo de organización, es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un

objetivo común” (Buján Pérez, Estructura Organizacional, 2018). La estructura organizacional está conformada por áreas funcionales, que son las siguientes:

La Composición de la Estructura Organizacional de Kentucky Fried Chicken (KFC) - Sucursal Malecón Babahoyo es:

Jefe de Operaciones Omar Rosas, Gerente de sucursal Alicia Campi, Subgerente Administrativo María Suarez, Subgerente Financiero Gino Garnica, Especialista Entrenador Operativo Willian Pazmiño, cuatro Cajeras Génesis Maldonado, Mercedes Cruz, Clara Yopez y Katherine Murillo, tres Cocineros Carlos Muños, Dylan Suarez, Geovanny Saldivia, un Salonero Francisco Mosquera, tres área de barra Jorge Mancilla, Diego Pozo, Kevin Méndez, dos en área de heladería Ayquel Peña, Carolina Bajaña.

Los empleados que laboran en las áreas de caja, cocina, barra, heladería, salón denominado por la empresa como grupo de asociados, mantienen turnos rotativos. Entre ellos se turnan los días libres que son máximo dos días por semana.

La sucursal de Kentucky Fried Chicken (KFC) – Malecón de Babahoyo, en los últimos 3 años ha tenido un declive en cuanto a las ventas. Actualmente el local no pasa tan lleno de clientes como lo era en años anteriores, las ventas han bajado y solo en determinados días de la semana hay una afluencia mediana de clientes pero aun así no se llega a llenar el local.

De acuerdo a lo manifestado por el jefe de la sucursal, la demanda de los productos que ofrece Kentucky Fried Chicken (KFC) ya no es la misma que era antes, se prevé que por factores de diversa índole como el incremento de las competencias directas o indirectas, disminución del poder adquisitivo de la población babahoyense, cambios de

preferencias de los consumidores, cambios en los criterios de consumo de la población, entre otras causales. Las preferencias de los consumidores juega un papel muy relevante a la hora de conocer el grado de aceptación y la demanda de los servicios de comida rápida de Kentucky Fried Chicken (KFC) – Sucursal Babahoyo Centro. Según María Corchuelo Martínez (2012) afirma:

La teoría de elección racional del consumidor parte del supuesto de que el consumidor va a hacer todo lo posible para alcanzar la mejor situación posible que le permita maximizar su propia satisfacción. El supuesto de racionalidad hace referencia al comportamiento maximizado de la satisfacción del consumidor que conoce sus preferencias y que está sometido a restricción presupuestaria conocida su renta y los precios de los bienes, que son los parámetros del modelo que limitan las alternativas del consumidor. (p.10)

La elección y preferencias de los consumidores se ve afectada por su propio poder adquisitivo, dado que el cliente debe sujetarse a su limitada renta o ingreso para decidir que tipo de producto o servicio adquirir.

Dentro de las problemáticas por las que Kentucky Fried Chicken (KFC) – Centro de Babahoyo ha disminuido las ventas, es debido a la competencia excesiva y al incremento de restaurantes de comida rápida en el ciudad con productos sustitutos. “Los productos o servicios sustitutos, aunque no son exactamente iguales a los de nuestra empresa, suponen para el cliente una alternativa real en la decisión de compra” (EAE Business School, 2018). Es decir, que las empresas surgidas representan una amenaza debido a sus productos sustitutos que pueden tener unos atributos mas llamativos para los clientes (menor precio, mas cantidad, etc). Para Kentucky Fried Chicken (KFC) – Centro de Babahoyo, los locales de comidas rapidas “Cositas Ricas”, Los Restaurantes

“Dolarazos”, “Rico Pollo”, La Esquina de Alés y otros que venden comidas caseras rápidas similares a menor precio, representan una alta amenaza para Kentucky Fried Chicken (KFC), dado que los clientes tienden a preferir este tipo de restaurantes que ofrecen menús similares.

Los precios entre Kentucky Fried Chicken (KFC) y la competencia.

En la tabla N° 1, se muestran los productos mas consumidos por los clientes y la comparación entre precios de la competencia y Kentucky Fried Chicken (KFC) el Super Combo 1: Presa de pollo arroz mas menestra de lenteja y cola en \$ 3,25. Wow Box Papas con pollo a \$3,00. Hamburguesa de pollo en 3,00,y la competencia. Porcion de arroz mas menestra, presa de pollo, ensalada y maduro por \$ 2,50. Papi pollo \$ 1,50. Hamburguesa tradicional \$ 2,00. Se puede comprobar que los precios de Kentucky Fried Chicken (KFC) sobrepasan a los de la competencia, pero en cuanto a instalaciones de local y servicio se sabe que Kentucky Fried Chicken (KFC) dispone de calidad en servicio. “La calidad del servicio puede definirse como el resultado de la evaluación de cumplimiento que realiza el consumidor” (Melara, 2019).

Por otro lado, las ventas de Kentucky Fried Chicken (KFC) – Centro de Babahoyo, muestran una tendencia a la baja. A continuación en la Tabla 2, se muestran las ventas mensuales y anuales de los últimos 2 años.

Tabla 2

Comparativo de las ventas del año 2017 y 2018 en la Sucursal Kentucky Fried Chicken (KFC) – Babahoyo.

Fuente: Datos proporcionados en estimaciones de la Sucursal Kentucky Fried Chicken (KFC) – Centro Babahoyo.

Como se muestra en la Tabla 2, las ventas para el año 2018 disminuyeron en un 8,64% en comparación con el año 2017. Para el año 2017 se registraron ventas de

\$577.286,29 y para el 2018 un total de \$573.071,30 obteniendo un diferencial entre años de \$4.214,99.

“Es un estado muy común en el ámbito comercial ver que las ventas han caído y que nuestro producto o servicio tienda a perder posición en el mercado” (Chavarro, 2019). Esto acontece en ciertos casos por la fuerza de la competencia o también por haber caído en un estado de confort debido precisamente a lo bien que iban las cosas con los ingresos de ventas, sin manejar un plan de soporte ante la disminución de las ventas.

Para una mejor comprensión del movimiento de las ventas en Kentucky Fried Chicken (KFC), también se analizará el índice margen bruto (mb) del año 2017 y 2018. “El margen bruto es el beneficio directo de la actividad de la compañía, sin descontar impuestos, gastos de personal y otros costes” (García, 2017).

$$Mb = \frac{\text{total de ventas} - \text{costos totales de ventas}}{\text{total de ventas}}$$

A continuación en la Tabla N° 3 se detalla la aplicación de este ratio financiero, y la interpretación del mismo.

Tabla 3

Cálculo del índice Mb (Margen bruto)

Para efectos del análisis del margen bruto (mb) se debe tener en cuenta que:

“Contrario a lo anterior, un margen bruto decreciente o, peor aún, negativo, indica que los precios no se están ajustando como es debido, y que hay un exceso y mala administración en lo que a costos de ventas se refiere” (Nubox, 2018).

El índice de margen bruto para el año 2017 era de 41,54% pero para el año 2018 se situó en 39,90% , efectuandose un decrecimiento de 1,64%, ocasionado por el

incremento de los costos de ventas para el año 2018. A pesar de no ser un porcentaje diferencial alto, de todas formas se debe tenerlo muy en cuenta y que los administrativos consideren tomar correctivos necesarios para incrementar el nivel de ventas de la empresa.

Tabla 4

Afluencia de clientes en promedio por años.

Los cambios repentinos presentados en la Tabla N° 4, en cuanto a la afluencia de clientes al local entre el año 2012 a 2013 se dieron por la creación de otra unidad de negocios de Kentucky Fried Chicken (KFC) en el Shopping de Babahoyo, y por la creación de otros establecimientos o competencia.

Por eso es muy importante aprender a “medir” la afluencia de público que hay en un negocio. No solo para conocer nuestras posibles cifras de venta, sino también para poder analizar si la campaña publicitaria que hemos contratado, por ejemplo, está dando resultado. Si la estamos rentabilizando. (marketing4food, 2016, párr. 5)

Es muy importante para empresas como Kentucky Fried Chicken (KFC), evaluar la afluencia de clientes a su negocio puesto que esto permite identificar el grado de aceptación que tienen los clientes hacia los servicios de comida de la sucursal.

En cuanto a las estrategias de ventas de Kentucky Fried Chicken (KFC), se centran en aspectos centrales como atención adecuada al cliente, plan de volanteo, publicidad televisiva de ofertas, entre otras. Es importante manifestar que una estrategia de ventas “consiste en un plan que posiciona la marca de una empresa o producto para obtener una ventaja competitiva” (Buján Pérez, Estrategia de Ventas, 2016).

Una de las estrategias más comunes que aplica Kentucky Fried Chicken (KFC), es ofertar combos de comidas a menor precio. Este tipo de oferta se comunica a los clientes de los alrededores de la sucursal Kentucky Fried Chicken (KFC) Malecón, por medio del plan de volanteo.

“El volanteo es una estrategia de marketing de fácil realización, bajo costo y alta efectividad de comunicación. Como su nombre lo indica, se trata del reparto en la calle de anuncios que promueven tu negocio o servicio” (Morán, 2015). Entorno a este aspecto, en la empresa los empleados del área asociados (cajeras, cocineros, barra, etc), se distribuyen los días lunes, miércoles y viernes para entregar volantes a clientes y posibles clientes potenciales. Para aplicar esta estrategia de plan de volanteo en la empresa emplean 2 personas por cada uno de los días antes mencionados.

De la entrevista planteada se obtuvo información concerniente a que en la sucursal mencionada, no se implementan análisis de indicadores sobre las ventas y tampoco se implementan estrategias para conocer el grado de satisfacción de los clientes.

“Los beneficios de la satisfacción al cliente son numerosos: un cliente satisfecho es fiel a la compañía, suele volver a comprar y comunica sus experiencias positivas en su entorno” (Pérez Porto & Gardey, 2011). El no conocer el nivel de satisfacción de los clientes para Kentucky Fried Chicken (KFC), traería consigo el desconocimiento de la opinión y la percepción que tienen los consumidores sobre la empresa, el servicio y los menús ofertados.

Otro de los puntos a tratar es que el tipo de menú que oferta la empresa se ve más identificado para el segmento juvenil de personas puesto que muchos gustan las comidas rápidas aun sabiendo que cuentan con un bajo nivel nutricional. Mientras tanto el público adulto tiende a consumir en menor rango este tipo de alimentos. Esto es muy

concerniente a la estrategia de segmentación de la empresa. “Las estrategias de segmentación comunes incluyen el tipo de servicio de restaurante, el rango de precios, el tipo de producto y geografía” (Allen, 2018). Las estrategias de segmentación incurren en acrecentar el consumismo de acuerdo al producto que oferten las empresas y al segmento de mercado que integran.

CONCLUSIONES

Las ventas de la sucursal han disminuido en un 8,64% entre el periodo 2017 y 2018. Como punto central esto se debe al incremento de la competencia cuyos productos son sustitutos de los ofertados por Kentucky Fried Chicken (KFC).

El plan de volanteo, estrategia implementada aplicada tres días por semana, no fue de gran impacto para el 2018, dado que los niveles mensuales de ventas son variables y muestran que en el mes de abril de ese mismo año, las ventas no aumentaron como se esperaba.

En cuanto a la afluencia de clientes promedial entre el periodo 2006 al 2012 se tenía un valor estimado de clientes de 2.125 por semana, actualmente ese valor disminuyó rotundamente situándose en un promedial de 1.535 semanalmente.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda reestructurar el plan de marketing y segmentación del mercado que aplica la sucursal Kentucky Fried Chicken (KFC) – Malecón en Babahoyo con el fin de incrementar el nivel de ventas actual que mantiene.
- Se recomienda implementar un sistema de análisis de los índices de ventas de la empresa, que ayude a tomar mejores decisiones por parte de los administrativos de la sucursal.
- Se recomienda realizar un estudio para evaluar el nivel de satisfacción de los clientes de Kentucky Fried Chicken (KFC), y así conocer la percepción u opinión que tienen los clientes en cuanto a los menús ofertados, sus precios, atención recibida en el local, el acondicionamiento e imagen empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Chavarro, A. (2019). *Baja en las Ventas, Causas, Solución*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de Revista Gente Líder: <https://revista.gentelider.com/baja-en-las-ventas-causas-solucion/>
- Pérez Porto , J., & Gardey, A. (2011). *Definición de satisfacción del cliente*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de Definicion.de: <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
- Allen, K. (1 de Febrero de 2018). *¿Qué tipo de segmentación es utilizado por las empresas de alimentos?* Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13175117/que-tipo-de-segmentacion-es-utilizado-por-las-empresas-de-alimentos>
- Buján Pérez, A. (17 de Agosto de 2016). *Estrategia de Ventas*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de ENCICLOPEDIA FINANCIERA: <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-estrategia-de-ventas.html>
- Buján Pérez, A. (1 de Octubre de 2018). *Estructura Organizacional*. Recuperado el 02 de Agosto de 2019, de ENCICLOPEDIA FINANCIERA: <https://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>
- EAE Business School. (20 de Septiembre de 2018). *Cómo controlar la amenaza de productos sustitutos*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de Blog de EAE Business School: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/como-controlar-la-amenaza-de-productos-sustitutos/>
- García, I. (21 de Agosto de 2017). *Definición de Margen bruto*. Recuperado el 4 de Agosto de 2019, de economiasimple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/margen-bruto>
- María Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa. (2012). *Curso Práctico de Microeconomía* (Primera ed.). Madrid, España: Delta Publicaciones.
- marketing4food. (6 de Diciembre de 2016). *Afluencia*. Recuperado el 03 de Agosto de 2019, de marketing4food: <https://www.marketing4food.com/glosario/afluencia/>
- Melara, M. (2019). *La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de El blog de Marlon Melara: <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>
- Morán, M. I. (30 de Abril de 2015). *Mejorar tu Negocio Estrategia N°5: El Volanteo*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de ActionCoach:

<https://actioncoach.com.mx/mariainesmoran/mejorar-tu-negocio-estrategia-n5-el-volanteo/>

Movahk. (28 de Mayo de 2014). *Misión, Visión y Valores*. Recuperado el 2 de Agosto de 2019, de KFC BUENÍSIMO: <http://movahk.blogspot.es/1401304170/mision-vision-y-valores/>

repositorio.puce.edu.ec. (2010). *ANÁLISIS SITUACIONAL*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de repositorio.puce.edu.ec:
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5026/T-PUCE-5251%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

*Composición de la Estructura Organizacional de Kentucky Fried Chicken (KFC) -
Sucursal Malecón Babahoyo.*

Número de personal	Área o función
1	Jefe de Operaciones
1	Gerente de Sucursal
1	Subgerente Administrativo
1	Subgerente Financiero
1	Especialista Entrenador Operativo
4	Cajeras
3	Cocineros
1	Salón
3	Área de Barra
2	Área de Heladería

*Elaborado por: Willian Pazmiño.

}

Tabla # 1

Los precios entre Kentucky Fried Chicken (KFC) y la competencia.

Producto de KFC	Precio KFC	Producto Sustituto de la Competencia	Precio promedio Competencia
Super combo 1: Presa de pollo + arroz + menestra + cola.	\$ 3,25	Porción de arroz + menestra + presa de pollo + ensalada + maduro	\$2,50
Wow Box: Papas con pollo.	\$ 3,00	Papipollo	\$1,50
Hamburguesas de pollo	\$1,99 a \$3,00	Hamburguesa tradicional	\$1,50 a \$2,00

*Nota: Esto corresponde a los productos que mas se venden en Kentucky Fried Chicken (KFC) y la competencia.

Tabla 2

Comparativo de las ventas del año 2017 y 2018 en la Sucursal Kentucky Fried Chicken (KFC) – Babahoyo.

Mes	Año 2017	Año 2018	Diferencial	Tasa de crecimiento
Enero	\$ 44.268,00	\$ 45.455,00	-\$ 1.187,00	2,68%
Febrero	\$ 41.696,00	\$ 44.370,00	-\$ 2.674,00	6,41%
Marzo	\$ 50.735,00	\$ 50.280,00	\$ 455,00	-0,90%
Abril	\$ 46.188,00	\$ 42.562,02	\$ 3.625,98	-7,85%
Mayo	\$ 47.296,00	\$ 47.296,00	\$ 0,00	0,00%
Junio	\$ 44.868,00	\$ 44.864,05	\$ 3,95	-0,01%
Julio	\$ 44.456,00	\$ 40.456,18	\$ 3.999,82	-9,00%
Agosto	\$ 46.278,00	\$ 46.278,00	\$ 0,00	0,00%
Septiembre	\$ 50.326,00	\$ 50.325,00	\$ 1,00	0,00%
Octubre	\$ 52.829,10	\$ 52.839,00	-\$ 9,90	0,02%
Noviembre	\$ 48.492,09	\$ 48.492,00	\$ 0,09	0,00%
Diciembre	\$ 59.854,10	\$ 59.854,05	\$ 0,05	0,00%
Total vendido	\$ 577.286,29	\$ 573.071,30	\$ 4.214,99	-8,64%

*Elaborado por: Willian Pazmiño.

Fuente: Datos proporcionados en estimaciones de la Sucursal Kentucky Fried Chicken (KFC) – Centro Babahoyo.

Tabla 3
Cálculo del índice Mb (Margen bruto)

Cuenta Contable	2017	2018	Tasa de crecimiento
Ingresos por ventas	\$ 577.286,29	\$ 573.071,30	-8,64%
Costos de ventas	\$ 407.848,89	\$ 409.626,08	0,44%
Mb (margen bruto)	41,54%	39,90%	-1,64%

*Nota: Los datos estimados están basado en datos cercanos a la realidad.

Tabla 4
Afluencia de clientes en promedio por años.

Días de la semana	Número promedio de clientes atendidos		Actualmente 2019
	2006 – 2012 Promedio de clientes diarios	2013 - 2018	
Lunes	200	150	100
Martes	390	240	175
Miércoles	275	180	143
Jueves	240	175	125
Viernes	320	250	200
Sábado	400	280	265
Domingo	300	260	255

Elaborado por: Willian Pazmiño – Especialista Entrenador Operativo

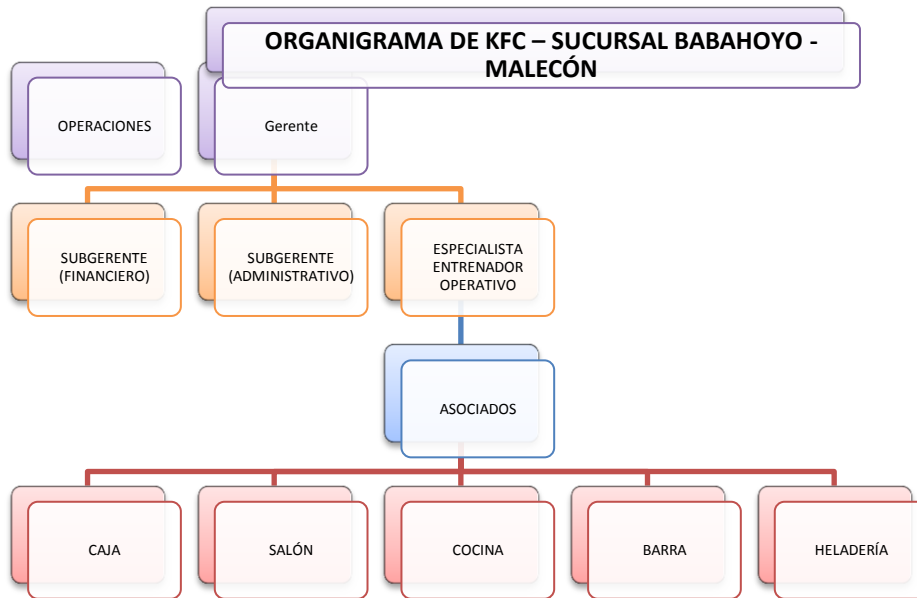


Ilustración 1. Organigrama de Sucursal KFC - Centro de Babahoyo



Ilustración 2. Misión y Visión de Kentucky Fried Chicken (KFC).
Obtenida de la Sucursal Malecón de Babahoyo

Consulta de RUC

RUC
1791415132001

Razón social
INT FOOD SERVICES CORP

Estado contribuyente en el RUC
ACTIVO

Nombre comercial

Representante legal	
Nombre:	LEIVA PAEZ JAIME VINICIO
Cédula/RUC:	1706456702

Actividad económica principal	ACTIVIDADES DE VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES PARA SU CONSUMO INMEDIATO.	
Tipo contribuyente	Subtipo contribuyente	
SOCIEDAD	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS	
Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad	
ESPECIAL	SI	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades
17/05/1999	26/06/2019	

ANEXO N° 1

RUC DE INT FOOD SERVICES CORP – KFC

Ilustración 1. Descripción Empresarial de INT FOOD SERVICES CORP - KFC

Establecimiento matriz:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
001		PICHINCHA / QUITO / IÑAQUITO / COREA 126 Y AV. AMAZONAS	ABIERTO

Establecimientos adicionales:

Lista de establecimientos - 220 registros

No. establecimiento ▾	Nombre comercial ⇅	Ubicación de establecimiento ⇅	Estado del establecimiento ⇅
	KFC	BABAHYO	
153	KFC	LOS RIOS / BABAHOYO / DR. CAMILO PONCE / VIA BABAHOYO GUAYAQUIL S/N	ABIERTO
079	KFC	LOS RIOS / BABAHOYO / DR. CAMILO PONCE / AV. 9 DE OCTUBRE S/N Y PASAJE B	ABIERTO

ANEXO N° 2

ANEXO N° 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA



CUESTIONARIO DE ENTREVISTA

Dirigido a: Jefe de Tienda Kentucky Fried Chicken (KFC) – Centro de Babahoyo

Observación: Entrevista solo con fines investigativos y para desarrollo de estudio de caso requisito indispensable para la obtención del título profesional.

Fecha de aplicación de la entrevista: _____

1. ¿Cuánto tiempo lleva de creada y funcionando la sucursal Kentucky Fried Chicken (KFC) – Centro de Babahoyo?

2. ¿Cuáles han sido los factores de éxito de esta sucursal que han mantenido a flote el negocio hasta la actualidad?

3. ¿Por qué considera usted que las ventas han disminuido en los últimos años en la sucursal?

4. ¿Cuántos clientes en promedio diario asistían a la sucursal Kentucky Fried Chicken (KFC)? - ¿Actualmente cuantos clientes por días acuden a la sucursal?

5. ¿Se ha aplicado alguna estrategia de ventas para incrementar la clientela en la sucursal?

6. ¿Se manejan indicadores de rendimientos financieros en la empresa, para constatar el nivel de rentabilidad de la misma? ¿Cuáles son estos indicadores?

7. ¿Considera usted que la competencia ha aumentado tanto en participantes el mercado que debido a aquello han bajado las ventas? Sustente su respuesta.

8. ¿Qué medios implementa la empresa para medir la satisfacción de los clientes?

9. ¿Cuáles son los fortalezas por las que usted cree que la sucursal de Kentucky Friend Chicken (KFC) tendría ventaja sobre la competencia?

10. ¿Cuáles son las debilidades empresariales de la sucursal de Kentucky Fried Chicken (KFC)? Mencione su criterio al respecto.

Firma del Entrevistador

Firma del Entrevistado



ANEXO N° 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E

INFORMÁTICA

FICHA DE OBSERVACIÓN

INT FOOD SERVICES CORP - KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)

Fecha de aplicación: _____

Aspectos a considerar en la observación	Valoración			
	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Muy buena 4
Infraestructura adecuada para el negocio.				✓
Trato cordial de los empleados con los clientes			✓	
Lista de precios y promociones para elección del cliente			✓	




Rapidez en la atención			✓	
Local con gran afluencia de clientes		✓		
Personal con uniforme de la institución			✓	
Higiene al manejar los alimentos y demás implementos				✓
Calidad de las comidas y el servicio.				✓
Temperatura y acondicionamiento del lugar			✓	
Comodidad de los mobiliarios			✓	

*Elaborado por: Willian Pazmiño

ANEXO N° 5

CARTA DE AUTORIZACIÓN



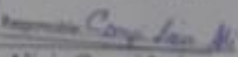
INT FOOD SERVICES CORP.

Babahoyo, 15 de agosto del 2019

CARTA DE AUTORIZACION

Al Sr. Willian Fredy Pazmiño Arteaga, con el número de identidad: 120410534-8, estudiante de la universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Administración Finanzas e Informática, carrera de Ingeniería Comercial con el número de matrícula EST-UTB 6632, le autorizo para que realice el caso de estudio con el tema: **RENDIMIENTO EN VENTAS DE LA EMPRESA INT FOOD SERVICES CORP (KFC) DE LA CIUDAD DE BABAHOYO - CENTRO**, en las oficinas de Gerencia y todas las instalaciones que se necesite.

Atentamente,


Alicia Campi León
Gerente de restaurante

K079 K BABAHOYO

Ilustración 2. Carta de autorización - KFC

ANEXO N° 6

FOTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y DEL LOCAL KFC



Ilustración 3. Aplicando ficha de observación y entrevista.

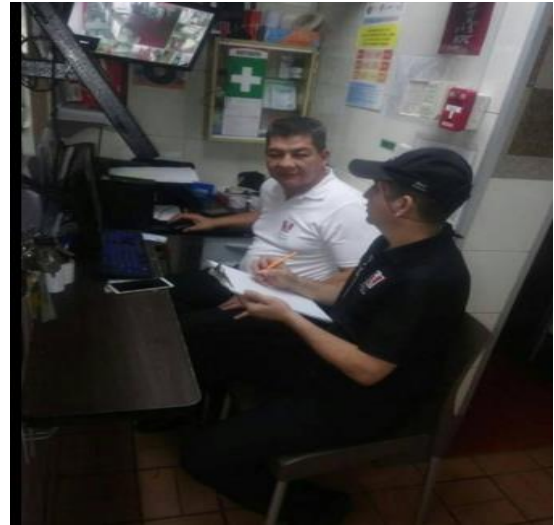


Ilustración 4. Entrenador Operativo de KFC.

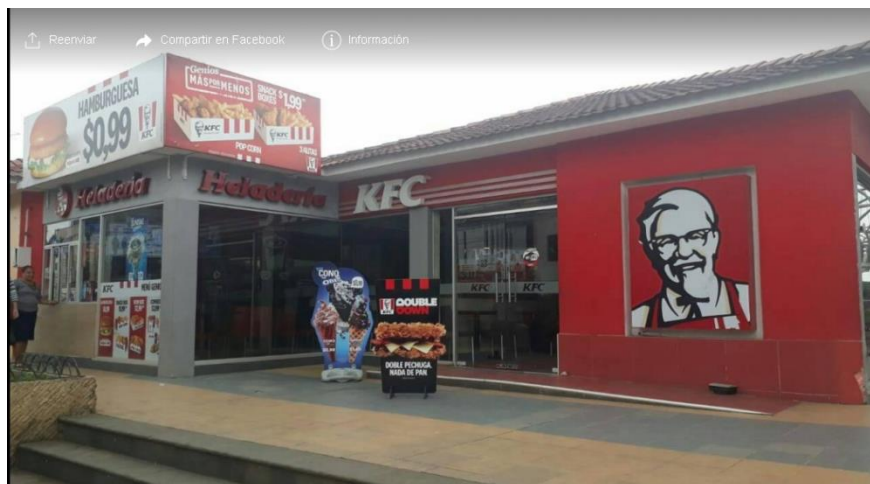


Ilustración 5. Establecimiento KFC Sucursal ubicada en el Malecón de Babahoyo.