



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de emprendimiento  
previo a la obtención del Título de  
Licenciada de Empresas**

**TEMA: “Elaboración de un plan de negocios para  
determinar la factibilidad de la creación de un  
restaurante de pollo asado picante en la parroquia  
Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato.”**

**AUTORA: Liliana Lizbeth Suárez Guato**

**TUTOR: Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.**

**AMBATO- ECUADOR**

**Agosto 2023**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Elaboración de un plan de negocios para determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato**” presentado por la señorita **Liliana Lizbeth Suárez Guato** para optar por el título de Licenciada de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de agosto del 2023



**Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.**

**C.I.1802490548**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Liliana Lizbeth Suárez Guato**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



**Liliana Lizbeth Suárez Guato**

**C.I. 1850452218**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



**Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.**

**C.I.1803538048**



**Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina, Mg.**

**C.I. 1803415015**

Ambato, 28 de agosto del 2023

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando la reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



**Liliana Lizbeth Suárez Guato**

**C.I. 1850452218**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico a mis papás, por su gran esfuerzo para que yo lograra cumplir una más de mis metas, por motivarme a superar día a día, por todo su cariño y amor incondicional, gracias por todo.

## **AGRADECIMIENTO**

Al finalizar una de las metas más importantes de mi vida quiero agradecer a Dios por otorgarme la vida, por guiarme y cuidarme en cada uno de mis pasos, a mis padres, Luis y Blanca, por ser los pilares fundamentales de mi vida, por ser mi motivación para seguir adelante, por su constante esfuerzo y por estar siempre para mí en todo momento. A Robert, quien me apoyo enormemente en este proyecto, por su paciencia, por darme ánimos para continuar, por sacarme sonrisas en momentos difíciles y por estar ahí en todo este transcurso de tiempo.

Además, siempre estaré agradecida con la Universidad Técnica de Ambato, con mi Facultad de Ciencias Administrativas y a mi carrera Administración de Empresas, un sincero agradecimiento a mi tutor de proyecto y a cada docente por brindarme sus conocimientos y enseñanzas para mi vida profesional.

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
<b>CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>1</b>
1.1 Definición del problema de investigación.....	1
1.1.1 Contextualización.....	1
1.2 Análisis de objetivos .....	3
1.3 Análisis de involucrados .....	4
1.4 Alternativas de solución .....	7
<b>CAPÍTULO II DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....</b>	<b>8</b>
2.1 Nombre del emprendimiento.....	8
2.2 Localización Geográfica.....	8
2.3 Justificación.....	9
2.4 Objetivos .....	11
2.4.1 Objetivo General .....	11
2.4.2 Objetivos Específicos.....	11
2.5 Beneficiarios.....	11
2.6 Resultados a alcanzar .....	12
<b>CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>13</b>
3.1 Descripción de los usos y características del producto .....	13
3.2 Segmentación del mercado.....	14
3.3 Proyección del mercado meta.....	14

3.4	Población .....	16
3.5	Muestra .....	16
3.6	Metodología de la investigación.....	17
3.6.1	Enfoque de estudio .....	17
3.6.2	Diseño de la investigación .....	17
3.6.3	Tipo de investigación .....	18
3.6.4	Instrumento .....	18
3.7	Tabulación, análisis e interpretación .....	19
3.8	Estudio de la demanda.....	33
3.8.1	Cálculo de la demanda .....	33
3.8.2	Demanda de personas.....	33
3.8.3	Proyección de la demanda en personas .....	34
3.8.4	Estudio de demanda de productos.....	35
3.8.5	Demanda proyectada en los productos.....	36
3.9	Estudio de la oferta.....	37
3.9.1	Oferta en personas.....	38
3.9.2	Estudio de la oferta en productos .....	38
3.9.3	Oferta proyectada en el producto .....	39
3.10	Mercado potencial .....	40
3.11	Demanda potencial insatisfecha (DPI) .....	41
3.12	Análisis de precio .....	42
3.13	Comercialización.....	47
3.13.1	Canales de comercialización .....	47
3.13.2	Canales de distribución .....	48
3.14	Matriz FODA .....	49
3.15	Matriz de Perfil de Capacidad Interna (PCI).....	51
3.16	Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas (POAM).....	53
<b>CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO.....</b>		<b>55</b>
4.1	Tamaño óptimo del proyecto.....	55
4.1.1	Factores determinantes del tamaño .....	55
4.1.2	Tamaño optimo .....	56
4.2	Localización .....	57
4.2.1	Localización óptima .....	57

4.2.2	Macro localización .....	59
4.2.3	Micro localización.....	59
4.3	Ingeniería de proyectos .....	60
4.3.1	Producto-precio .....	60
4.3.2	Balance de materiales.....	61
4.3.3	Diagrama de flujo.....	64
<b>CAPÍTULO V ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>		<b>69</b>
5.1	Aspectos generales .....	69
5.2	Diseño organizacional .....	69
5.2.1	Niveles jerárquicos.....	69
5.2.2	Misión .....	70
5.2.3	Visión .....	71
5.2.4	Valores .....	71
5.3	Estructura organizativa.....	72
5.4	Estructura funcional .....	72
5.5	Manual de funciones .....	73
<b>CAPÍTULO VI ESTUDIO FINANCIERO .....</b>		<b>80</b>
6.1	Ingresos brutos .....	80
6.2	Activos fijos tangibles .....	80
6.3	Activos diferidos .....	83
6.4	Activo circulante o de capital de trabajo .....	84
6.4.1	Activo corriente o circulante.....	84
6.4.2	Pasivo circulante .....	87
6.4.3	Capital de trabajo .....	88
6.5	Resumen de las inversiones.....	88
6.6	Financiamiento .....	89
6.7	Plan de inversiones .....	90
6.8	Presupuesto de costos y gastos.....	90
6.8.1	Situación financiera inicial.....	97
6.8.2	Situación financiera proyectada .....	98
6.8.3	Presupuesto de ingresos .....	100
6.8.4	Estado de resultados proyectados.....	100
6.8.5	Flujo de caja .....	102

6.9	Punto de equilibrio .....	104
6.9.1	Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	105
6.9.2	Punto de equilibrio en unidades de producción .....	105
6.9.3	Punto de equilibrio graficado .....	106
6.10	Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada	107
6.10.1	Capital Tmar 1 sin financiamiento.....	107
6.10.2	Capital Tmar 2 con financiamiento.....	107
6.10.3	Cálculo Tmar 1 Global Mixto.....	107
6.10.4	Cálculo Tmar 2 Global Mixto.....	108
6.11	Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN).....	108
6.11.1	Cálculo VAN 1.....	109
6.11.2	Cálculo VAN 2.....	109
6.12	Indicadores financieros.....	110
6.12.1	Índice de solvencia.....	110
6.12.2	Índice de liquidez .....	110
6.12.3	Índice de endeudamiento.....	111
6.12.4	Índice de apalancamiento.....	111
6.13	Tasa beneficio-costo.....	111
6.14	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	112
6.15	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	113
<b>CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>		<b>115</b>
7.1	Conclusiones .....	115
7.2	Recomendaciones .....	116
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>118</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>121</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Matriz de involucrados.....	4
<b>Tabla 2</b> Beneficiarios .....	11
<b>Tabla 3</b> Descripción de usos y características del producto.....	13
<b>Tabla 4</b> Segmentación del mercado .....	14
<b>Tabla 5</b> Proyección del mercado meta .....	15
<b>Tabla 6</b> Pregunta 1 .....	19
<b>Tabla 7</b> Pregunta 2 .....	20
<b>Tabla 8</b> Pregunta 3 .....	21
<b>Tabla 9</b> Pregunta 4 .....	22
<b>Tabla 10</b> Pregunta 5 .....	23
<b>Tabla 11</b> Pregunta 6 .....	24
<b>Tabla 12</b> Pregunta 7 .....	25
<b>Tabla 13</b> Pregunta 8 .....	27
<b>Tabla 14</b> Pregunta 9 .....	28
<b>Tabla 15</b> Pregunta 10 .....	29
<b>Tabla 16</b> Pregunta 11 .....	31
<b>Tabla 17</b> Pregunta 12 .....	32
<b>Tabla 18</b> Demanda de personas.....	33
<b>Tabla 19</b> Proyección de la demanda en personas .....	34
<b>Tabla 20</b> Demanda de productos .....	36
<b>Tabla 21</b> Demanda proyectada en los productos.....	36
<b>Tabla 22</b> Oferta en personas.....	38
<b>Tabla 23</b> Oferta en productos .....	39
<b>Tabla 24</b> Oferta proyectada en el producto .....	39
<b>Tabla 25</b> Demanda potencial insatisfecha.....	41
<b>Tabla 26</b> Análisis de precio de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes .	43
<b>Tabla 27</b> Análisis de precio de 1/4 de pollo asado picante más sus acompañantes ..	44
<b>Tabla 28</b> Análisis de precio de 1/2 de pollo asado picante más sus acompañantes ..	45
<b>Tabla 29</b> Análisis de precio de 1 pollo entero asado picante más sus acompañantes	46
<b>Tabla 30</b> Matriz FODA .....	49
<b>Tabla 31</b> Matriz de estrategias .....	50

<b>Tabla 32</b> Escala de calificación Matrices PCI - POAM.....	51
<b>Tabla 33</b> Matriz PCI.....	52
<b>Tabla 34</b> Matriz POAM .....	53
<b>Tabla 35</b> DPI real .....	56
<b>Tabla 36</b> Matriz de ponderación de localización .....	58
<b>Tabla 37</b> Proceso del pollo asado picante .....	60
<b>Tabla 38</b> Materia prima .....	62
<b>Tabla 39</b> Insumos .....	62
<b>Tabla 40</b> Materiales indirectos .....	62
<b>Tabla 41</b> Equipos.....	62
<b>Tabla 42</b> Menaje.....	63
<b>Tabla 43</b> Muebles y enseres .....	64
<b>Tabla 44</b> Equipos de cómputo.....	64
<b>Tabla 45</b> Simbología ASME .....	65
<b>Tabla 46</b> Diagrama de flujo.....	66
<b>Tabla 47</b> Distribución del espacio físico .....	67
<b>Tabla 48</b> Niveles jerárquicos.....	70
<b>Tabla 49</b> Matriz axiológica .....	71
<b>Tabla 50</b> Manual de funciones Gerente.....	74
<b>Tabla 51</b> Manual de funciones Secretario contable .....	75
<b>Tabla 52</b> Manual de funciones Mercadólogo.....	76
<b>Tabla 53</b> Manual de funciones Cocinero.....	77
<b>Tabla 54</b> Manual de funciones Cajero.....	78
<b>Tabla 55</b> Manual de funciones Mesero .....	79
<b>Tabla 56</b> Ingresos brutos .....	80
<b>Tabla 57</b> Maquinaria y equipos.....	81
<b>Tabla 58</b> Menaje.....	81
<b>Tabla 59</b> Muebles y enseres .....	82
<b>Tabla 60</b> Total de Activos Fijos Tangibles .....	83
<b>Tabla 61</b> Activos diferidos .....	83
<b>Tabla 62</b> Total Activos Corrientes .....	87
<b>Tabla 63</b> Financiamiento.....	89
<b>Tabla 64</b> Financiamiento Instituciones Financieras .....	89

<b>Tabla 65</b>	Plan de inversiones.....	90
<b>Tabla 66</b>	Costos de materia prima.....	91
<b>Tabla 67</b>	Costos de insumos.....	91
<b>Tabla 68</b>	Materiales indirectos .....	91
<b>Tabla 69</b>	Depreciación .....	92
<b>Tabla 70</b>	Amortización.....	93
<b>Tabla 71</b>	Mantenimiento maquinaria y equipos.....	93
<b>Tabla 72</b>	Mano de obra directa.....	94
<b>Tabla 73</b>	Costos de producción totales.....	94
<b>Tabla 74</b>	Servicios básicos .....	94
<b>Tabla 75</b>	Sueldos y salarios.....	95
<b>Tabla 76</b>	Arriendo .....	95
<b>Tabla 77</b>	Suministros de oficina.....	95
<b>Tabla 78</b>	Suministros de limpieza .....	96
<b>Tabla 79</b>	Total costos administrativos.....	96
<b>Tabla 80</b>	Costos financieros .....	97
<b>Tabla 81</b>	Total de Costos del Proyecto .....	97
<b>Tabla 82</b>	Situación financiera inicial.....	98
<b>Tabla 83</b>	Situación financiera proyectada .....	99
<b>Tabla 84</b>	Presupuesto de ingresos .....	100
<b>Tabla 85</b>	Estado de resultados proyectados.....	101
<b>Tabla 86</b>	Flujo Neto de Efectivo .....	102
<b>Tabla 87</b>	Flujo de caja .....	102
<b>Tabla 88</b>	Costos fijos y variables .....	104
<b>Tabla 89</b>	Tmar 1 Global Mixto .....	108
<b>Tabla 90</b>	Tmar 2 Global Mixto .....	108
<b>Tabla 91</b>	Cuadro comparativo de sensibilidad .....	113

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Árbol de problemas .....	2
<b>Figura 2</b> Árbol de objetivos .....	3
<b>Figura 3</b> Localización geográfica.....	8
<b>Figura 4</b> Pregunta 1 .....	19
<b>Figura 5</b> Pregunta 2 .....	20
<b>Figura 6</b> Pregunta 3 .....	22
<b>Figura 7</b> Pregunta 4 .....	23
<b>Figura 8</b> Pregunta 5 .....	23
<b>Figura 9</b> Pregunta 6 .....	25
<b>Figura 10</b> Pregunta 7 .....	26
<b>Figura 11</b> Pregunta 8 .....	28
<b>Figura 12</b> Pregunta 9 .....	29
<b>Figura 13</b> Pregunta 10 .....	30
<b>Figura 14</b> Pregunta 11 .....	31
<b>Figura 15</b> Pregunta 12 .....	32
<b>Figura 16</b> Proyección de la demanda en personas .....	35
<b>Figura 17</b> Demanda proyectada en los productos .....	37
<b>Figura 18</b> Oferta proyectada en el producto.....	40
<b>Figura 19</b> Demanda Potencial Insatisfecha .....	41
<b>Figura 20</b> Análisis de precio de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes. 43	
<b>Figura 21</b> Análisis de precio de 1/4 de pollo asado picante más sus acompañantes. 44	
<b>Figura 22</b> Análisis de precio de 1/2 de pollo asado picante más sus acompañantes. 45	
<b>Figura 23</b> Análisis de precio de 1 pollo entero asado picante más sus acompañantes .....	47
<b>Figura 24</b> DPI real.....	57
<b>Figura 25</b> Macro localización .....	59
<b>Figura 26</b> Micro localización .....	60
<b>Figura 27</b> Distribución del espacio físico .....	68
<b>Figura 28</b> Punto de equilibrio .....	106

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de emprendimiento busca determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez perteneciente a la ciudad de Ambato.

Debido a la saturación de asaderos de pollo en Ambato se busca comercializar pollo asado picante siendo este un sabor diferenciador y llamativo dentro del mercado, de tal forma el restaurante se puede distinguir ante la competencia por calidad y sabor, además de que se busca ubicarse en la parroquia Augusto N. Martínez debido a su ubicación estratégica con visibilidad y acceso a diferentes clientes de tal forma aportar en el crecimiento económico local.

Mediante los diferentes estudios realizados se pudo determinar que el proyecto tiene viabilidad, debido a que por medio del estudio de mercado se conoció la demanda que puede tener el producto donde el 91% de los encuestados están dispuestos a consumir pollo asado picante, el estudio técnico permitió determinar la localización óptima, así como también definir el proceso de producción y los materiales para el correcto cumplimiento de actividades.

El estudio organizacional permito definir un diseño organización donde se reconoció los niveles jerárquicos, estructura organizativa, así como también el definir las actividades que cada cargo debe cumplir dentro de la empresa, y por último el estudio financiero que es uno de los estudios más importantes para determinar la factibilidad para la creación del restaurante donde se obtuvo valores positivos y viables para poner en marcha el negocio.

**PALABRAS CLAVES:** EMPRENDIMIENTO, RESTAURANTE, POLLO ASADO PICANTE, INNOVACIÓN

## **ABSTRACT**

This project seeks to determine the feasibility of creating a spicy roast chicken restaurant in the parish of Augusto N. Martínez in the city of Ambato.

Due to the saturation of chicken rotisseries in Ambato, the project seeks to commercialize spicy roasted chicken as a differentiating and striking flavor in the market, so that the restaurant can distinguish itself from the competition in terms of quality and flavor. In addition, it seeks to be in the parish of Augusto N. Martínez due to its strategic location with visibility and access to different customers to contribute to local economic growth.

Through the different studies carried out it was possible to determine that the project is feasible, because through the market study the demand for the product was known, where 91% of those surveyed are willing to consume spicy roasted chicken, the technical study allowed to determine the optimal location as well as to define the production process and the materials for the correct fulfillment of activities.

The organizational study allowed to define an organizational design where the hierarchical levels, organizational structure as well as defining the activities that each position must fulfill within the company were recognized, and finally the financial study which is one of the most important studies to determine the feasibility for the creation of the restaurant where positive and viable values were obtained to start the business.

**KEY WORDS:** ENTREPRENEURSHIP, RESTAURANT, SPICY ROAST CHICKEN, INNOVATION

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Definición del problema de investigación

#### 1.1.1 Contextualización

Actualmente en un mercado altamente competitivo es de suma importancia que todo negocio o empresa ofrezca un producto nuevo, novedoso y diferenciador de tal forma que este pueda resaltar y cubrir un nuevo nicho de mercado, así mismo juega un papel fundamental la experiencia y la calidez humana que se brinda a los clientes logrando que ellos se sientan satisfechos.

Ecuador es uno de los países con mayor número de emprendimientos en Latinoamérica, y muchos de ellos están dentro del sector restaurantero, siendo este uno de los que crece rápidamente, pero a la vez no perdura mucho en el tiempo, esto es debido que no cuentan con un valor agregado que le permitan diferenciarse dentro de un mercado muy saturado.

La carne de pollo es una de las proteínas más ricas y accesible dentro de Latinoamérica, solo en Ecuador la carne de pollo es el alimento más consumido. De acuerdo con la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (2022) Ecuador es un país de autoconsumo en la carne de pollo, es decir, todo el pollo que se produce es consumido aquí mismo, además menciona que un ecuatoriano al año consume 27 kilos de carne de pollo.

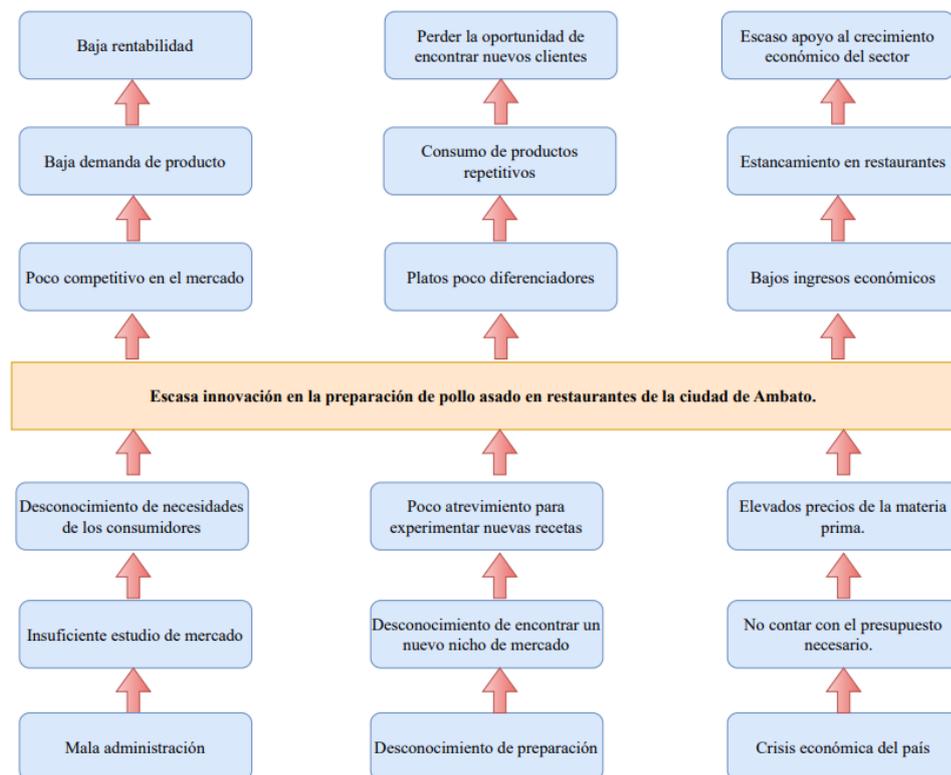
La visión de este emprendimiento es alcanzar la comercialización de pollo asado picante brindando un producto y servicio de calidad, donde cabe mencionar que el pollo asado es una de las preparaciones más saludables por su bajo contenido de grasa, acompañado con un sabor característico picante o también llamado picoso, donde se muestra estudios que el ser humano es el único animal que disfruta la comida picante,

dado que el picante provoca que el cerebro libere endorfinas siendo las encargadas de generar la sensación de placer.

## Árbol de problemas

**Figura 1**

*Árbol de problemas*



*Nota.* La presente figura se presenta el árbol de problemas con sus respectivas causas y efectos. Fuente: Elaboración propia.

## Análisis de árbol de problemas

La escasa innovación en la preparación de pollo asado en restaurantes de la ciudad de Ambato está dada por el desconocimiento de las necesidades de los consumidores, debido a que se presencia un insuficiente estudio de mercado y una mala administración o planeación de los restaurantes. Lo que demuestran ser poco competitivos en el mercado por efecto de una baja demanda del producto y en tal sentido se refleja la baja rentabilidad en los negocios.

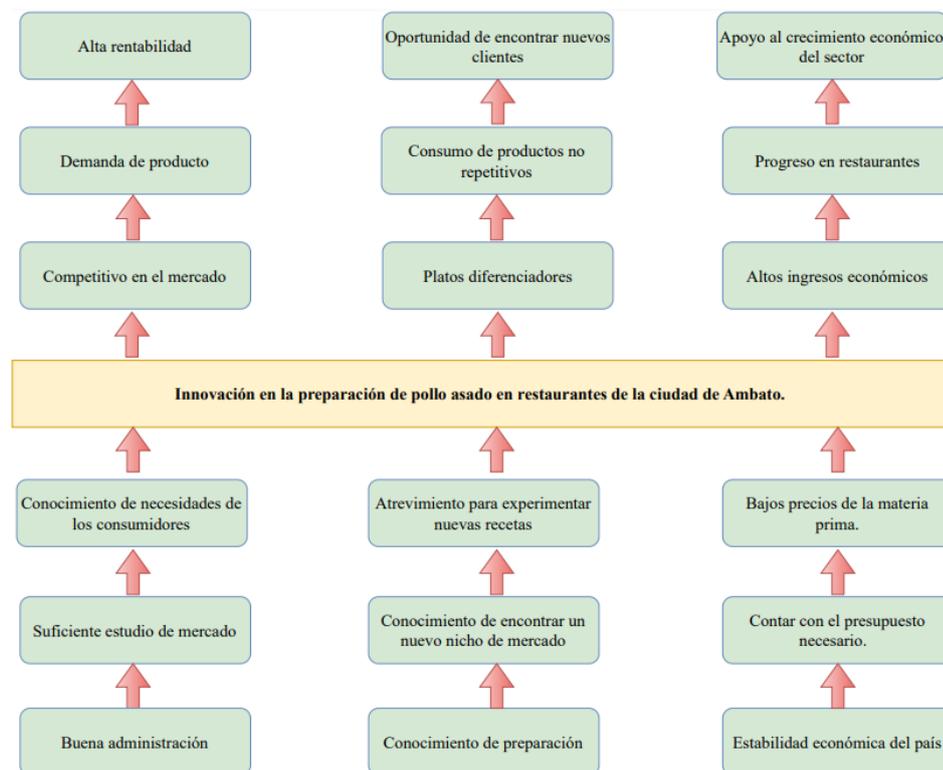
La escasa innovación en la preparación de pollo asado en restaurantes de la ciudad de Ambato es debido al poco atrevimiento a experimentar nuevas recetas esto puede ser porque existe el desconocimiento de preparación o el desconocimiento de encontrar un nuevo nicho de mercado, de tal forma esto puede ocasionar que se presencie platos poco diferenciadores, el consumo de productos repetitivos y por ende perder la oportunidad de encontrar nuevos clientes que beneficie a los negocios.

Los elevados precios de materia prima para innovar en la preparación de pollo asado, así como el no contar con el presupuesto necesario debido a la crisis económica del país ocasiona que negocios tengan bajos ingresos económicos, así como también el estancamiento o crecimiento de los restaurantes y por lo tanto el escaso apoyo al crecimiento económico del sector.

## 1.2 Análisis de objetivos

**Figura 2**

*Árbol de objetivos*



*Nota.* La presente figura muestra el árbol de objetivos. Fuente: Elaboración propia.

La innovación en la preparación de pollo asado en restaurantes de la ciudad de Ambato dado por el conocimiento de las necesidades de los consumidores gracias al suficiente estudio de mercado dada por una buena administración ocasiona que restaurantes se vuelvan competitivos en el mercado, exista gran demanda de productos y por lo tanto una alta rentabilidad.

La innovación en la preparación de pollo asado en restaurantes de la ciudad de Ambato es debido a que existe el atrevimiento para experimentar nuevas recetas, así como también el conocimiento para encontrar un nuevo nicho de mercado y especialmente el contar con el conocimiento necesario para la preparación, conlleva que se contemple platos diferenciadores ante la competencia, el consumo de productos no repetitivos y a su vez se obtiene la oportunidad de encontrar nuevos clientes.

Los bajos precios de materia prima para innovar en la preparación de pollo asado en restaurantes de Ambato, así como el contar con el presupuesto necesario debido a la estabilidad económica del país ocasiona que restaurantes del sector alcancen altos ingresos económicos, así como también el progreso o crecimiento de los restaurantes y por lo tanto se evidencia el apoyo al crecimiento económico del sector.

### 1.3 Análisis de involucrados

**Tabla 1**

*Matriz de involucrados*

<b>Grupos</b>	<b>Intereses</b>	<b>Problemas percibidos</b>	<b>Recursos y mandatos</b>
Proveedores	Proporcionar los recursos necesaria para el funcionamiento del restaurante. Incrementar su participación en el mercado.	Competencia de intermediarios.	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor: Art 4.- Derechos del consumidor

Clientes	Obtener un producto de acuerdo con sus necesidades.	No satisfacer las necesidades de los consumidores.	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor: Art.4
	Recibir un buen servicio y producto.	No recibir la atención esperada.	“Derechos del Consumidor,
	Adquirir un producto nuevo en el mercado.	El poder adquisitivo de los clientes no está al alcance con el precio del producto.	Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.” “Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida”. -Buzón de quejas

Equipo de trabajo	Apoyar al crecimiento del negocio. Brindar un buen servicio al cliente. Cumplir con sus obligaciones.	Inestabilidad del emprendimiento. Baja capacitación en atención al cliente Incumplimiento de horarios.	Código de trabajo: Art. 5.- “Obligaciones del trabajador: d) Observar buena conducta durante el trabajo, e) cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido de forma legal”
Servicio de Rentas Internas	Cobro de impuestos al sector terciario.	No pagar a tiempo impuestos.	Ley de Registro Único de Contribuyentes: Art. 3.-“De la inscripción obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicos, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan

ganancias,  
beneficios,  
remuneraciones,  
honorarios y otras  
rentas, sujetas a  
tributación en el  
Ecuador, están  
obligados a  
inscribirse, por una  
sola vez en el  
Registro Único de  
Contribuyentes”

---

*Nota.* Matriz con el grupo de involucrados donde se muestra sus intereses, problemas percibidos y los recursos y mandatos. Fuente: Elaboración propia.

#### **1.4 Alternativas de solución**

- Posicionar un nuevo producto al mercado.
- Crear una empresa que sea innovadora en la preparación de pollo asado.
- Crear un restaurante con distintas formas de preparación de pollo.
- Encontrar un nuevo nicho de mercado.

## CAPÍTULO II

### DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### 2.1 Nombre del emprendimiento

Restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato.

El emprendimiento llevará el nombre de “Spicy Chicken”

**Tipo de empresa:** Empresa pequeña, privada perteneciente al sector terciario.

#### 2.2 Localización Geográfica

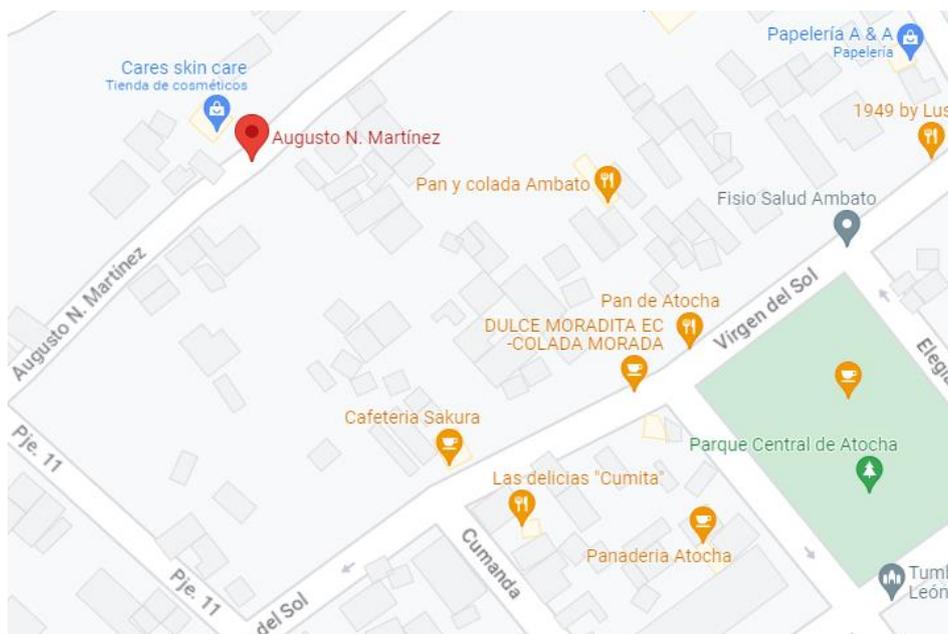
**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

**Parroquia:** Augusto N. Martínez

#### Figura 3

*Localización geográfica*



*Nota.* La presente figura presenta la localización geográfica de la parroquia Augusto N. Martínez. Fuente: Google Maps (2023).

### **2.3 Justificación**

La idea de este emprendimiento nace debido a la evidencia de que en la ciudad de Ambato perteneciente a la provincia de Tungurahua no existe una variación novedosa en el sabor y preparación (recetas) del pollo, pues hay pollo asado y broaster pero la gran mayoría no cuentan con algún sabor peculiar diferenciador, es por ello que se va a realizar un plan de negocios con la idea de crear un restaurante en donde se va a comercializar pollo asado picante con un sabor particular y diferenciador ante la competencia del sector restaurantero.

El plato de pollo picante asado va a ser acompañado con papas cocinadas y ensalada, así mostrándose este como plato principal.

El establecimiento pretende ubicarse en un sitio estratégico de la ciudad de Ambato como es la parroquia Augusto N. Martínez que se encuentra ubicado a 7 minutos de la ciudad de Ambato ya que se procura situar en un lugar a las afueras del centro de la ciudad y que refleje tranquilidad, además se puede mencionar que se cuenta con un terreno propio y amplio para su establecimiento y un área interna y externa para clientes donde podrán degustar de su comida con familiares y amigos.

El restaurante busca la satisfacción de los clientes al ofrecer un ambiente agradable, cómodo y seguro, conjuntamente una experiencia gastronómica deliciosa y buen servicio, de igual forma se pretende posicionarse como un restaurante diferenciador del sector por el sabor del producto, calidad y precio.

Es importante recalcar que el sector restaurantero ha sido uno de los sectores más demandados que ha contribuido a la economía del país, esto es debido a que se cubre la necesidad básica de la alimentación, por lo que en un entorno competitivo y altamente dinámico es imprescindible desarrollar estudios para sobresalir en el mercado donde se toma en cuenta la innovación, la diferenciación y la competencia.

Antes de poner en marcha cualquier negocio es necesario desarrollar un plan de negocio o proyecto de emprendimiento, que se lo puede interpretar como una hoja de ruta que permitirá gestionar oportunidades y riesgos que se pueden presentar ante el

posible negocio también permitirá crear estrategias para solucionar problemas antes que estos se presenten (Review, 2021). Además, un plan de negocios se considera como una herramienta de planificación donde se evalúa el éxito o fracaso que tendrá un proyecto.

El presente proyecto tiene la finalidad de determinar la viabilidad y factibilidad de la creación de un restaurante que prepare pollo asado picante, para lo cual se desarrollará diferentes estudios, como uno de los primeros estudios que se realizará es el estudio de mercado, en donde se describirá características del producto o servicio, la segmentación del mercado, el cual nos permite conocer la demanda, análisis de precios que ayuda a desarrollar estrategias para las mejor toma de decisiones comerciales y a la vez evitar inversiones innecesarias, así como también se describirá los canales de comercialización y distribución que contribuirá a conocer los medios por donde se deberá fomentar el producto o servicio.

Por otra parte, se realizará el estudio técnico organizacional en donde se definirá elementos técnicos del emprendimiento como es el proceso productivo, identificación de los recursos materiales, humanos y financieros que se emplearán en el desarrollo del proyecto entre otros requerimientos necesarios para poner en marcha el emprendimiento, conocer si la localización es la más adecuada, el diseño y distribución que tendrán las instalaciones. Además, se desarrollará la estructura organizativa para un mejor orden dentro del emprendimiento así también, manuales de funciones para fomentar un mayor control y la delimitación de funciones.

Por último, se desarrollará el estudio económico financiero en la cual se plasmará de manera ordenada la información de carácter monetario, como la cantidad total que se va a invertir, así como también conocer la utilidad y la rentabilidad que tendrá nuestra idea de emprendimiento.

La realización de este proyecto de emprendimiento permitirá dinamizar la economía e impulsar el desarrollo productivo debido a que se genera una demanda laboral para la ciudadanía, de tal forma se contribuye al crecimiento económico tanto del sector como en el país.

## 2.4 Objetivos

### 2.4.1 *Objetivo General*

Elaborar un plan de negocios para determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato.

### 2.4.2 *Objetivos Específicos*

- Determinar las condiciones del mercado para conocer la aceptación del producto.
- Realizar un estudio de mercado, técnico, organizacional, económico y financiero para la creación de un restaurante de pollo asado picante.
- Desarrollar el plan de negocios para la creación de un restaurante de pollo asado picante.

## 2.5 Beneficiarios

Los beneficiarios de la creación del restaurante de pollo asado picante son aquellas personas internas o externas que podrían favorecerse por el emprendimiento, algunos de ellos son los proveedores, clientes, trabajadores, la comunidad y el mismo emprendedor, al buscar ubicarse estratégicamente en la parroquia Augusto N. Martínez, algunas de las comunidades que se pueden beneficiar es Atahualpa, Izamba, Atocha, Pinllo y Constantino Fernández.

**Tabla 2**

*Beneficiarios*

<b>Implicados</b>	<b>Intereses</b>	<b>Beneficios</b>
Proveedores	Incrementar su posición en el mercado. Ofrecer productos de calidad.	Aumentar ventas.

Clientes	Obtener un producto de acuerdo con sus necesidades. Recibir un buen servicio y producto. Adquirir un producto nuevo en el mercado.	Probar un producto nuevo y peculiar. Satisface una necesidad.
Comunidad	Oportunidades de trabajo.	Activar la economía del sector.
Emprendedor	Brindar un producto diferenciador al mercado. Fidelizar clientes.	Posicionarse en el mercado. Generar utilidad.

---

*Nota.* Tabla que detalla los beneficiarios del proyecto.

## 2.6 Resultados a alcanzar

- Identificar las condiciones del mercado tanto la oferta y la demanda para conocer la aceptación del producto en el mercado.
- Realizar los estudios correspondientes que determinen la viabilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante.
- Elaborar el plan de negocios con toda la información detallada del emprendimiento.

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Descripción de los usos y características del producto

“Spicy Chicken” se trata de un restaurante que comercialice pollo asado picante, con sus acompañantes: papas cocinadas y ensalada.

**Tabla 3**

*Descripción de usos y características del producto*

<b>Producto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Características</b>	<b>Usos</b>
Pollo asado picante	El pollo asado picante se lo va a preparar con ají y asados respectivamente en asador al carbón.	El pollo asado picante contiene un sabor peculiar picoso adaptado al gusto de los ecuatorianos.	Alimenticio
Papas cocinadas	La papa es uno de los alimentos que muchos de los ecuatorianos incluyen en su dieta diaria ya que se puede consumir con diferentes platos.	Las papas cocinadas es una de las formas más saludables y nutritivas de prepararlas, ya que permite conservar sus nutrientes y se consideró en este plato como su principal acompañante.	Alimenticio
Ensalada	Acompañante ideal del pollo asado picante.	La ensalada va a estar compuesta por vegetales como	Alimenticio

zanahoria, tomate y  
lechuga.

---

*Nota.* Se detalla la descripción y característica del producto.

### 3.2 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es aquella herramienta que permite dividir de un mercado heterogéneo un mercado homogéneo, transformándose este en un pequeño mercado con características comunes, de tal forma que permite comprender mejor a los clientes y cubrir sus necesidades (Giraldo Oliveros et al., 2021).

**Tabla 4**

*Segmentación del mercado*

<b>Variable de segmentación</b>	<b>Variable</b>	<b>Datos</b>	<b>Año</b>	<b>Fuente</b>
Geográfica	Población de Tungurahua	504.583 hab.	2010	INEC
Geográfica	Cantón Ambato	329.856 hab.	2010	INEC
Demográfica	PEA Ambato	205.517 hab.	2010	INEC
Demográfica	Población de 18 a 60 años del cantón Ambato	101.262 hab.	2010	INEC

---

*Nota.* Datos tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).

De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el año 2010 la provincia de Tungurahua cuenta con 504.583 habitantes, el cantón Ambato cuenta con 329.856 habitantes agrupado hombres y mujeres, de los cuales 205.517 habitantes es la Población Económicamente Activa y de tal forma se pudo identificar a la población entre 18 a 60 años de edad del cantón con 101.262 habitantes los cuales serán el segmento directo del presente proyecto.

### 3.3 Proyección del mercado meta

Para conocer el mercado meta del proyecto se utilizará datos del 2010 ya que es el último año oficial estudiado, en donde la tasa de crecimiento poblacional es de 1.56%, de tal forma se conocerá la proyección del año 2023.

**Tabla 5**

*Proyección del mercado meta*

<b>Periodo</b>	<b>Mercado meta</b>	<b>Tasa de crecimiento P.1.56%</b>
2010	101.262	1.580
2011	102.842	1.604
2012	104.446	1.629
2013	106.075	1.655
2014	107.730	1.681
2015	109.411	1.707
2016	111.118	1.733
2017	112.851	1.760
2018	114.611	1.788
2019	116.399	1.816
2020	118.215	1.844
2021	120.059	1.873
2022	121.932	1.902
<b>2023</b>	<b>123.834</b>	<b>1.932</b>
2024	125.766	1.962
2025	127.728	1.993
2026	129.721	2.024
2027	131.744	2.055
2028	133.800	2.087

*Nota.* Datos tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).

De acuerdo con datos oficiales del INEC se obtuvo que el mercado meta del 2010 fue 101.262 personas, y su proyección para el 2023 con la tasa de crecimiento de 1.56% es de 123.834 personas, dato con el cual se va a trabajar para el presente proyecto.

### 3.4 Población

La población se puede describir como la totalidad de unidades o elementos de investigación con ciertas características semejantes (Niño Rojas, 2020).

La población del presente proyecto se considera de acuerdo con el resultado de la proyección del mercado meta, siendo 123.834 personas del cantón Ambato específicamente la población económicamente activa que se encuentran entre los 18 y 60 años.

### 3.5 Muestra

La muestra es un subconjunto de la población, es decir, una porción representativa de la población, mientras más grande sea la muestra menor será el error de muestreo y, por lo tanto, se obtendrá una mayor confiabilidad de los resultados (Niño Rojas, 2020).

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

z=Nivel de confianza 1.96

P=Probabilidad a favor 0.5

Q= Probabilidad en contra 0.5

e= Margen de error 5%

N=123.834

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(123.834)}{(0,05)^2(123.834 - 1) + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 382.97$$

$$n = 383 \text{ personas}$$

Mediante la aplicación de la fórmula para la obtención de la muestra finita se pudo obtener una muestra de 383 personas, el cual nos permitirá reducir tiempo y costos en la investigación.

### **3.6 Metodología de la investigación**

#### ***3.6.1 Enfoque de estudio***

El enfoque cuantitativo es un procedimiento metodológico en donde se pueden medir los fenómenos, es decir se aplica o se utiliza técnicas estadísticas para analizar datos recolectados (Sánchez, 2019).

La presente investigación se utiliza un enfoque cuantitativo debido a que se realizará una recolección de datos mediante encuestas que debidamente serán tabulados y analizados para la descripción de los resultados, conjuntamente se realiza estudios financieros que nos permitan obtener la información necesaria para el cumplimiento de objetivos.

#### ***3.6.2 Diseño de la investigación***

La investigación no experimental es un tipo de estudio donde el investigador observa los fenómenos como suceden naturalmente, este no interviene ni manipula los componentes (Calderón y Alzamora, 2019).

Alvarez (2020) menciona que existe dos tipos de investigación no experimental: la investigación transversal o transeccional y la investigación longitudinal.

El diseño o investigación transversal es aquella donde se mide y se analiza las variables una sola vez, se miden las características en un momento específico o periodo determinado, mientras que la investigación longitudinal, es donde se mide las variables en dientes ocasiones, se realiza una comparación de variables en distintos momentos, pues su fin es analizar las variables con el pasar del tiempo (Alvarez, 2020).

En la presente investigación se aplicará una investigación transversal, ya que se aplicará encuestas en un determinado periodo y solo una vez para conocer cómo se comportan las variables.

### **3.6.3 Tipo de investigación**

Para el desarrollo del proyecto se aplica el tipo de investigación de campo, debido a que se recolectara la información de fuentes primarias, es decir se está en contacto con la población o muestra del estudio y no se manipula de las variables ya que se obtiene los datos de la realidad.

La investigación de campo se caracteriza por realizarse la recopilación de datos en donde ocurren los hechos en su entorno natural, esta se la realiza mediante el contacto directo con el objeto de estudio y la recopilación de testimonios para la búsqueda de la verdad objetiva (Báez Hurtado, 2018).

### **3.6.4 Instrumento**

En toda investigación es fundamental llevar a cabo una recolección de datos ya que esto nos ayudará a tener éxito en la obtención de buenos resultados, los instrumentos de recolección de datos comprenden actividades y procedimientos que nos permitirán obtener información necesaria y así poder dar respuesta a la pregunta de investigación (Hernández y Ávila, 2020).

La recopilación de datos implica recolectar y organizar datos que tengan relación sobre las variables, hechos, relaciones, categorías y comunidades involucradas en el estudio y esto es obtenidos a través de la aplicación de instrumentos que previamente deben ser probados para asegurarnos de que son correctos y precisos (Useche et al., 2019).

La encuesta es una técnica de recolección de datos donde se aplica cuestionarios a un grupo representativo de la población de estudio de forma que se obtiene información de forma directa. Se formula una serie de preguntas secuenciales que anteriormente son establecidas para obtener información.

El cuestionario es aquel documento que se refleja preguntas con escala de medición, en las que todas ellas deben ser contestadas por la o las personas que van a ser encuestadas, es importante mencionar que todas las respuestas son válidas ya que permitirá obtener información más certera para lograr un mejor estudio (Carhuancho Mendoza y Nolazco Labajos, 2019).

### 3.7 Tabulación, análisis e interpretación

#### 1. Cuando usted come pollo ¿qué tipo de preparación es la que más le gusta?

**Tabla 6**

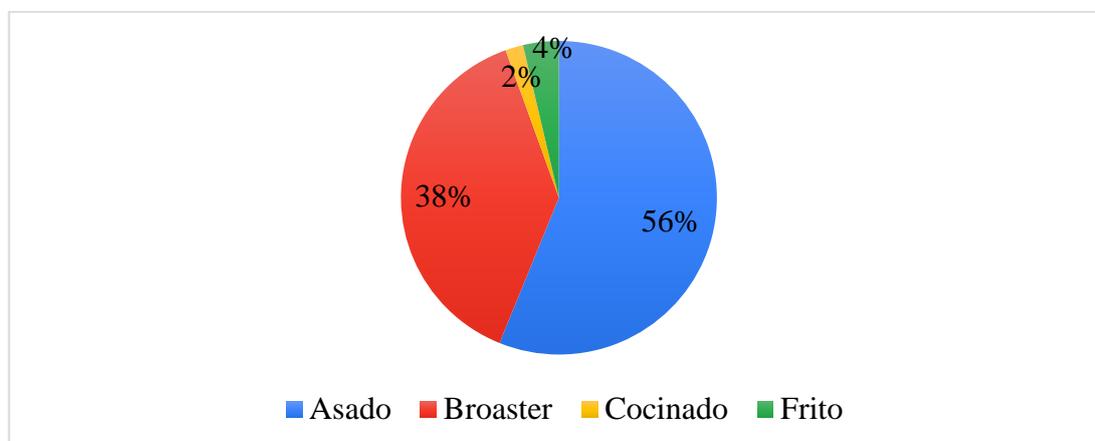
*Pregunta 1*

Respuesta	Frecuencia de la muestra	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Asado	215	69.515	56%
Broaster	147	47.529	38%
Cocinado	7	2.263	2%
Frito	14	4.527	4%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 1. Elaborado por el autor.

**Figura 4**

*Pregunta 1*



*Nota.* Resultado de la pregunta 1. Elaborado por el autor.

## Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos se determina que de 383 personas encuestadas el 56% prefiere el pollo de tipo asado, el 38% broaster, el 4% frito y el 2% de tipo cocinado.

Por lo que se puede interpretar que la gente prefiere el pollo asado, lo que es un aspecto positivo para el emprendimiento ya que de dicha preparación se va a realizar y tomando en cuenta que es una de las preparaciones más saludables.

### 2. Cuando usted come pollo en cualquiera de sus presentaciones ¿con qué frecuencia lo hace?

**Tabla 7**

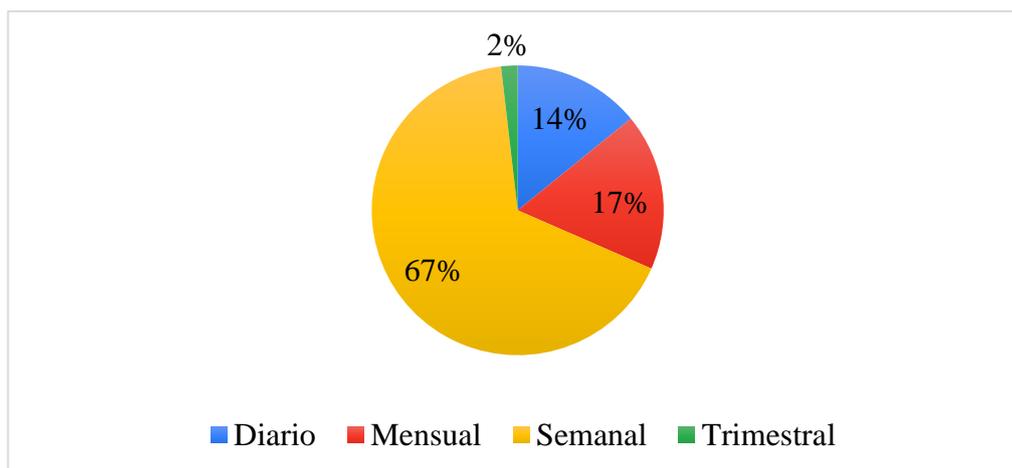
*Pregunta 2*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Diario	54	17.460	14%
Mensual	67	21.663	17%
Semanal	255	82.448	67%
Trimestral	7	2.263	2%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 2. Elaborado por el autor.

**Figura 5**

*Pregunta 2*



*Nota.* Resultado de la pregunta 2. Elaborado por el autor.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con los resultados obtenidos con respecto a la frecuencia de consumo de pollo se determinó que del 100% de los encuestados el 67% consume el pollo de manera semanal, el 17% mensual, 14% diario y el 2% de forma trimestral.

Por lo que puede interpretar que existe mayor consumo de pollo de forma semanal, lo cual es un aspecto positivo ya que refleja que en la dieta de los ambateños se incluyen o se encuentra presente el consumo de pollo.

### **3. Cuando usted degusta de un plato ¿le gusta incluir el picante?**

**Tabla 8**

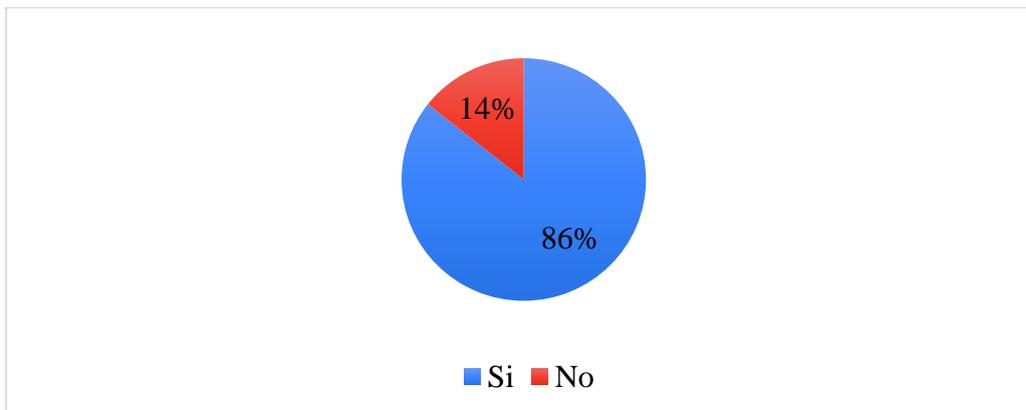
*Pregunta 3*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	328	106.051	86%
No	55	17.783	14%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 3. Elaborado por el autor.

## Figura 6

### Pregunta 3



*Nota.* Resultado de la pregunta 3. Elaborado por el autor.

### Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos se determina que de 383 personas encuestadas el 86 % le gusta incluir el picante o ají en sus platos mientras que al 14% de las personas no le gusta añadir lo picante. Por lo tanto, se interpreta que a la mayor parte de la población le gusta la comida picante o también llamado picoso.

#### 4. ¿Alguna vez ha probado pollo asado picante?

## Tabla 9

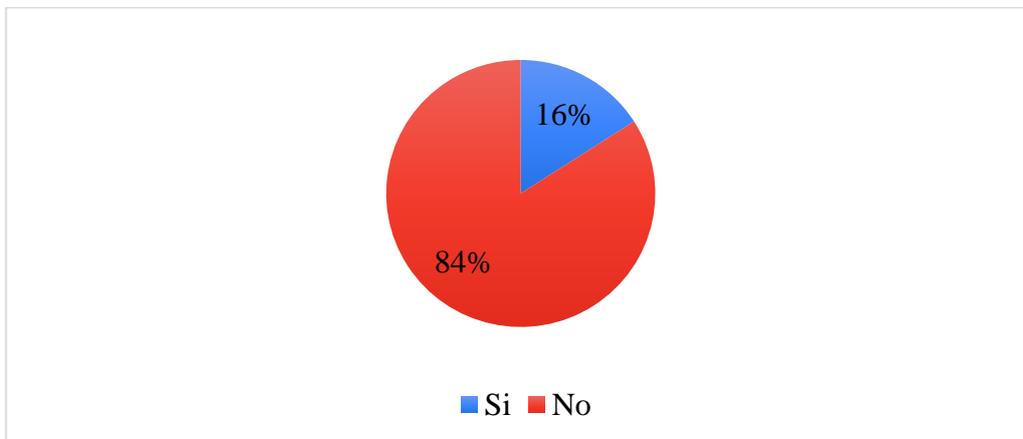
### Pregunta 4

Respuesta	Frecuencia de la muestra	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Si	61	19.723	16%
No	322	104.111	84%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 4. Elaborado por el autor.

### Figura 7

#### Pregunta 4



Nota. Resultado de la pregunta 4. Elaborado por el autor.

### Análisis e interpretación

Del total de los encuestados se logró determinar que el 84% no ha probado pollo asado picante mientras que el 16% si lo ha hecho, por lo tanto, se refleja que el producto es innovador para la gran parte de los encuestados y es el aspecto diferenciador dentro del mercado.

#### 5. Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada en un restaurante ¿usted lo consumiría?

### Tabla 10

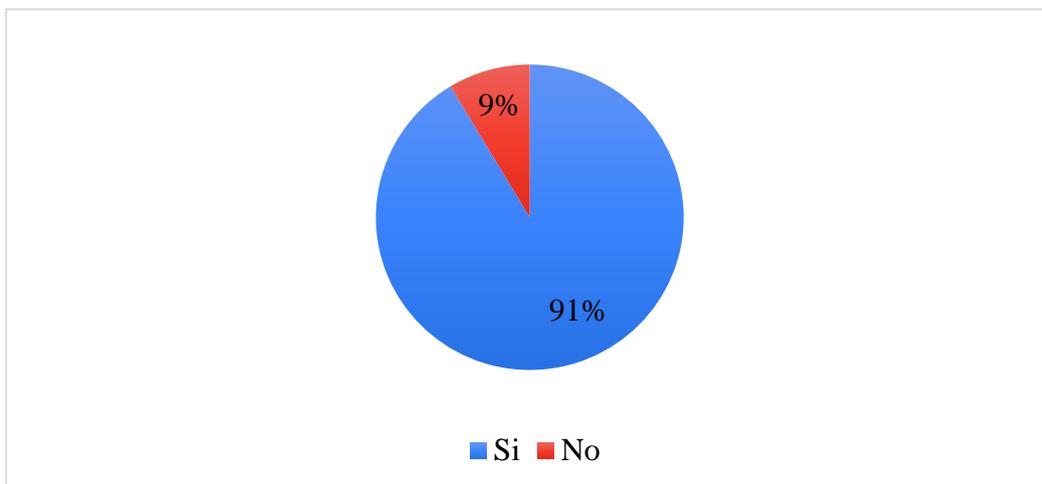
#### Pregunta 5

Respuesta	Frecuencia de la muestra	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Si	350	113.164	91%
No	33	10.670	9%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

Nota. Resultado de la pregunta 5. Elaborado por el autor.

### Figura 8

#### Pregunta 5



*Nota.* Resultado de la pregunta 5. Elaborado por el autor.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo determinar que el 91% de los encuestados si realizarían la compra de pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada mientras que el 9 % no se atrevería a probar este plato, por lo que se puede determinar que gran parte de la población estaría dispuesta a comprar el pollo asado picante ya que les parece algo llamativo e innovador dentro del sector restaurantero.

### **6. ¿Mensualmente usted cuántas veces consumiría 1/8 de pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada (plato personal)?**

**Tabla 11**

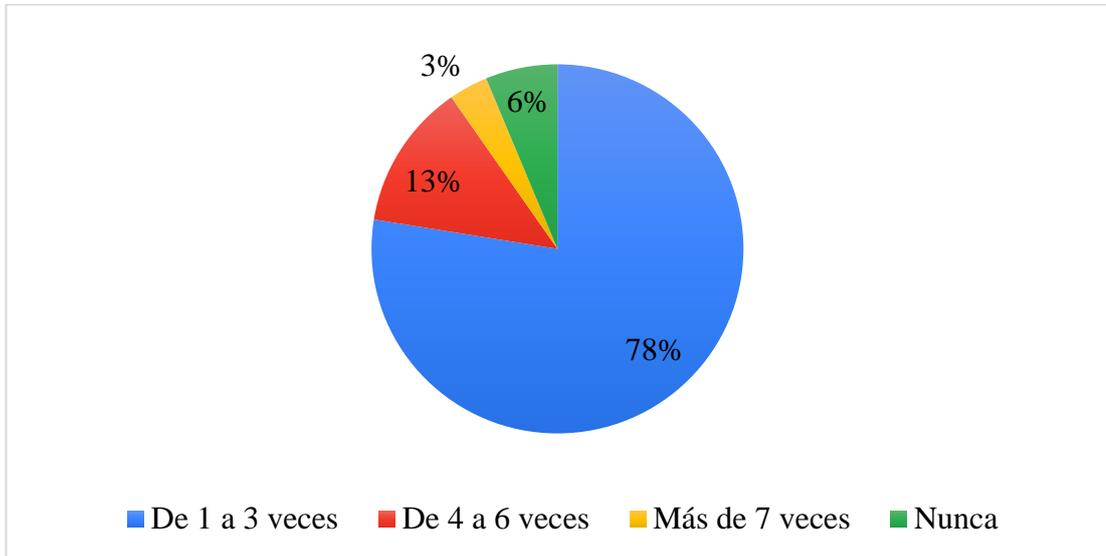
*Pregunta 6*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
De 1 a 3 veces	297	96.028	78%
De 4 a 6 veces	49	15.843	13%
Más de 7 veces	13	4.203	3%
Nunca	24	7.760	6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 6. Elaborado por el autor.

**Figura 9**

*Pregunta 6*



*Nota.* Resultado de la pregunta 6. Elaborado por el autor.

### **Análisis e interpretación**

En cuanto a la frecuencia de consumo de un 1/8 de pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada (plato personal) se obtuvo que el 78% de los encuestados realizarían su compra mensualmente de 1 a 3 veces, el 13% de 4 a 6 veces, el 6% nunca y el 3% más de 7 veces.

### **7. ¿Cuál es la combinación que usted prefiere al momento de consumir pollo asado picante en el restaurante?**

**Tabla 12**

*Pregunta 7*

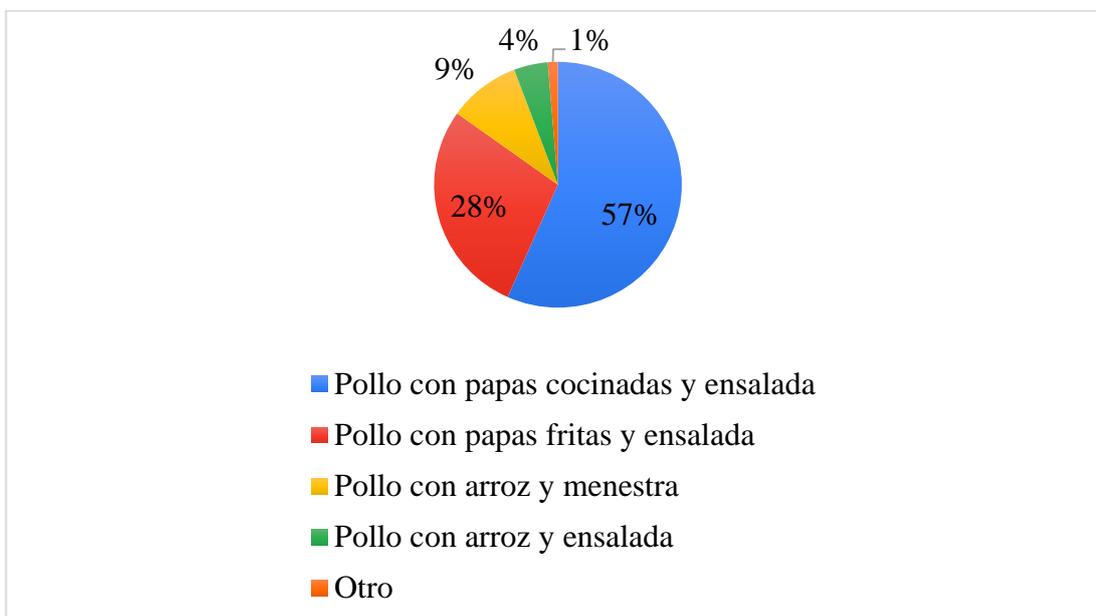
<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Pollo con papas cocinadas y ensalada	217	70.162	57%
Pollo con papas fritas y ensalada	108	34.919	28%

Pollo con arroz y menestra	36	11.640	9%
Pollo con arroz y ensalada	17	5.497	4%
Otro	5	1.617	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 7. Elaborado por el autor.

### Figura 10

*Pregunta 7*



*Nota.* Resultado de la pregunta 7. Elaborado por el autor.

### Análisis e interpretación

De 383 personas encuestadas el 57% expresa que la combinación que más prefiere para el pollo picante es papas cocidas y ensalada, el 28% prefiere con papas fritas y ensalada, el 9% prefiere arroz y menestra, 4% con arroz y ensalada y el 1% otro tipo de combinaciones, de tal forma se puede determinar que las papas fritas y la ensalada son los acompañantes favoritos para el pollo asado picante.

- 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un 1/8 , 1/4 , 1/2 y 1 pollo entero asado picante más papas cocinadas y ensalada?**

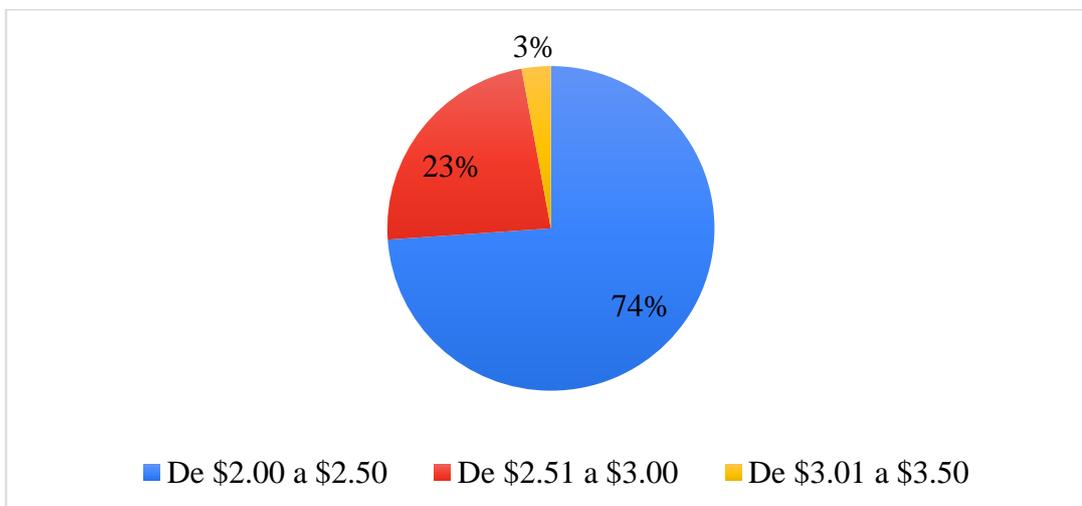
**Tabla 13***Pregunta 8*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1/8 de pollo</b>			
De \$2.00 a \$2.50	283	91.501	74%
De \$2.51 a \$3.00	89	28.776	23%
De \$3.01 a \$3.50	11	3.557	3%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>
<b>1/4 de pollo</b>			
De \$4.00 a \$4.50	298	96.351	78%
De \$4.51 a \$5.50	80	25.866	21%
De \$5.51 a \$6.00	5	1.617	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>
<b>1/2 pollo</b>			
De \$7.00 a \$8.00	297	96.028	78%
De \$8.01 a \$9.00	82	26.513	21%
De \$9.01 a \$10.00	4	1.293	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>
<b>1 pollo entero</b>			
De \$12.00 a \$14.00	291	94.088	76%
De \$14.01 a \$16.00	71	22.956	19%
De \$16.01 a \$18.00	21	6.790	5%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 8. Elaborado por el autor.

**Figura 11**

*Pregunta 8*



*Nota.* Resultado de la pregunta 8 en cuanto al 1/8 de pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada. Elaborado por el autor.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede manifestar que para la compra de 1/8 de pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada (un plato), el 74% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un valor de \$2.00 a \$2.50 , el 23% estaría dispuestos a pagar un valor de \$2.51 a \$3.00 y tan solo el 3% un precio de \$3.01 a \$3.50.

### **9. ¿Cuándo usted sale a comer fuera de su casa prefiere que el lugar sea al aire libre, cerrado o ambos?**

**Tabla 14**

*Pregunta 9*

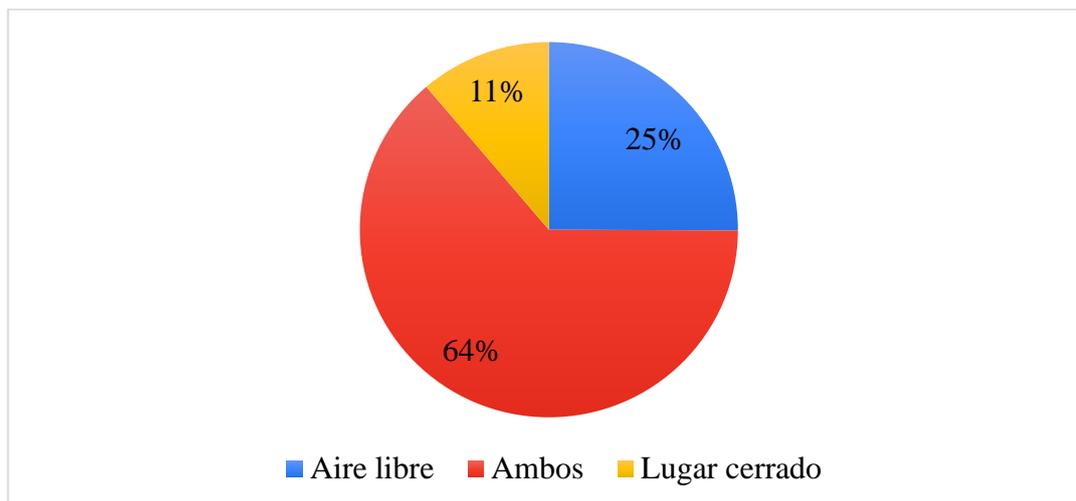
<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Aire libre	96	31.039	25%
Ambos	244	78.892	64%
Lugar cerrado	43	13.903	11%

<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	----------------	-------------

*Nota.* Resultado de la pregunta 9. Elaborado por el autor.

### **Figura 12**

#### *Pregunta 9*



*Nota.* Resultado de la pregunta 9. Elaborado por el autor.

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo determinar que de 383 personas encuestadas, el 11% prefiere un lugar cerrado, el 25% prefiere al aire libre y el 64% prefiere con ambas características, por lo tanto, se puede considerar que la gran parte de los encuestados prefiere que el lugar óptimo para la venta del pollo asado picante sea un espacio que tenga las dos áreas para degustar de su comida, siendo estas al aire libre y lugar cerrado, ambas opciones reflejando un ambiente agradable y tranquilo.

### **10. ¿Qué aspectos tomaría en consideración para comer pollo asado picante?**

#### **Tabla 15**

##### *Pregunta 10*

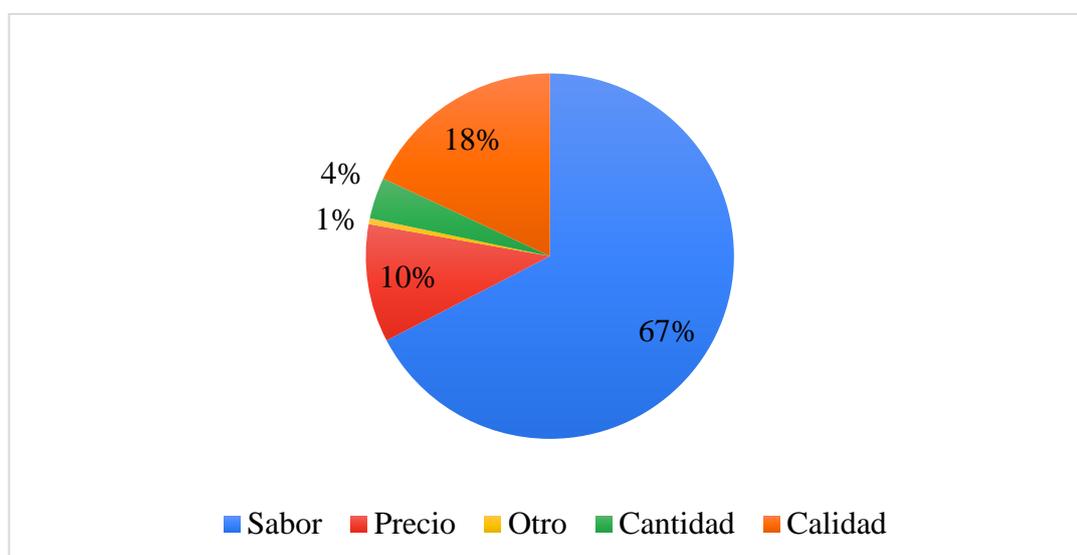
<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Sabor	258	83.418	67%

Precio	40	12.933	10%
Otro	2	0.647	1%
Cantidad	14	4.527	4%
Calidad	69	22.310	18%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 10. Elaborado por el autor.

### Figura 13

*Pregunta 10*



*Nota.* Resultado de la pregunta 10. Elaborado por el autor.

### Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo determinar que, de 383 personas encuestadas, el 67% toma en consideración el sabor, el 18% la calidad, 10% el precio, el 4% cantidad y el 1% otro. Por lo tanto, de acuerdo con los resultados, se debe brindar lo mejor en el restaurante para así lograr la satisfacción de los clientes.

**11. Al ser un cliente frecuente ¿Cuál de las siguientes opciones le gustaría recibir?**

**Tabla 16**

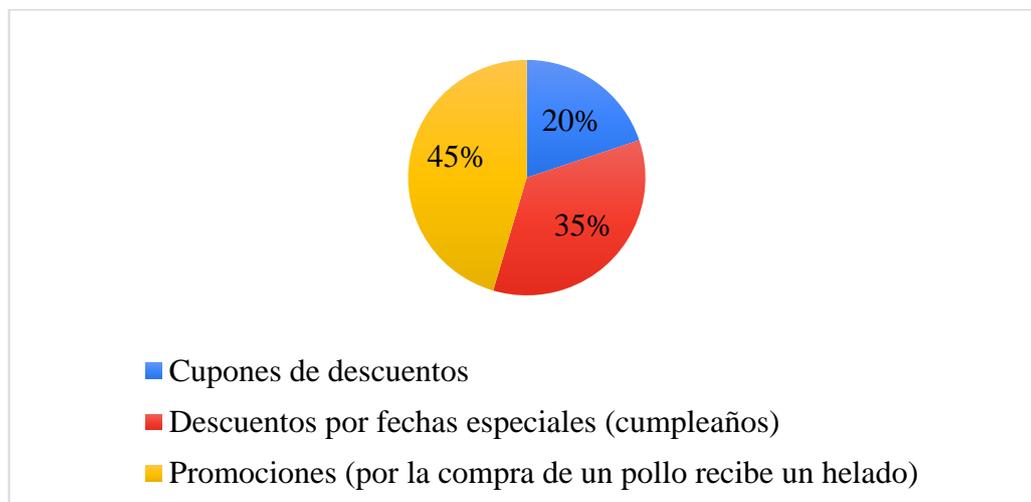
*Pregunta 11*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Cupones de descuentos	76	24.573	20%
Descuentos por fechas especiales (cumpleaños)	133	43.002	35%
Promociones (por la compra de un pollo recibe un helado)	174	56.259	45%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 11. Elaborado por el autor.

**Figura 14**

*Pregunta 11*



*Nota.* Resultado de la pregunta 11. Elaborado por el autor.

### **Análisis e interpretación**

De 383 personas encuestadas, el 45% prefiere promociones como por la compra de un pollo recibe una bolita de helado, el 35% prefiere descuentos por fechas especiales como en cumpleaños y el 20% prefiere cupones de descuentos, por ende, mediante estos resultados se refleja que los encuestados prefiere las promociones al ser un

cliente frecuente en este caso por la compra de un pollo asado picante recibe el regalo de una bolita de helado.

**12. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted se informa sobre ofertas gastronómicas?**

**Tabla 17**

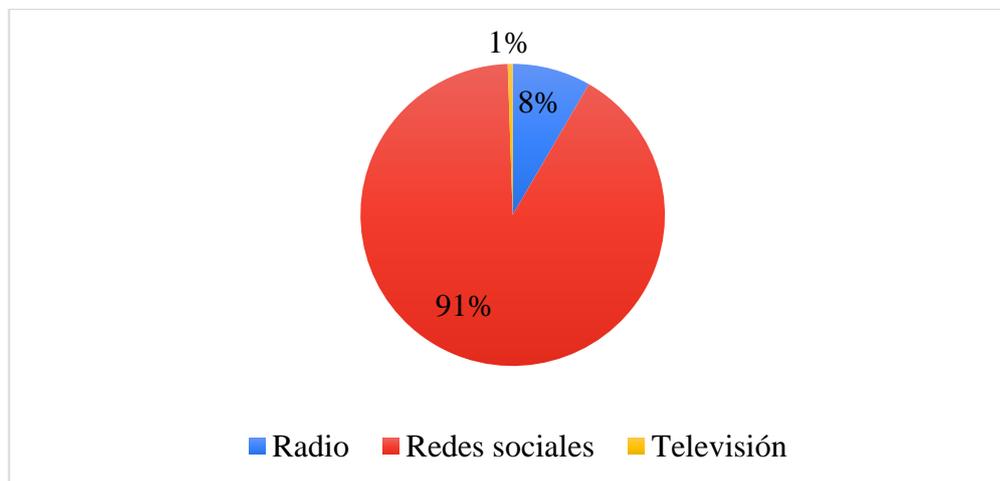
*Pregunta 12*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio	32	10.346	8%
Redes sociales	349	112.841	91%
Televisión	2	0.647	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Resultado de la pregunta 12. Elaborado por el autor.

**Figura 15**

*Pregunta 12*



*Nota.* Resultado de la pregunta 12. Elaborado por el autor.

**Análisis e interpretación**

En base a los resultados obtenidos se demostró que el 91% de los encuestados se informa de ofertas gastronómicas por redes sociales, 8% radio y tan solo el 1% por

televisión, en tal sentido, se puede interpretar que las redes sociales es el canal que más se propicie para comercializar el pollo asado picante siendo este el medio más económico y permite alcanzar una gran audiencia, así también como crear interacciones dinámicas con clientes.

### **3.8 Estudio de la demanda**

La demanda es el proceso es el cual se decide buscar y adquirir cualquier bien o servicio para satisfacer una necesidad. La demanda es un principal factor que muchas empresas utilizan para establecer un precio en un bien o servicio (Arboleda Castro, 2021).

El objetivo del estudio de la demanda es cuantificar la presencia de individuos dentro de una zona geográfica que están dispuestos a adquirir un bien o servicio.

#### **3.8.1 Cálculo de la demanda**

Para el presente análisis se da conforme a una tasa de crecimiento poblacional y la segmentación de mercado para una población económicamente activa en el rango de 18 a 60, al ser este un producto nuevo y novedoso para el mercado ambateño.

#### **3.8.2 Demanda de personas**

Para conocer la demanda de personas se toma en cuenta la pregunta 5 del cuestionario, Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante en un restaurante ¿usted lo consumiría?, la cual se aplicó a una muestra de 383 personas de tal forma para el cálculo de la demanda de personas se considera el mercado objetivo que respondió con frecuencia de SI .

**Tabla 18**

*Demanda de personas*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
------------------	---------------------------------	------------------------------------	-------------------

<b>Si</b>	<b>350</b>	<b>113.164</b>	<b>91%</b>
No	33	10.670	9%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Demanda de personas que pueden adquirir el producto. Elaborado por autor.

### **Análisis**

De acuerdo con la presente tabla se puede observar que 113.164 personas respondieron Si, lo cual representa que el 91% del mercado estaría dispuesto a consumir pollo asado picante, por lo que se puede interpretar un alto grado de aceptación.

#### **3.8.3 Proyección de la demanda en personas**

La demanda que se obtuvo para el año 2023 está proyectada hasta el año 2028 con una tasa de crecimiento poblacional (TCP) DE 1.56%.

### **Tabla 19**

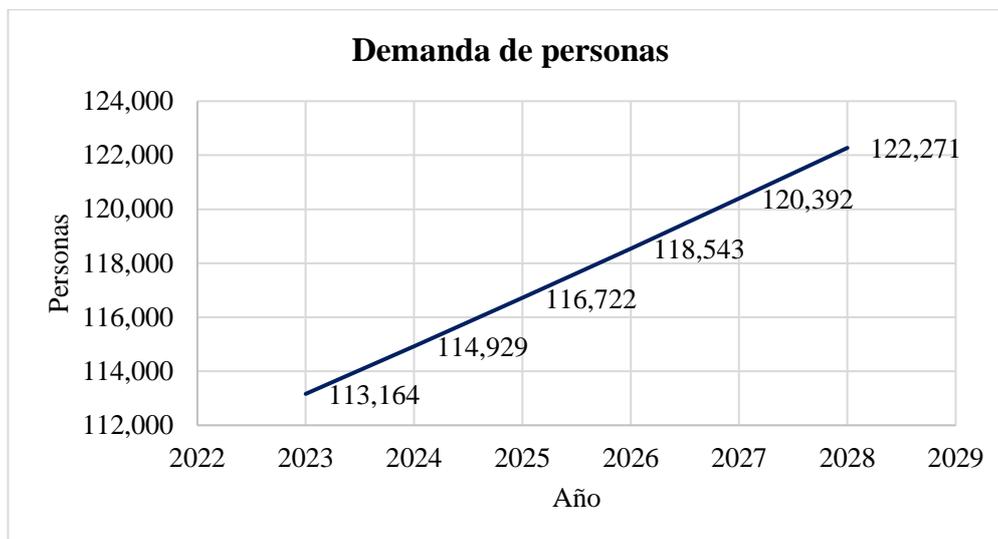
*Proyección de la demanda en personas*

<b>Año</b>	<b>Demanda de personas</b>	<b>TCP 1.56%</b>
2023	113.164	1.765
2024	114.929	1.793
2025	116.722	1.821
2026	118.543	1.849
2027	120.392	1.878
2028	122.271	1.907

*Nota.* La presente tabla muestra la proyección de la demanda en personas.

**Figura 16**

*Proyección de la demanda en personas*



*Nota.* La presente figura muestra a proyección de la demanda en personas hasta el año 2028.

### **Análisis**

Una vez realizada la proyección de la demanda de personas con la tasa de crecimiento poblacional de 1.56% se determinó que la demanda en personas para el año 2021 es de 113.164 y para el año 2028 se proyecta 122.271 personas que demanden el producto de pollo asado picante.

#### **3.8.4 Estudio de demanda de productos**

Para realizar el cálculo de la demanda de productos se utilizará la pregunta 6 del cuestionario la cuál manifiesta: ¿Mensualmente usted cuántas veces consumiría 1/8 de pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada (plato personal)? Por ende, se toma en cuenta la demanda de 113.164 para el presente año, y de acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta se dice que estarían dispuestos a consumir de 1 a 3 veces al mes un 78%, siendo un promedio de 2 veces al mes, de 4 a 6 veces un 13%, siendo un promedio de 5 veces al mes, el 3% más de 7 veces, siendo un promedio de 7 veces al mes y un 6% nunca.

Es importante aclarar que la cantidad promedio se calcula de las alternativas, las cuales se suman entre si y se dividen para dos, el mercado objetivo se calcula mediante el porcentaje de la demanda en cada alternativa y por último la demanda en productos se obtiene multiplicando el mercado objetivo, la cantidad promedio y el tiempo que, en este caso con doce meses, de tal forma se obtuvo que la demanda del producto es de 3286.283 platos de pollo asado picante por año.

**Tabla 20**

*Demanda de productos*

<b>Demanda</b>	<b>Consumo</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Mercado objetivo</b>	<b>Cantidad promedio</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Demanda en productos</b>
	1-3 veces	78%	88.268	2	12	2118.430
	4-6 veces	13%	14.711	5	12	882.679
113.164	7 o más veces	3%	3.395	7	12	285.173
	Nunca	6%	6.790	0	12	0
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>113.164</b>			<b>3286.283</b>

*Nota.* Se presenta la demanda de productos. Elaborado por autor.

### 3.8.5 Demanda proyectada en los productos

**Tabla 21**

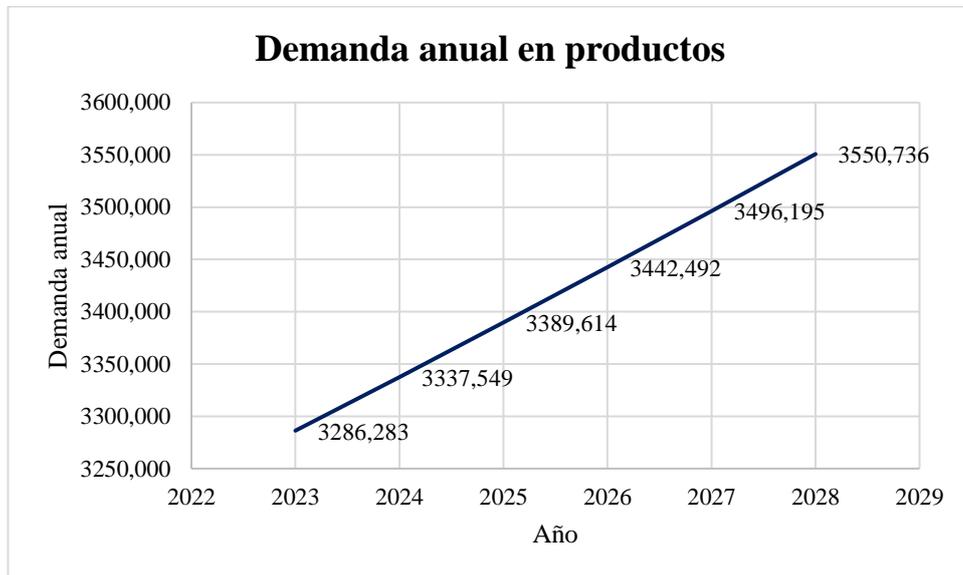
*Demanda proyectada en los productos*

<b>Tiempo (Años)</b>	<b>Demanda anual en productos</b>	<b>TCP 1.56%</b>
2023	3286.283	51.266
2024	3337.549	52.066
2025	3389.614	52.878
2026	3442.492	53.703
2027	3496.195	54.541
2028	3550.736	55.391

*Nota.* Se detalla la demanda proyectada en productos. Elaborado por autor.

**Figura 17**

*Demanda proyectada en los productos*



*Nota.* La figura muestra la demanda proyectada en productos hasta el año 2028.

### **Análisis**

En base a los respectivos cálculos se proyecta la demanda en productos para los cinco años con una tasa de crecimiento poblacional de 1.56%, en donde se determinó que para el presente año la demanda en productos es de 3286.283 y para el año 2028 la demanda es de 3550.736 platos.

### **3.9 Estudio de la oferta**

De acuerdo con Redondo et al. (2019) la oferta es la cantidad de un bien o servicio que una empresa produce para un mercado en un tiempo determinado.

Velasco (2013) menciona que la oferta es la cantidad máxima de bienes que el vendedor coloca en el mercado en un tiempo establecido en función de otros elementos establecidos como precio, recursos para su producción y el conocimiento tecnológico.

### 3.9.1 Oferta en personas

Para conocer la oferta en personas se considera la pregunta 5 del cuestionario, la cual manifiesta: Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada en un restaurante ¿usted lo consumiría?, de tal forma para el cálculo de la oferta se toma en cuenta a aquellos que respondieron con frecuencia de NO .

**Tabla 22**

*Oferta en personas*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia de la muestra</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	350	113.164	91%
No	33	10.670	9%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>123.834</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Se presenta la oferta en personas del proyecto. Elaborado por autor.

### **Análisis**

De acuerdo con la presente tabla se puede observar que 10.670 personas respondieron No, lo cual representa que el 9% del mercado que no estaría dispuesto a consumir pollo asado picante junto a sus acompañantes, lo que se puede interpretar que su necesidad ya es atendida por otros productos.

### 3.9.2 Estudio de la oferta en productos

Para realizar el cálculo de la oferta en productos se utilizará la pregunta 6 del cuestionario la cuál manifiesta: ¿Mensualmente cuántas veces consumiría 1/8 de pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada (plato personal)?

**Tabla 23***Oferta en productos*

<b>Oferta en personas</b>	<b>Consumo</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Mercado objetivo</b>	<b>Cantidad promedio</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Oferta en productos</b>
10.670	1-3 veces	78%	8.323	2	12	199.742
	4-6 veces	13%	1.387	5	12	83.226
	7 o más veces	3%	0.320	7	12	26.888
	Nunca	6%	0.640	0	12	0
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>10.670</b>			<b>309.857</b>

*Nota.* Se presenta la oferta en productos. Elaborado por autor.

### **Análisis**

En la presente tabla se puede observar la oferta en productos, donde se utilizó la oferta en personas, es decir las personas que respondieron que No estarían dispuestas a consumir pollo asado picante, siendo 10.670 personas del presente año, el cual ya se calculó anteriormente, de igual forma se utiliza el mercado objetivo, que se obtuvo del cálculo de cada uno de los porcentajes de las alternativas de consumo, la cantidad promedio y por último la oferta en productos que se obtuvo multiplicando el mercado objetivo, la cantidad promedio y el tiempo que, en este caso con doce meses, de tal forma se obtuvo que la oferta en productos es de 3286.283 platos de pollo asado picante por año.

### **3.9.3 Oferta proyectada en el producto**

**Tabla 24***Oferta proyectada en el producto*

<b>Tiempo (Años)</b>	<b>Oferta anual en productos</b>	<b>TCP 1.56%</b>
2023	309.857	4.834
2024	314.691	4.909
2025	319.600	4.986

2026	324.586	5.064
2027	329.649	5.143
2028	334.792	5.223

*Nota.* Oferta proyectada en productos. Elaborado por autor.

### Figura 18

*Oferta proyectada en el producto*



*Nota.* La presente figura se muestra la oferta proyectada en platos hasta el año 2028.

### Análisis

En base a los respectivos cálculos se proyecta la oferta en productos para los cinco años con una tasa de crecimiento poblacional de 1.56%, en donde se determinó que para el presente año la oferta en productos es de 309.857 y para el año 2028 se espera una oferta en productos de 334.792.

### 3.10 Mercado potencial

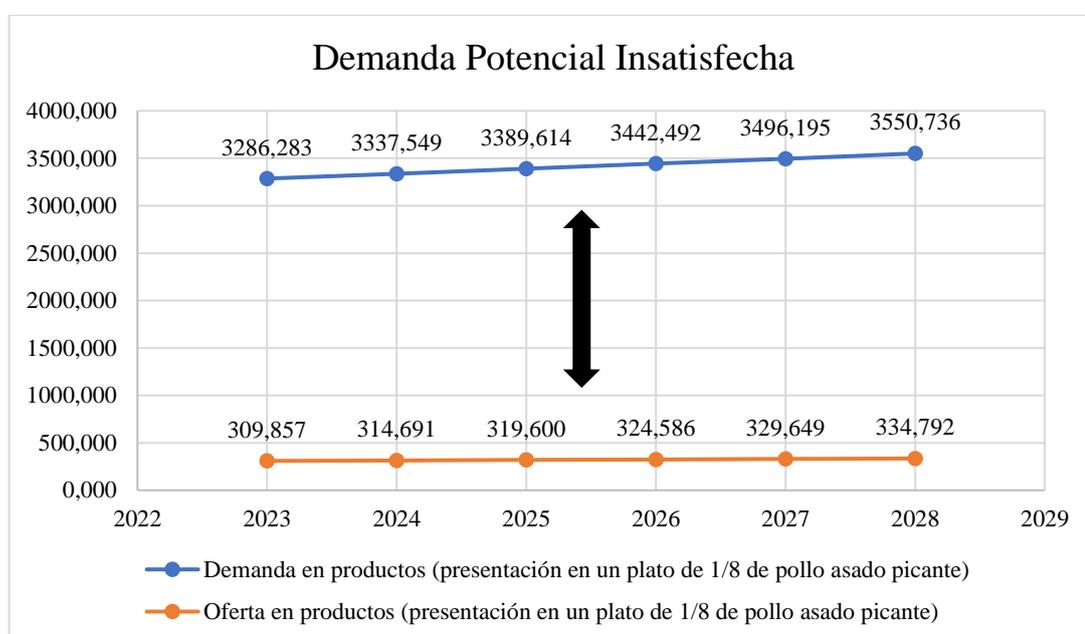
Moya Espinosa (2015) menciona que el mercado potencial conforma aquellos individuos que un futuro pueden estar interesados en realizar una compra de un bien o adquirir un servicio, es decir, son los clientes prospecto que muy probablemente tiene el poder de compra.

### 3.11 Demanda potencial insatisfecha (DPI)

La demanda potencial insatisfecha se entiende como la cantidad de bienes o servicio que en un futuro pueden ser consumidos o demandados, esta demanda potencial se obtiene de la diferencia de la demanda y la oferta, además se puede decir que la demanda insatisfecha se presenta cuando la oferta no cubre o satisface las necesidades de un demandante.

**Figura 19**

*Demanda Potencial Insatisfecha*



*Nota.* La presente figura muestra la Demanda Potencial Insatisfecha hasta el año 2028.

**Tabla 25**

*Demanda potencial insatisfecha*

Año	Demanda en productos (presentación en un plato de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes)	Oferta en productos (presentación en un plato de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes)	Demanda Potencial Insatisfecha (DPI)
2023	3286.283	309.857	2976.426

2024	3337.549	314.691	3022.858
2025	3389.614	319.600	3070.014
2026	3442.492	324.586	3117.907
2027	3496.195	329.649	3166.546
2028	3550.736	334.792	3215.944

*Nota.* La presente tabla muestra el DPI hasta el año 2028. Elaborado por autor.

## **Análisis**

De acuerdo con los resultados obtenidos, se pudo determinar que la demanda potencial insatisfecha de un plato de 1/8 pollo asado picante en el 2023 es de 2976.426 y para el año 2028 se proyecta 3215.944.

### **3.12 Análisis de precio**

El precio se entiende como la cantidad de dinero que un comprador está dispuesto a pagar por un bien o servicio siendo esta la única variable que permite generar ingresos para las empresas (Moya Espinosa, 2015).

Para Schnarch (2020) el precio es el sacrificio monetario que ofrece el comprador a cambio de un bien o servicio, además menciona que el precio es una de las variables determinantes en la elección por parte del comprador.

Para el cálculo del precio se tomará en cuenta la pregunta 8, la cual menciona: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un 1/8 , 1/4 , 1/2 y 1 pollo entero asado picante más papas cocinadas y ensalada?

El precio inicial del plato de 1/8 de pollo asado picante está en el rango de \$2.00 a \$2.50, por lo que se ha decidido establecer el precio inicial de \$2.50. Así mismo, al realizar análisis previos ante negocios que ofrecen un producto similar se encuentran en el rango de \$2.50 a \$3.50, para el 1/4 de pollo asado picante tuvo mayor acogida el rango de \$4.00 a \$4.50 por lo que se decidió establecer el precio inicial de \$4.50, para el 1/2 pollo asado picante está en el rango de \$7.00 a \$8.00 por lo que se estableció

como precio inicial de \$8.00 y para el pollo entero tuvo mayor aceptación el precio de \$12.00 a \$14.00 por lo que se decidió establecer el precio inicial de \$14.00.

Para la proyección del precio de cada plato a cinco años se utiliza la inflación acumulada del año 2022, misma que es de 3.74%, según datos presentados por la INEC.

**Tabla 26**

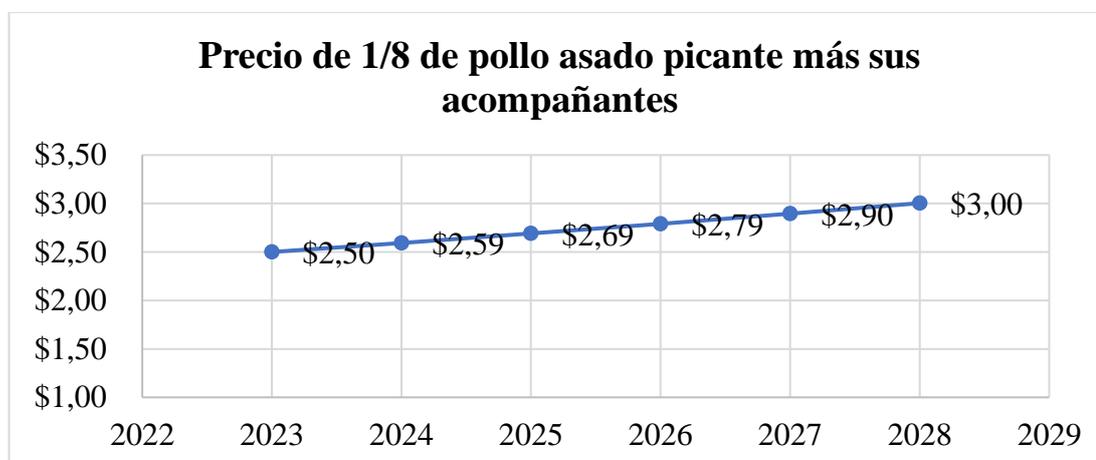
*Análisis de precio de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes*

Año	Precio de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes	Inflación acumulada (3.74 %)
2023	\$ 2.50	0.094
2024	\$ 2.59	0.097
2025	\$ 2.69	0.101
2026	\$ 2.79	0.104
2027	\$ 2.90	0.108
2028	\$ 3.00	0.112

*Nota.* La tabla muestra la proyección del precio de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes (plato personal).

**Figura 20**

*Análisis de precio de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes*



*Nota.* La tabla muestra la proyección del precio de 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes (plato personal).

## Análisis

El precio definido del 1/8 de pollo asado picante más sus acompañantes con el que se empieza en año 2023 es de \$2.50, y su proyección para el año 2028 con una inflación de 3.74% el precio del producto será de \$3.00.

**Tabla 27**

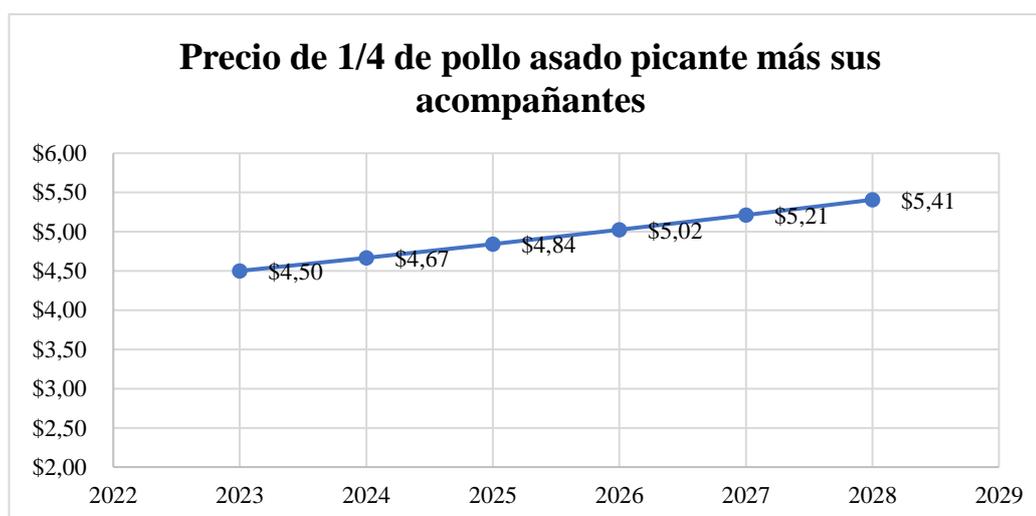
*Análisis de precio de 1/4 de pollo asado picante más sus acompañantes*

Año	Precio de 1/4 de pollo asado picante más sus acompañantes	Inflación acumulada (3.74%)
2023	\$ 4.50	0.168
2024	\$ 4.67	0.175
2025	\$ 4.84	0.181
2026	\$ 5.02	0.188
2027	\$ 5.21	0.195
2028	\$ 5.41	0.202

*Nota.* La tabla muestra la proyección del precio de 1/4 de pollo asado picante más sus acompañantes.

**Figura 21**

*Análisis de precio de 1/4 de pollo asado picante más sus acompañantes*



*Nota.* La tabla muestra la proyección del precio de 1/4 de pollo asado picante más sus acompañantes.

## Análisis

El precio que se va a considerar para 1/4 de pollo asado picante más sus acompañantes para el presente año es de \$4.50, y su proyección para el año 2028 con una inflación de 3.74% el precio del producto será de \$5.41.

**Tabla 28**

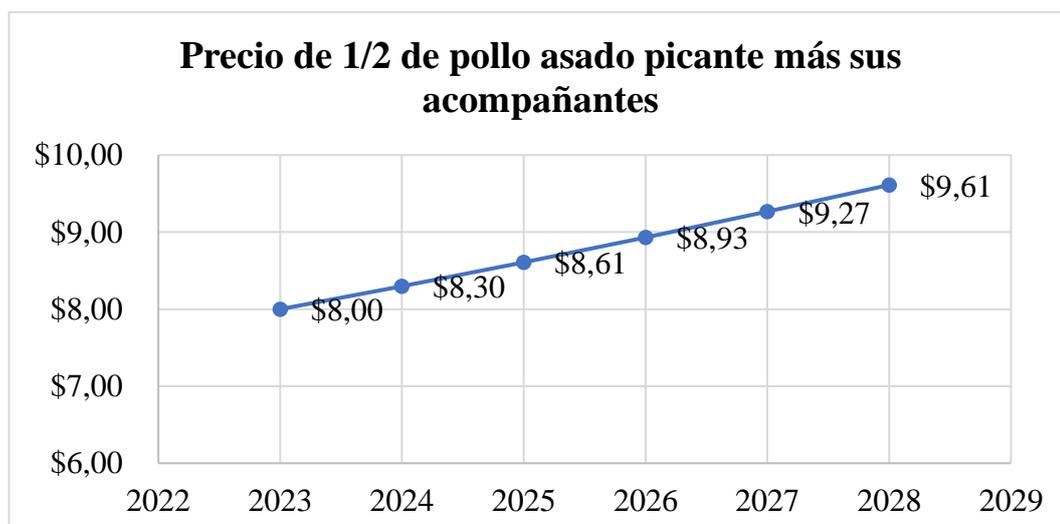
*Análisis de precio de 1/2 de pollo asado picante más sus acompañantes*

Año	Precio de 1/2 de pollo asado picante más sus acompañantes	Inflación acumulada (3.74%)
2023	\$ 8.00	0.299
2024	\$ 8.30	0.310
2025	\$ 8.61	0.322
2026	\$ 8.93	0.334
2027	\$ 9.27	0.347
2028	\$ 9.61	0.359

*Nota.* La tabla muestra la proyección del precio de 1/2 de pollo asado picante más sus acompañantes.

**Figura 22**

*Análisis de precio de 1/2 de pollo asado picante más sus acompañantes*



*Nota.* La figura muestra la proyección del precio de 1/2 de pollo asado picante más sus acompañantes.

### **Análisis**

El precio que se va a considerar para 1/2 de pollo asado picante más sus acompañantes para el presente año es de \$8.00, y su proyección para el año 2028 con una inflación de 3.74% el precio del producto será de \$9.61.

### **Tabla 29**

*Análisis de precio de 1 pollo entero asado picante más sus acompañantes*

<b>Año</b>	<b>Precio de 1 pollo entero asado picante más sus acompañantes</b>	<b>Inflación acumulada (3.74%)</b>
2023	\$ 14.00	0.524
2024	\$ 14.52	0.543
2025	\$ 15.07	0.563
2026	\$ 15.63	0.585
2027	\$ 16.21	0.606
2028	\$ 16.82	0.629

*Nota.* La tabla muestra la proyección del precio de 1 pollo entero asado picante más sus acompañantes.

**Figura 23**

*Análisis de precio de 1 pollo entero asado picante más sus acompañantes*



*Nota.* La tabla muestra la proyección del precio de 1 pollo entero asado picante más sus acompañantes.

### **Análisis**

El precio que se va a considerar para 1 pollo entero asado picante más sus acompañantes para el presente año son de \$14,00, y su proyección para el año 2028 con una inflación de 3.74% el precio del producto será de \$16,82.

### **3.13 Comercialización**

#### **3.13.1 Canales de comercialización**

Los canales de comercialización se pueden entender como todos los medios usados por empresas para hacer conocer su bien o servicio al mercado, además, también se decir, que es el proceso o ruta para relacionarse con los clientes y se pueda realizar ventas.

También es importante mencionar que un canal de comercialización es uno de los elementos indispensables en toda organización para que su producto o servicio llegue de la manera deseada a los clientes, de tal forma se debe asegurar este proceso que sea

eficaz y eficiente para ganar participación en el mercado y conseguir clientes potenciales (Sumba Bustamante et al., 2022).

### **Canales de comunicación**

Los canales de comunicación son aquellos medios o herramientas por el cual se transmite y se recibe información (Cardozo, 2020).

Los canales de comunicación en el ámbito corporativo permiten establecer y facilitar una comunicación entre la empresa y sus clientes, de tal forma, que esta herramienta ayuda a captar y fidelizar clientes (Silva, 2021).

### **Redes sociales**

Hoy en día las redes sociales se han convertido en la estrategia comercial más influyente utilizado por micro, pequeñas, medianas y grandes empresas para promover sus negocios y captar clientes de manera eficiente sin la necesidad de contar con mucho capital (Mera et al.,2022).

Las redes sociales son una gran herramienta que permiten lograr un mayor alcance, por tal motivo, en el presente proyecto se utilizará como canal de comercialización las redes sociales, ya que se puede publicitar el producto que se va a ofrecer y a la vez crear una comunidad sólida con los clientes, además que es el medio más económico en comparación con los medios tradicionales.

#### ***3.13.2 Canales de distribución***

El canal de distribución es aquel camino o ruta por el cual el producto pasa desde el productor o fabricante hasta llegar a su consumidor final, este debe satisfacer las necesidades de los clientes acortando tiempo y distancias (Acosta, 2017).

En el proyecto se va a utilizar un canal de distribución directo, esto es debido que se contará con un local físico donde directamente empleados del restaurante entregaran el producto a los clientes.

### 3.14 Matriz FODA

**Tabla 30**

*Matriz FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>F1.</b> Producto nuevo en el mercado.	<b>O1.</b> Entregas a domicilio
<b>F2.</b> Se cuenta con proveedores directos.	<b>O2.</b> Posibilidad de ampliar el menú.
<b>F3.</b> Ubicación estratégica y vías de acceso.	<b>O3.</b> Baja competencia indirecta en el sector.
<b>F4.</b> Se cuenta con el espacio adecuado para construir las instalaciones.	<b>O4.</b> Uso de redes sociales para difundir el restaurante e interactuar con clientes.
<b>F5.</b> Instalaciones con buen ambiente.	<b>O5.</b> Crecimiento poblacional de la zona.
	<b>O6.</b> Posibilidad de acceso a financiamiento.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>D1.</b> No se cuenta con capital propio en su totalidad.	<b>A1.</b> Inestabilidad económica del país.
<b>D2.</b> Nuevo restaurante sin experiencia.	<b>A2.</b> Competencia indirecta con experiencia en el sector restaurantero.
<b>D3.</b> Segmento limitado de personas que les gusta el picante.	<b>A3.</b> Producto vulnerable de copiar.
<b>D4.</b> Escaso personal con experiencia en la cocina.	<b>A4.</b> Inflación.
<b>D5.</b> Carencia de equipos de cocina.	<b>A5.</b> Acelerado crecimiento tecnológico.
	<b>A6.</b> Desconocimiento del producto por parte del mercado.

*Nota.* La presente tabla muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del emprendimiento.

**Tabla 31**

*Matriz de estrategias*

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<p><b>F1.</b> Producto nuevo en el mercado</p> <p><b>F2.</b> Se cuenta con proveedores directos.</p> <p><b>F3.</b> Ubicación estratégica y vías de acceso.</p> <p><b>F4.</b> Se cuenta con el espacio adecuado para construir las instalaciones.</p> <p><b>F5.</b> Instalaciones con buen ambiente.</p>	<p><b>D1.</b> No se cuenta con capital propio en su totalidad.</p> <p><b>D2.</b> Nuevo restaurante sin experiencia.</p> <p><b>D3.</b> Segmento limitado de personas que les gusta el picante.</p> <p><b>D4.</b> Escaso personal con experiencia en la cocina.</p> <p><b>D5.</b> Carencia de equipos de cocina.</p>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
<p><b>O1.</b> Entregas a domicilio</p> <p><b>O2.</b> Posibilidad de ampliar el menú.</p> <p><b>O3.</b> Baja competencia indirecta en el sector.</p> <p><b>O4.</b> Uso de redes sociales para difundir el restaurante e interactuar con clientes</p> <p><b>O5.</b> Crecimiento poblacional de la zona</p> <p><b>O6.</b> Posibilidad de acceso a financiamiento</p>	<p><b>F1O1.</b> Asociarse con empresas deliveries para realizar entregas a domicilio y potencializar el producto nuevo llegando así a más personas.</p> <p><b>F3O5.</b> Aprovechar la posibilidad de acceso a financiamiento para realizar compras de contado y crear alianzas estratégicas con los proveedores.</p> <p><b>F4O5.</b> Aprovechar el espacio adecuado para construir y adaptarse al</p>	<p><b>D2O4.</b> Publicitar el nuevo restaurante mediante redes sociales para darse a conocer.</p> <p><b>D3O2.</b> Ampliar la propuesta gastronómica para cubrir necesidades de nuevos segmentos de mercado.</p> <p><b>D5O6.</b> Obtener financiamiento para invertir en equipos de cocina de calidad.</p>

crecimiento poblacional de la zona.		
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<b>A1.</b> Inestabilidad económica del país.	<b>F2A1.</b> Convenio con proveedores para el establecimiento de precios fijos para ofrecer productos a precios accesibles.	<b>D2A6.</b> Crear la marca del restaurante para poseer una identidad reconocible.
<b>A2.</b> Competencia indirecta con experiencia en el sector restauranero.	<b>F5A2.</b> Destacarse por contar con un ambiente acogedor en las instalaciones, a diferencia de la competencia del sector.	<b>D5A5.</b> Aprovechar la tecnología para informarnos sobre equipos de cocina altamente funcionales.
<b>A3.</b> Producto vulnerable de copiar.	<b>F3A6.</b> Aprovechar la ubicación estratégica con vías de acceso para promocionar el producto y tener una captación de nuevos clientes.	
<b>A4.</b> Inflación.		
<b>A5.</b> Acelerado crecimiento tecnológico.		
<b>A6.</b> Desconocimiento del producto por parte del mercado.		

*Nota.* La presente tabla muestra las distintas estrategias que se pueden aplicar para el proyecto.

### 3.15 Matriz de Perfil de Capacidad Interna (PCI)

**Tabla 32**

*Escala de calificación Matrices PCI - POAM*

Escala de calificación	
4	Alto impacto
3	Medio alto impacto
2	Medio bajo impacto

1 Bajo impacto

Valor ponderado total	PCI	POAM
>3	Fortalezas/Debilidades	Oportunidades/Amenazas
<3	Debilidades/Fortalezas	Amenazas/Oportunidades

*Nota. Calificaciones para matrices PCI-POAM.*

**Tabla 33**

*Matriz PCI*

Descripción del factor	Ponderación	Calificación	Valor ponderado
<b>Fortalezas</b>			
Producto nuevo en el mercado	0.12	3	0.36
Se cuenta con proveedores directos.	0.17	4	0.68
Ubicación estratégica y vías de acceso.	0.11	3	0.33
Se cuenta con el espacio adecuado para construir las instalaciones.	0.14	4	0.56
Instalaciones con buen ambiente.	0.06	2	0.12
<b>Debilidades</b>			
No se cuenta con capital propio en su totalidad.	0.05	2	0.1
Nuevo restaurante sin experiencia.	0.1	3	0.3
Segmento limitado de personas que les gusta el picante.	0.13	3	0.39
Escaso personal con experiencia en la cocina	0.08	3	0.24
Carencia de equipos de cocina.	0.04	2	0.08
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>3.16</b>

*Nota. La tabla muestra la evaluación de los factores internos.*

## Análisis

A través de la matriz se puede observar las ponderaciones que representa cada fortaleza y debilidad del emprendimiento, por lo que se puede mencionar que, si el valor ponderado total es mayor a 3, significa que las fortalezas están sobre las debilidades, en este caso se el valor total de ponderación es 3.16, lo cual se interpreta que se puede aprovechar las fortalezas o existen más fortalezas que debilidades.

### 3.16 Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas (POAM)

**Tabla 34**

*Matriz POAM*

Descripción del factor	Ponderación	Calificación	Valor ponderado
<b>Oportunidades</b>			
Entregas a domicilio	0.02	2	0.04
Posibilidad de ampliar el menú.	0.1	3	0.3
Baja competencia indirecta en el sector.	0.06	3	0.18
Uso de redes sociales para difundir el restaurante e interactuar con clientes.	0.17	4	0.68
Crecimiento poblacional de la zona.	0.09	3	0.27
Posibilidad de acceso a financiamiento.	0.15	4	0.6
<b>Amenazas</b>			
Inestabilidad económica del país.	0.07	3	0.21
Competencia indirecta con experiencia en el sector restaurantero.	0.11	3	0.33

Producto vulnerable de copiar.	0.08	3	0.24
Inflación.	0.05	2	0.1
Acelerado crecimiento tecnológico.	0.04	2	0.08
Desconocimiento del producto por parte del mercado.	0.06	3	0.18
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.34</b>

*Nota.* La tabla muestra la evaluación de los factores externos.

### **Análisis**

A través de la matriz se puede observar las ponderaciones que representa cada oportunidad y amenaza del emprendimiento, por lo que se puede mencionar que, si el valor ponderado total es menor a 3, significa que las amenazas están sobre las oportunidades, en este caso se el valor total de ponderación es 2.34, lo cual se interpreta que existen más amenazas que oportunidades.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1 Tamaño óptimo del proyecto

##### 4.1.1 Factores determinantes del tamaño

##### **Demanda Potencial Insatisfecha (DPI)**

Uno de los factores determinantes del tamaño, es la demanda potencial insatisfecha, misma que se evidenció en los cálculos anteriormente presentados, por lo que se obtuvo que para el presente año existe un DPI de 2976.426 platos de 1/8 de pollo asado picante y proyectada para el año 2028 es de 3215.944, mismos que deben ser cubiertos, por ello es importante tener el conocimiento de esta información ya que se puede saber el posible alcance y también el espacio necesario para cumplir las actividades.

##### **Disponibilidad de capital**

La disponibilidad de capital es un factor determinante para que todo nuevo negocio empiece, crezca con solidez y se mantenga en el mercado, es indispensable contar con la suficiente cantidad económica, es por ello que se puede contar con capital propio y/o ajeno mediante un financiamiento a entidades bancarias, de tal forma que se pueda lograr la creación e instalación del negocio. En este caso por ser un nuevo emprendimiento o negocio el capital que se va a necesitar va a estar dirigido para equipos de cocina, muebles, materia prima, etc.

##### **Mano de obra**

La mano de obra es el recurso más importante en toda empresa, para la creación del restaurante es importante contar con mano de obra con conocimiento y experiencia dentro de este ámbito, es por ello que se toma en cuenta a la mano de obra como un factor determinante para la elaboración y la atención del restaurante.

#### 4.1.2 *Tamaño optimo*

El tamaño optimo nos permite determinar la cantidad de productos que los emprendimientos deben producir para cubrir una parte de la demanda potencial insatisfecha, en este caso, en el restaurante para determinar cuántos platos personales se deben preparar para cubrir una parte de la demanda potencial insatisfecha se trabajará con una estimación de 2.90%.

Para obtener el DPI real, se multiplica el DPI anteriormente calculado por la estimación de 2.90% y para conocer la producción diaria se realiza la división del DPI real para 360 días que corresponde al año comercial.

**Tabla 35**

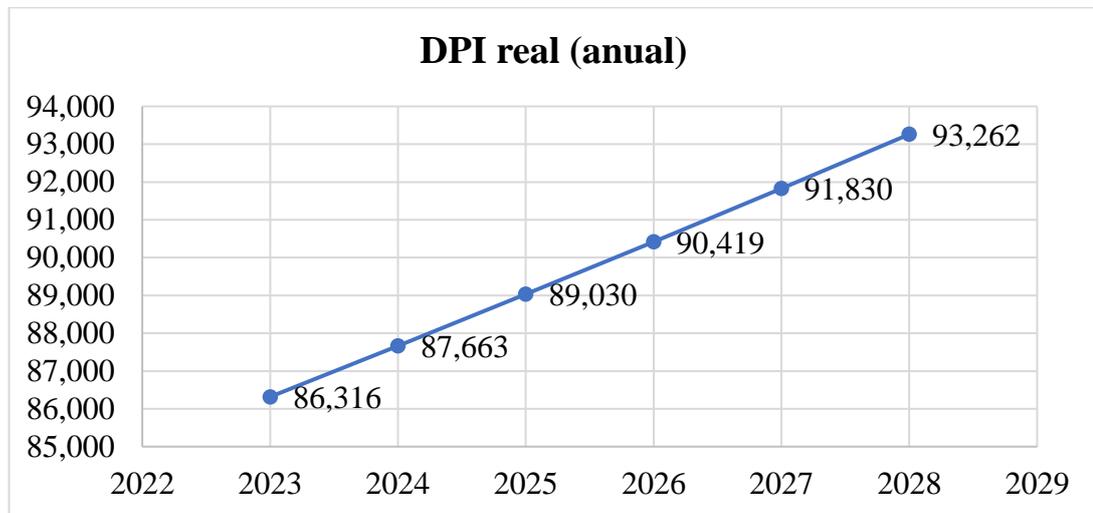
*DPI real*

<b>Año</b>	<b>DPI</b>	<b>Estimación</b>	<b>DPI real (anual)</b>	<b>Producción diaria</b>
2023	2976.426	2.90%	86.316	240
2024	3022.858	2.90%	87.663	244
2025	3070.014	2.90%	89.030	247
2026	3117.907	2.90%	90.419	251
2027	3166.546	2.90%	91.830	255
2028	3215.944	2.90%	93.262	259

*Nota.* La presente tabla presenta el DPI real proyectada hasta el año 2028.

**Figura 24**

*DPI real*



*Nota.* La presente figura presenta el DPI real proyectada hasta el año 2028.

## **Análisis**

En el cálculo realizado con la estimación de 2.90% se obtiene un DPI real de 86.316 platos unipersonales de pollo asado picante para el año 2023, lo que significa que en un día de trabajo se debe preparar 240 platos personales, y esta con el pasar de los años va aumentando.

## **4.2 Localización**

### **4.2.1 Localización óptima**

La localización óptima del emprendimiento se obtiene mediante el análisis de distintos factores que pueden determinar el sitio más susceptible para la instalación del negocio, para ello se realiza una comparación de varias alternativas donde se podría ubicar y de tal forma conocer aquel que ofrezca un máximo beneficio.

El sitio idóneo para la instalación del emprendimiento es aquel en donde los costos sean mínimos y también se alcance una mayor rentabilidad económica, en tal sentido se analiza los siguientes factores que pueden calificar.

<b>Escala</b>	<b>Impacto</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto

**Tabla 36**

*Matriz de ponderación de localización*

<b>Factores relevantes</b>	<b>Peso ponderado</b>	<b>Augusto N. Martínez</b>		<b>Centro</b>	<b>Ficoa</b>		
Arriendo	0.16	3	0.48	1	0.16	2	0.32
Infraestructura	0.14	3	0.42	2	0.28	2	0.28
Servicios básicos	0.12	3	0.36	3	0.36	3	0.36
Sector comercial	0.11	1	0.11	3	0.33	2	0.22
Vías de acceso	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Tránsito vehicular	0.09	3	0.27	1	0.09	2	0.18
Transporte	0.07	2	0.14	3	0.21	2	0.14
Competencia	0.11	3	0.33	1	0.11	2	0.22
Seguridad	0.08	2	0.16	1	0.08	2	0.16
Permisos legales	0.05	2	0.1	2	0.1	2	0.1
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2.58</b>		<b>1.93</b>		<b>2.19</b>

*Nota. Matriz con los factores relevantes para la localización óptima del restaurante.*

### **Análisis**

Una vez determinado los factores más relevantes para conocer la localización óptima para el restaurante, se toma en cuenta tres lugares de la ciudad de Ambato, como es en la parroquia Augusto N. Martínez, en el centro de la ciudad y en el sector de Ficoa, se analiza la ponderación total de todos los factores, obteniendo que Augusto N. Martínez es el sitio más óptimo para el emprendimiento ya que se obtuvo una ponderación de 2.58 siendo esta la más alta, de tal forma se puede decir que en este sitio se tiene mejores costos y se podría generar más utilidad.

#### 4.2.2 *Macro localización*

**País:** Ecuador

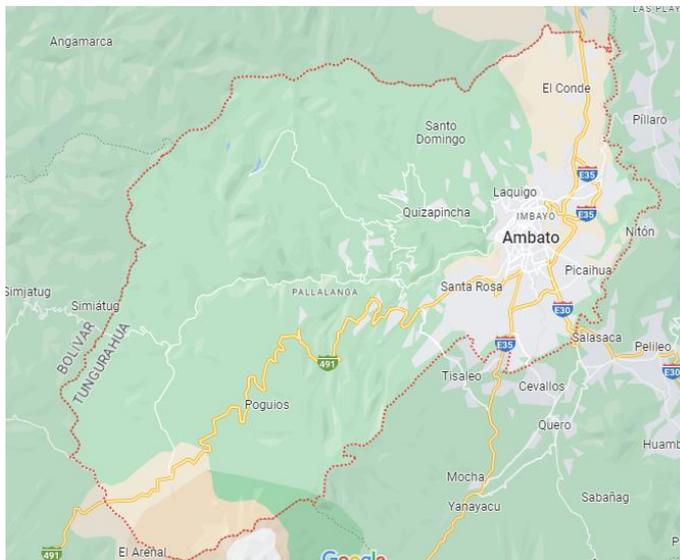
**Región:** Sierra

**Provincia:** Tungurahua

**Cantón:** Ambato

#### **Figura 25**

*Macro localización*



*Nota. Localización macro cantón Ambato. Obtenido de Google maps (2023).*

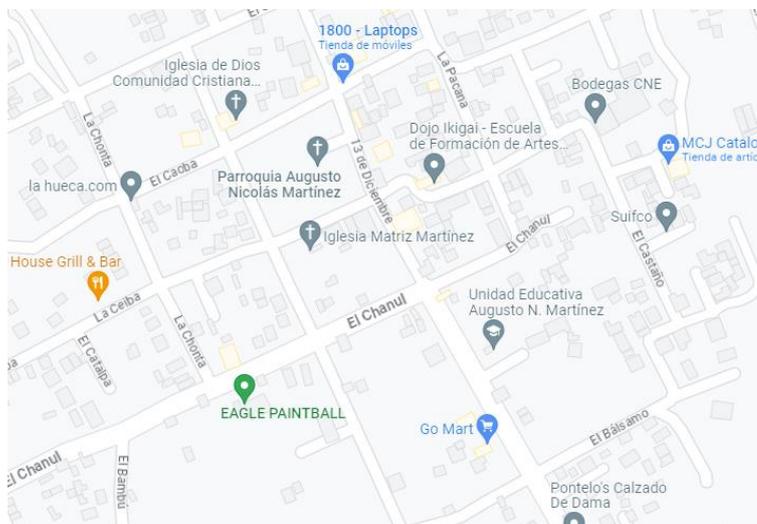
#### 4.2.3 *Micro localización*

**Parroquia:** Augusto N. Martínez

**Barrio:** San Luis

**Figura 26**

*Micro localización*



*Nota.* Localización micro de la parroquia Augusto N. Martínez. Fuente: Google maps (2023).

### 4.3 Ingeniería de proyectos

#### 4.3.1 *Producto-precio*

Para la preparación del pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada es indispensable contar con la materia prima suficiente, los equipos de cocina, mano de obra y demás que contribuyan en su proceso productivo.

A continuación, se presentan el proceso productivo del pollo asado picante:

**Tabla 37**

*Proceso del pollo asado picante*

Actividad	Descripción	Tiempo	Recursos/Inversión
Recepción de materia prima e insumos	Compra de la materia prima e insumos.	20 minutos	Pollos faenados, materia prima, insumos

Almacenamiento de materia prima e insumos	Almacenar los insumos que posteriormente se usaran.	10 min	Materia prima e insumos
Limpieza de materia prima	Se realiza la limpieza del pollo, papas y vegetales.	45 minutos	Agua, toallas de cocina, bandejas.
Preparación del pollo	Se realiza el aliño del pollo donde se mezcla los distintos ingredientes para posteriormente marinar el pollo.	150 minutos	Utensilios y herramientas de cocina, licuadora.
Preparación de la ensalada	Se realiza el corte de los vegetales y su preparación.	30 minutos	Utensilios y herramientas de cocina, sal
Preparación de las papas	Se realiza la cocción de las papas.	20 minutos	Papas, agua, olla, cocina, sal y vinagre
Asar el pollo	Se coloca el pollo en el asador.	90 minutos	Asador, carbón.
Retirar y despresar el pollo	Retirar el pollo del asador y despresarlo.	30 minutos	Utensilios y herramientas de cocina, bandejas.
Emplatar los alimentos	Colocar presas, papas y ensalada en los respectivos platos	5 minutos	Platos, guantes de cocina, cucharones
Servir los alimentos	Se lleva los platos a los respectivos clientes.	5 minutos	Cubiertos

*Nota.* Tabla con el proceso, tiempo y recursos para elaborar el pollo asado picante.

#### **4.3.2 Balance de materiales**

**Tabla 38***Materia prima*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>
Pollos faenados de 5lbs.	10800	Unidades
Aliño picante	7334.12	Kilogramos

*Nota.* La presente tabla muestra la materia prima del plato de pollo asado picante.

**Tabla 39***Insumos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>
Papas	288	Quintal
Zanahoria	114	Sacos
Tomate	88	Cajas
Lechuga	360	Cajas
Sal(2k)	51	Unidades
Vinagre	12	Galones
Carbón	180	Sacos
Gas licuado	60	Unidades

*Nota.* La presente tabla muestra la materia prima indirecta.

**Tabla 40***Materiales indirectos*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Unidad de medida</b>
Paquete de servilletas (300u)	36	Unidades
Funda de rollo 9x14	778	Unidades
Paquete de funda P5	259	Unidades

*Nota.* La presente tabla muestra los materiales indirectos que se van a utilizar.

**Tabla 41***Equipos*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>
Asador de pollos al carbón	1

Licuadora industrial	1
Cocina industrial	1
Termo de pollos	1
Refrigeradora	1
Extractor de humo	1
Balanza	1
Congelador	1
Cilindros de gas	3
Calentador a gas para exteriores	1
Carrito de limpieza 24lt	2

*Nota.* La presente tabla muestra los equipos que se van a utilizar en el proyecto.

**Tabla 42**

*Menaje*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>
Platos	240
Juego de cuchillo y tenedor	240
Cucharon	3
Cuchillos	4
Tablas de picar	2
Recipientes de acero inoxidable	4
Colador grande	2
Ollas grandes	3
Tijeras para carne	2
Bandejas de acero inoxidable	5
Bandejas de despacho	1
Rallador	2
Pinzas	2
Gavetas plásticas	3
Fregadero	1
Dispensador de jabón	2
Dispensador de papel higiénico	2

Basurero	4
----------	---

*Nota.* La presente tabla muestra las herramientas de cocina que se van a utilizar.

**Tabla 43**

*Muebles y enseres*

Descripción	Consumo anual
Mesas	10
Mesa grande de acero inoxidable	1
Mesa pequeña de acero inoxidable 1.50m x 0.75 m	1
Sillas	37
Silla rotatoria	1
Televisión	2
Estantería	1
Muebles para atención al cliente	2

*Nota.* La presente tabla muestra los muebles y enseres que se van a necesitar.

**Tabla 44**

*Equipos de cómputo*

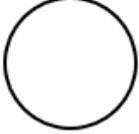
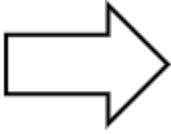
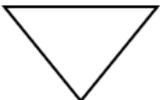
Descripción	Consumo anual
Computadora	1
Impresora térmica	1
Cajón de dinero	1

*Nota.* La presente tabla muestra los equipos de cómputo que se van a necesitar.

### 4.3.3 Diagrama de flujo

Díaz (2022) menciona que los diagramas de flujos son representaciones gráficas (símbolos) que describe un sistema o proceso, en la relación de cada símbolo utiliza flechas o líneas que muestra una secuencia en la ejecución del proceso, además menciona que un diagrama de flujo debe ser siempre claro, sencillo y flexible, pues debe ser entendido por todas las partes interesadas.

**Tabla 45***Simbología ASME*

<b>Simbología</b>	<b>Representación</b>	<b>Descripción</b>
	Operación	Indica las primeras fases del procedimiento.
	Inspección	Indica una verificación o control dentro del proceso.
	Transporte	Indica cuando existe un traslado de los productos a otro lugar para continuar con su proceso.
	Almacenamiento	Indica el depósito de los productos en un almacén.
	Demora	Indica cuando el proceso se encuentra detenido.

*Nota.* La presente tabla muestra el significado de la simbología ASME.

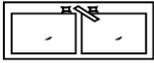
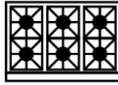
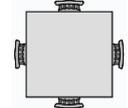
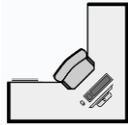
**Tabla 46**

*Diagrama de flujo*

SPICY CHICKEN								
Diagrama de flujo								
<b>Producto:</b> Pollo asado picante más papás cocinadas y ensalada				<b>Inicia en:</b> Recepción de materia prima e insumos				
<b>Fabrica:</b> Restaurante “Spicy Chicken”				<b>Termina en:</b> Entrega de alimentos				
<b>Método:</b> Vertical Normativa ASME				<b>Elaborado por:</b> Liliana Suárez				
<b>Fecha:</b> 12 de junio del 2023								
N.º	Actividades	Tiempo	○	□	➔	▽	◐	Obser.
1	Recepción de materia prima e insumos.	20 min	●					
2	Almacenamiento de materia prima e insumos.	10 min				●		
3	Limpieza de materia prima necesaria.	45 min	●					
4	Preparación del pollo	150 min	●					
5	Preparación de la ensalada	30 min	●					
6	Preparación de las papas	20 min	●					
7	Asar el pollo	90 min	●					
8	Retirar y despresar	30 min	●					
9	Emplatar los alimentos	5 min	●					
10	Servir los alimentos	5 min	●					

*Nota.* Se muestra el diagrama de flujo del pollo asado picante más sus acompañantes.

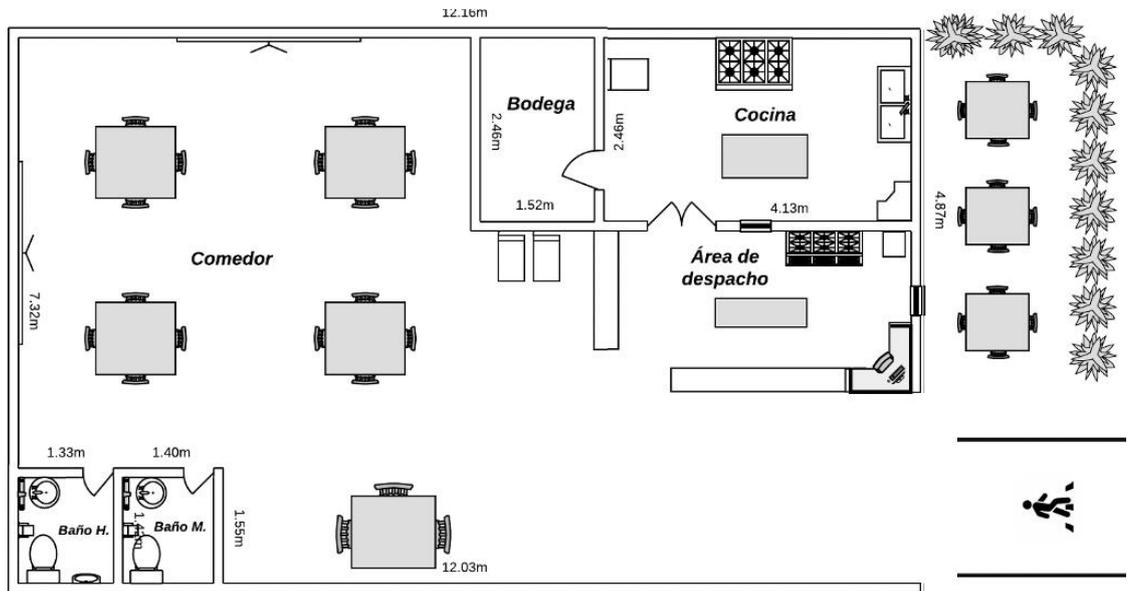
**Tabla 47***Distribución del espacio físico*

<b>Símbolo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Símbolo</b>	<b>Descripción</b>
	Puerta doble		Ventana
	Puerta individual		Estante
	Fregadero de platos		Refrigerador
	Televisión		Mesa de trabajo
	Cocina		Asador
	Mesa y sillas		Depósito de pollos asados
	Cobrador		Mueble
	Planta		Lava manos
	Inodoro		Urinario
	Papel		Espejo

*Nota.* Se muestra la simbología de la distribución del espacio físico.

**Figura 27**

*Distribución del espacio físico*



*Nota.* La presente figura muestra la distribución de los espacios del emprendimiento.

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 5.1 Aspectos generales

El emprendimiento del pollo asado picante se crea para brindar un nuevo sabor diferenciador en el mercado debido a que existe una saturación de pollo asado, el picante es un producto que brinda distintos beneficios como el liberar endorfinas lo cual genera una sensación de bienestar. Además, debido al crecimiento poblacional que se presencia en la parroquia Augusto N. Martínez se pretende posicionarse como uno de los restaurantes innovadores en sabor en el sector.

#### Figura 28

*Logotipo de la empresa*



Nota. Se presenta el logotipo de la empresa.

#### 5.2 Diseño organizacional

##### 5.2.1 Niveles jerárquicos

##### Nivel ejecutivo

En el nivel ejecutivo se plantean objetivos estratégicos, políticas y planes estratégicos, lidera todo la empresa y las decisiones que se toman afectan a toda la empresa y generalmente son de largo plazo.

### **Nivel asesor**

La Comunidad de Madrid (2020) menciona que los asesores están encargados de analizar y evaluar la estructura, métodos y procesos de las empresas, no tienen autoridad en mando ya que son aquellos que realizan una consultoría externa, ayudan en actividades específicas y a la vez brindan información útil para el desenvolvimiento de la empresa.

### **Nivel auxiliar de apoyo**

El nivel auxiliar está conformado por aquellas personas encargadas de brindar su apoyo fuera del trabajo de operaciones, son personas que cumplen funciones concretas, pero principalmente contribuyen en áreas administrativas.

### **Nivel operativo**

El nivel operativo se encarga de ejercer las actividades de la empresa, es decir es toda la fuerza laboral que contribuyen al proceso productivo, en este nivel es donde abarca más personas ya que pertenecen los empleados como obreros, vendedores, administrativos, entre otros (Asturias Corporación Universitaria, 2020).

**Tabla 48**

*Niveles jerárquicos*

<b>Nivel</b>	<b>Cargo</b>
Directivo	Gerente
Auxiliar	Secretario contable, Mercadólogo
Operativo	Trabajadores (Cocinero, Cajero, Mesero)

*Nota.* La presente tabla muestra los niveles jerárquicos del emprendimiento.

### **5.2.2 Misión**

Spicy Chicken es un restaurante que brinda pollo asado picante distinguiéndose en sabor y calidad, en un ambiente agradable y tranquilo contribuyendo al crecimiento económico local.

### 5.2.3 Visión

Ser reconocido a nivel local y nacional por ofrecer el mejor pollo asado picante, destacado por la calidad en sazón y servicio garantizando la confiabilidad de nuestros clientes.

### 5.2.4 Valores

**Tabla 49**

*Matriz axiológica*

Valores	Grupos de referencia			
	Proveedores	Trabajadores	Clientes	Sociedad
Responsabilidad	x	x	x	x
Puntualidad	x	x		x
Honestidad	x	x	x	x
Empatía	x	x	x	
Trabajo en equipo	x	x		
Respeto	x	x	x	

*Nota.* Se presenta la tabla axiológica de la empresa.

**Responsabilidad:** La responsabilidad en la empresa se verá reflejada en el pago a tiempo de salarios a trabajadores, a proveedores, además en su compromiso de brindar productos de calidad a nuestros clientes.

**Honestidad:** El restaurante tomará decisiones honradas con una conducta recta de tal forma que refleje transparencia y confianza.

**Trabajo en equipo:** El restaurante fomentará el trabajo en equipo tanto con proveedores y trabajadores en busca de un bien común.

**Puntualidad:** La puntualidad en la empresa se verá reflejada en la hora del cumplimiento de sus obligaciones.

**Empatía:** Ponerse en el lugar del otro, tratar a los clientes como se merecen, mantener una comunicación con los stakeholders.

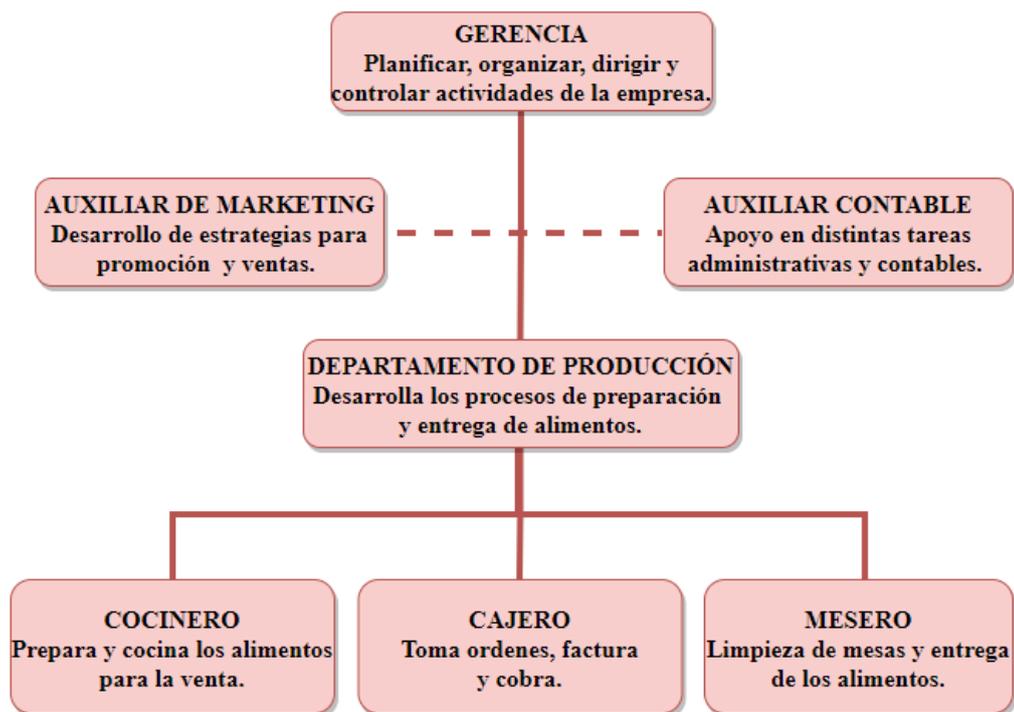
**Respeto:** El respeto se verá reflejada en el trato igualitario en trabajadores, mostrar educación con proveedores y clientes, de tal forma, fomentar un ambiente seguro y cordial.

### 5.3 Estructura organizativa



Referencias	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
_____	Liliana Suárez		

### 5.4 Estructura funcional



Referencias	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
_____	Liliana Suárez		

## 5.5 Manual de funciones

**Tabla 50**

*Manual de funciones Gerente*

	<b>SPICY CHICKEN</b>		<b>Fecha:</b> 20/06/2023
			<b>Página:</b> 1/6
	<b>MANUAL DE FUNCIONES GENERAL</b>		<b>Sustituye</b>
			<b>Página:</b> <b>Fecha:</b>
<b>Identificación del cargo</b>			
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente		
<b>Nivel</b>	Ejecutivo		
<b>Ámbito de operación</b>	Administrativo		
<b>Relación</b>			
<b>Jefe inmediato</b>	Ninguno		
<b>Subordinados directos</b>	Auxiliares, departamento de producción.		
<b>Funciones del cargo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades y recursos de la empresa.</li> <li>• Planificar las actividades y objetivos de la empresa.</li> <li>• Gestiona la compra de materia prima e insumos.</li> <li>• Garantiza el cumplimiento de normativas sanitarias.</li> <li>• Representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Contratar personal.</li> <li>• Atención a clientes.</li> </ul>		
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación asertiva</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Capacidad de negociación</li> </ul>		
<b>Conocimientos requeridos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación estratégica, contabilidad, manejo de personal.</li> </ul>		
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 2 años en administración de empresas relacionadas a la preparación de alimentos.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>	<b>Autorizo:</b>	
Liliana Suárez			

*Nota.* La presente tabla muestra el manual de funciones del gerente.

**Tabla 51**

*Manual de funciones Secretario contable*

	<b>SPICY CHICKEN</b>		<b>Fecha:</b> 20/06/2023
			<b>Página:</b> 2/6
	<b>MANUAL DE FUNCIONES GENERAL</b>		<b>Sustituye</b>
			<b>Página:</b> <b>Fecha:</b>
<b>Identificación del cargo</b>			
<b>Nombre del cargo</b>		Secretario contable	
<b>Nivel</b>		Auxiliar	
<b>Ámbito de operación</b>		Administrativo	
<b>Relación</b>			
<b>Jefe inmediato</b>		Gerente	
<b>Subordinados directos</b>		Ninguno	
<b>Funciones/actividades del cargo</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar en distintas tareas administrativas y contables de la empresa.</li> <li>• Apoyo al gerente.</li> <li>• Elaborar estados financieros.</li> <li>• Declaraciones contables.</li> </ul>	
<b>Competencias</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación asertiva</li> <li>• Flexible</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Toma de decisiones</li> </ul>	
<b>Conocimientos requeridos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contabilidad, servicio al cliente, manejo de programas informáticos.</li> </ul>	
<b>Experiencia</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	<b>Autorizo:</b>
Liliana Suárez			

*Nota.* La presente tabla muestra el manual de funciones del secretario contador.

**Tabla 52**

*Manual de funciones Mercadólogo*

	<b>SPICY CHICKEN</b>		<b>Fecha:</b> 20/06/2023
			<b>Página:</b> 3/6
	<b>MANUAL DE FUNCIONES GENERAL</b>		<b>Sustituye</b>
			<b>Página:</b> <b>Fecha:</b>
<b>Identificación del cargo</b>			
<b>Nombre del cargo</b>	Mercadólogo		
<b>Nivel</b>	Auxiliar		
<b>Ámbito de operación</b>	Comercial		
<b>Relación</b>			
<b>Jefe inmediato</b>	Gerente		
<b>Subordinados directos</b>	Ninguno		
<b>Funciones del cargo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de estrategias para promoción y ventas de la empresa.</li> <li>• Mantener la presencia de la empresa en el mercado.</li> <li>• Publicitar el producto y servicio de la empresa.</li> <li>• Gestionar las redes sociales de la empresa.</li> </ul>		
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación asertiva</li> <li>• Capacidad de innovación</li> <li>• Pensamiento analítico</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>		
<b>Conocimientos requeridos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercadotecnia, marketing digital, conocimientos básicos de diseño.</li> </ul>		
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 años como mercadólogo.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>	<b>Autorizo:</b>	
Liliana Suárez			

*Nota.* La presente tabla muestra el manual de funciones del mercadólogo.

**Tabla 53**

*Manual de funciones Cocinero*

	<b>SPICY CHICKEN</b>		<b>Fecha:</b> 20/06/2023
			<b>Página:</b> 4/6
	<b>MANUAL DE FUNCIONES GENERAL</b>		<b>Sustituye</b>
			<b>Página:</b> <b>Fecha:</b>
<b>Identificación del cargo</b>			
<b>Nombre del cargo</b>		Cocinero	
<b>Nivel</b>		Operativo	
<b>Ámbito de operación</b>		Operacional	
<b>Relación</b>			
<b>Jefe inmediato</b>		Gerente	
<b>Subordinados directos</b>		Ninguno	
<b>Funciones/actividades del cargo</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar y cocinar los alimentos para la venta.</li> <li>• Verifica la existencia de alimentos.</li> <li>• Revisa la conservación de los alimentos.</li> <li>• Mantener un entorno ordenado e higiénico.</li> </ul>	
<b>Competencias</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Flexibilidad</li> <li>• Orientación al servicio</li> </ul>	
<b>Conocimientos requeridos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación y manipulación de alimentos.</li> </ul>	
<b>Experiencia</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 años como cocinero.</li> </ul>	
<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	<b>Autorizo:</b>
Liliana Suárez			

*Nota.* La presente tabla muestra el manual de funciones del cocinero.

**Tabla 54**

*Manual de funciones Cajero*

	<b>SPICY CHICKEN</b>		<b>Fecha:</b> 20/06/2023
			<b>Página:</b> 5/6
	<b>MANUAL DE FUNCIONES GENERAL</b>		<b>Sustituye</b>
			<b>Página:</b> <b>Fecha:</b>
<b>Identificación del cargo</b>			
<b>Nombre del cargo</b>		Cajero	
<b>Nivel</b>		Operativo	
<b>Ámbito de operación</b>		Operacional	
<b>Relación</b>			
<b>Jefe inmediato</b>		Gerente	
<b>Subordinados directos</b>		Ninguno	
<b>Funciones/actividades del cargo</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer atención a los comensales.</li> <li>• Proceso de pedido y cobro de los alimentos.</li> <li>• Manejo de caja registradora.</li> <li>• Notificar quejas por parte de los clientes.</li> <li>• Registro diario de cierre de caja.</li> </ul>	
<b>Competencias</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación al cliente.</li> <li>• Comunicación efectiva.</li> <li>• Agilidad</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> </ul>	
<b>Conocimientos requeridos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facturación, habilidades matemáticas básicas</li> </ul>	
<b>Experiencia</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 1 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	<b>Autorizo:</b>
Liliana Suárez			

*Nota.* La presente tabla muestra el manual de funciones del cajero.

**Tabla 55**

*Manual de funciones Mesero*

	<b>SPICY CHICKEN</b>		<b>Fecha:</b> 20/06/2023
			<b>Página:</b> 6/6
	<b>MANUAL DE FUNCIONES GENERAL</b>		<b>Sustituye</b>
			<b>Página:</b> <b>Fecha:</b>
<b>Identificación del cargo</b>			
<b>Nombre del cargo</b>		Mesero	
<b>Nivel</b>		Operativo	
<b>Ámbito de operación</b>		Operacional	
<b>Relación</b>			
<b>Jefe inmediato</b>		Gerente	
<b>Subordinados directos</b>		Ninguno	
<b>Funciones/actividades del cargo</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de los pedidos de comida a los comensales.</li> <li>• Orden y limpieza del área del comedor.</li> </ul>	
<b>Competencias</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud de servicio</li> <li>• Proactividad</li> <li>• Polifuncional</li> <li>• Agilidad</li> <li>• Habilidades comunicativas</li> </ul>	
<b>Conocimientos requeridos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio al cliente</li> </ul>	
<b>Experiencia</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Elaborado por:</b>		<b>Aprobado por:</b>	<b>Autorizo:</b>
Liliana Suárez			

*Nota.* La presente tabla muestra el manual de funciones del mesero.

## CAPÍTULO VI

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 6.1 Ingresos brutos

Los ingresos brutos es la cantidad de dinero que ingresa a la empresa sin descontar los gastos, impuestos y salarios, también se entiende como la cantidad total de efectivo que se recibe por la venta de los productos.

Para el conocer los ingresos brutos del emprendimiento se necesita el DPI real y el precio del producto, en este caso el precio del plato personal del pollo asado picante, posteriormente con la multiplicación de los dos valores se obtiene los ingresos brutos.

**Tabla 56**

*Ingresos brutos*

<b>Año</b>	<b>DPI real (anual)</b>	<b>Precio</b>	<b>Ingresos brutos</b>
2023	86.316	\$ 2.50	\$ 215.791
2024	87.663	\$ 2.59	\$ 227.354
2025	89.030	\$ 2.69	\$ 239.536
2026	90.419	\$ 2.79	\$ 252.371
2027	91.830	\$ 2.90	\$ 265.894
2028	93.262	\$ 3.00	\$ 280.142

*Nota.* La presente tabla detalla los ingresos brutos de cada año del proyecto.

#### 6.2 Activos fijos tangibles

Los activos fijos tangibles son aquellos bienes de la empresa que se pueden tocar o ver y pierden su valor con el pasar del tiempo. Algunos de los activos fijos tangibles pueden ser las maquinarias, edificios, muebles y enseres, vehículos, equipos, entre otros (Loyola Torres et al., 2020).

**Tabla 57***Maquinaria y equipos*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Asador de pollos al carbón	1	\$ 1,215.00	\$ 1,215.00
Licuada industrial	1	\$ 130.00	\$ 130.00
Cocina industrial	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Termo de pollos	1	\$ 390.00	\$ 390.00
Refrigeradora	1	\$ 360.00	\$ 360.00
Extractor de humo	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Balanza	1	\$ 56.00	\$ 56.00
Congelador	1	\$ 550.00	\$ 550.00
Cilindros de gas	2	\$ 35.00	\$ 70.00
Calentador a gas para exteriores	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Carrito de limpieza 24 lt	2	\$ 43.60	\$ 87.20
Computadora	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Impresora térmica	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Cajón de dinero	1	\$ 67.00	\$ 67.00
<b>Total</b>			<b>\$ 5,780.20</b>

*Nota.* La presente tabla muestra la maquinaria y equipos del proyecto.

**Tabla 58***Menaje*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Platos	240	\$ 3.00	\$ 720.00
Juego de cuchillo y tenedor	240	\$ 3.00	\$ 720.00
Cucharón	3	\$ 5.00	\$ 15.00
Cuchillos	4	\$ 5.00	\$ 20.00
Tablas de picar	2	\$ 9.00	\$ 18.00
Recipientes de acero inoxidable	4	\$ 8.00	\$ 32.00

Colador grande	2	\$	9.90	\$	19.80
Ollas grandes	3	\$	210.00	\$	630.00
Tijeras para carne	2	\$	15.00	\$	30.00
Bandejas de acero inoxidable	5	\$	5.00	\$	25.00
Bandejas de despacho	1	\$	2.50	\$	2.50
Rallador	2	\$	6.00	\$	12.00
Pinzas	2	\$	3.25	\$	6.50
Gavetas plásticas	3	\$	15.00	\$	45.00
Fregadero	1	\$	570.00	\$	570.00
Dispensador de jabón	2	\$	7.00	\$	14.00
Dispensador de papel higiénico	2	\$	6.50	\$	13.00
Basurero	4	\$	12.00	\$	48.00
<b>Total</b>					\$ 2,940.80

*Nota.* En la presenta tabla se presenta el menaje para el proyecto.

**Tabla 59**

*Muebles y enseres*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>		<b>Valor unitario</b>		<b>Valor total</b>
Mesas	10	\$	42.00	\$	420.00
Mesa grande de acero inoxidable	1	\$	730.00	\$	730.00
Mesa pequeña de acero inoxidable 1.50m x 0.75 m	1	\$	350.00	\$	350.00
Sillas	37	\$	23.00	\$	851.00
Silla rotatoria	1	\$	40.00	\$	40.00
Televisión	2	\$	170.00	\$	340.00
Estantería	1	\$	380.00	\$	380.00
Muebles para atención al cliente	2	\$	300.00	\$	600.00
<b>Total</b>					\$ 3,711.00

*Nota.* En la presenta tabla se presenta los muebles y enseres para el proyecto.

**Tabla 60***Total de Activos Fijos Tangibles*

<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Maquinaria y equipos	\$ 5,780.20
Menaje	\$ 2,940.80
Muebles y enseres	\$ 3,711.00
<b>Total</b>	<b>\$ 12,432.00</b>

*Nota.* En la presenta tabla se presenta el total de activos tangibles.

**Análisis**

La empresa necesitará realizar una inversión inicial en activos fijos tangibles de \$12,432.00, los cuales estarán distribuidos para maquinaria y equipos \$5,780.20, para menaje \$2,940.80 y para muebles y enseres \$3,711.00 siendo estas indispensables para las operaciones diarias del negocio.

**6.3 Activos diferidos**

Los activos fijos intangibles o también conocidos como diferidos son aquellos bienes de las empresas que no se pueden tocar ni ver, generan grandes beneficios a las empresas y se toman en cuenta en los registros contables (García Abad, 2020).

A continuación, se detalla los activos diferidos con los que contará el emprendimiento.

**Tabla 61***Activos diferidos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Software para facturación	\$ 403.20
Permisos de funcionamiento	\$ 70.00
Registro de marca	\$ 224.00
<b>Total</b>	<b>\$ 697.20</b>

*Nota.* La presente tabla muestra el total de activos diferidos.

## **Análisis**

En este proyecto en la inversión en activos diferidos se obtuvo un total de \$697.20 para que el negocio realice sus actividades, se consideró dentro de sus activos diferidos el software de facturación, permisos de funcionamiento y el registro de marca.

### **6.4 Activo circulante o de capital de trabajo**

#### **6.4.1 Activo corriente o circulante**

Los activos corrientes o también conocido como activos circulantes son aquellos bienes y derechos líquidos que se encuentran en movimiento en la empresa. se espera consumir o vender en el transcurso del ciclo normal de doce meses posteriores a la fecha del balance y pueden ser usado para saldar el pasivo (Espinoza Manríquez, 2020).

De tal modo, se puede decir que los activos corrientes o circulantes es aquel efectivo que cuentan las empresas para usar en cualquier situación.

#### **Caja- bancos**

Caja es aquella cuenta que registra el dinero físico que está en la empresa, es decir, registra tanto las entradas y salidas del dinero mientras que la cuenta bancos es el dinero que está ingresado en los bancos.

Para iniciar el proyecto se tendrá encuentra un saldo de \$1,000.00 dólares en la cuenta Caja-Bancos.

#### **Lote económico**

El lote económico es la cantidad optima de materia prima que se debe requerir para el proyecto, para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$LE = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

**Donde:**

LE: Cantidad optima de materia prima requerida

2: Número constante

F: Transporte y estibaje

U: Consumo anualizado de materia prima

C: Tasa referencial pasiva ( 5.79% Banco Central del Ecuador, junio 2023)

**Fórmula de inventario**

$$I = LE * P$$

Donde:

I: Inventario

Le: Cantidad óptima de materia prima requerida

P: Precio de compra unitario

**Pollo faenado**

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 3 * 10800}{0.0579 * 6.50}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{64800}{0.37635}}$$

$$LE = 415 \text{ unidades}$$

Inventario: 415 x 6.50 = \$2,697.15

**Aliño picante**

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 15 * 7334.12}{0.0579 * 0.61}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{220023.6}{0.035319}}$$

$$LE = 2495.92 \text{ kg}$$

Inventario:  $2495.92 \times 0.61 = \$1,522.51$

### **Cuentas por cobrar**

Las cuentas de cobrar es aquel crédito que brinda las empresas a los clientes con el fin de fidelizarlos y alcanzar mayor presencia en el mercado con sus productos o servicios (Latorre et al, 2021).

Las cuentas por cobrar es aquel préstamo que se le da a terceros por la prestación de un bien o servicio, este también se puede conocer como aquel crédito que brindan las empresas a sus clientes ya sea a corto o largo plazo por la venta de un producto o la prestación de un servicio.

Para determinar las cuentas por cobrar se utiliza la siguiente ecuación:

$$\mathbf{Cuentas\ por\ cobrar} = \frac{\mathbf{Ventas\ anuales}}{360} * \mathbf{Periodo\ de\ recuperación}$$

$$\mathbf{Cuentas\ por\ cobrar} = \frac{227,353.99}{360} * 11.5$$

$$\mathbf{Cuentas\ por\ cobrar} = \$7,262.70$$

El periodo de recuperación es el promedio de los plazos que se le va a brindar a los clientes, por lo que se aplicó un plazo de 8 a 15 días de plazo, por lo que su promedio es 11.5, por lo tanto, se obtuvo el valor en cuentas por cobrar de \$7,262.70.

**Tabla 62***Total Activos Corrientes*

<b>Activo corrientes</b>		<b>Valor</b>
Caja - Bancos	\$	1,000.00
Inventario	\$	4,219.66
Cuentas por cobrar	\$	7,262.70
Apertura de la cuenta	\$	400.00
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>12,882.36</b>

*Nota.* La presente tabla detalla los activos corrientes del proyecto.

**Análisis**

Los activos corrientes o circulantes del presente proyecto están conformado por la cuenta Caja- Bancos con un valor de \$ 1,000.00 , mismo que será el efectivo que cuenta la empresa, Inventario con \$ 4,219.66, Cuentas por cobrar con un valor de \$ 7,262.70, y finalmente Apertura de cuenta con un valor de \$400.00, por lo que se obtiene en un valor total de \$ 12,882.36 en activos corrientes.

**6.4.2 Pasivo circulante**

Son aquellas deudas u obligaciones a corto plazo (menos de un año) que se encuentra en constante movimiento, algunas de sus cuentas son proveedores, acreedores, documentos por pagar, préstamo bancario, sueldos por pagar, entre otros (Espinoza Manríquez, 2020).

$$Tasa\ circulante = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ circulante}$$

$$Pasivo\ circulante = \frac{Activo\ corriente}{Tasa\ circulante}$$

$$Pasivo\ circulante = \frac{12,882.36}{2.5}$$

$$Pasivo\ circulante = \$ 5,152.94$$

## **Análisis**

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede mencionar que el proyecto necesita \$ 5,152.94 para cubrir sus obligaciones o deudas con terceros en un periodo menos a un año, cabe mencionar que la tasa circulante se utiliza de 2.5 basada en datos del Banco Central.

### **6.4.3 Capital de trabajo**

El capital de trabajo es aquella cantidad de dinero o fondo con el que cuenta la empresa para operar con normalidad de forma inmediata de tal forma afrontar pagos en corto plazo, para conocer el capital de trabajo se debe realizar la diferencia del total de activos corrientes y el total de pasivos corriente.

$$\mathbf{Capital\ de\ trabajo} = Total\ Activo\ Corriente - Total\ Pasivo\ Corriente$$

$$Capital\ de\ trabajo = \$12,882.36 - \$5,152.94$$

$$Capital\ de\ trabajo = \$7,729.41$$

## **Análisis**

Para el presente proyecto se contará con un capital de trabajo de \$7,729.41 lo cual será la cantidad necesaria para cubrir sus obligaciones en corto plazo.

### **6.5 Resumen de las inversiones**

Para conocer la cantidad de dinero que se necesita invertir inicialmente, se aplica la siguiente ecuación:

$$\mathbf{Inversión\ inicial} = Activo\ fijo + Activo\ diferido + Capital\ de\ trabajo$$

$$Inversión\ inicial = \$ 12,432.00 + \$ 697.20 + \$ 7,729.41$$

$$Inversión\ inicial = \$ 20,858.61$$

## Análisis

Con la suma de los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo, se obtuvo como resultado \$ 20,858.61 el cual es el recurso económico necesario para la inversión inicial.

## 6.6 Financiamiento

**Tabla 63**

*Financiamiento*

<b>Fuente de financiamiento</b>	<b>Montón \$</b>	<b>% de Aportación</b>
Capital propio	\$ 8,858.61	42%
Crédito bancario	\$ 12,000.00	58%
<b>Total</b>	<b>\$ 20,858.61</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La presente tabla detalla la fuente de financiamiento que tendrá el proyecto.

**Tabla 64**

*Financiamiento Instituciones Financieras*

<b>Institución financiera</b>	<b>Tipo de crédito</b>	<b>Monto</b>	<b>Tasa de interés</b>	<b>Meses plazo</b>
Banco del Pacífico	Pyme	\$ 12,000.00	10.72%	60
Banco Pichincha	Pyme	\$ 12,000.00	11.23%	60
Banco del Austro	Pyme	\$ 12,000.00	10.72%	60

*Nota.* La presente tabla detalla la comparación de las distintas entidades financieras.

## Análisis

Para alcanzar la inversión inicial se necesita un aporte de capital propio y financiero, por lo que se consideró como capital propio aportar con el 42% de la inversión inicial y un 58% de crédito bancario.

Luego de haber realizado el simulador de créditos de las diferentes instituciones financieras y analizar distintas variables, se pudo determinar que el Banco del Pacífico es la entidad financiera óptima para realizar el préstamo ya que cuenta con una tasa de interés de 10.72% a un plazo de 60 meses y se cancelaba a una cuota inferior a las demás.

## 6.7 Plan de inversiones

**Tabla 65**

*Plan de inversiones*

<b>Inversión</b>	<b>Valor USD</b>	<b>Valor %</b>
Activo fijo	\$ 12,432.00	60%
Activo diferido	\$ 697.20	3%
Capital de trabajo	\$ 7,729.41	37%
<b>Total de inversión</b>	<b>\$ 20,858.61</b>	<b>100%</b>
Capital propio	\$ 8,858.61	42%
Crédito bancario	\$ 12,000.00	58%
<b>Total financiamiento</b>	<b>\$ 20,858.61</b>	<b>100%</b>

*Nota.* La presente tabla refleja el plan de inversión con sus respectivos valores.

## Análisis

Para iniciar con el emprendimiento es necesario realizar una inversión de \$20,853.61, los cuales el 60% corresponderían a activos fijos, 3% activos diferidos y el 37% a capital de trabajo.

## 6.8 Presupuesto de costos y gastos

### Costos de producción

Los costos de producción son todos los valores monetarios que se generan durante el proceso de elaboración de un producto o servicio en un cierto periodo de tiempo y son recuperables (Pacheco Bautista, 2019).

**Tabla 66***Costos de materia prima*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio u.</b>	<b>Costo total</b>
Pollos faenados de 5lbs.	10800	Unidades	\$ 6.50	\$ 70,200.00
Aliño picante	7334.12	Kilogramos	\$ 0.61	\$ 4,473.81
<b>Total</b>				<b>\$ 74,673.81</b>

*Nota.* La presente tabla detalla los costos de materia prima del proyecto.

**Tabla 67***Costos de insumos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio u.</b>	<b>Costo total</b>
Papas	288	Quintal	\$ 12.00	\$ 3,456.00
Zanahoria	114	Sacos	\$ 6.00	\$ 684.00
Tomate	88	Cajas	\$ 7.00	\$ 616.00
Lechuga	360	Cajas	\$ 4.00	\$ 1,440.00
Sal (2k)	51	Unidades	\$ 0.91	\$ 46.41
Vinagre	12	Galones	\$ 2.50	\$ 30.00
Carbón	180	Sacos	\$ 12.00	\$ 2,160.00
Gas licuado	51	Unidades	\$ 3.00	\$ 153.00
<b>Total</b>				<b>\$ 8,585.41</b>

*Nota.* La presente tabla detalla los costos de insumos del proyecto.

**Tabla 68***Materiales indirectos*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio u.</b>	<b>Costo total</b>
Paquete de servilletas (300u)	37	Unidades	\$ 0.85	\$ 31.45

Funda de rollo 9x14	778	Unidades	\$	2.00	\$	1,556.00
Paquete de fundas P5	259	Unidades	\$	0.83	\$	214.97
<b>Total</b>					\$	1,802.42

Nota. La presente tabla detalla los costos de materiales indirectos del proyecto.

### Depreciación-Amortización

A medida que transcurre el tiempo los activos fijos van perdiendo su valor, por ende, significa una pérdida económica periódica para las empresas, esta disminución se le conoce como depreciación para activos tangibles y para activos diferidos (Vilches Troncoso, 2019).

La depreciación es la disminución de valor de los activos tangibles producto del desgaste por el uso constante o por obsolescencia. Por lo que para conocer el monto depreciable de los activos fijos tangibles se lo calculará por el método de línea recta, el cual se disminuye el valor del bien de forma uniforme, para ello se divide el valor del bien para el número de años de vida útil, en este caso para 5 años, que de igual forma equivale al 20% del valor del bien.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor del bien tangible}}{\text{Número de años}}$$

$$\text{Amortización} = \frac{\text{Valor del bien intangible}}{\text{Número de años}}$$

**Tabla 69**

#### Depreciación

Descripción	Valor	Porcentaje	Valor depreciado
Maquinaria y equipos	\$ 5,545.20	20%	\$ 1,109.04
Menaje	\$ 2,940.80	20%	\$ 588.16
Muebles y enseres	\$ 3,711.00	20%	\$ 742.20

<b>Total</b>	\$ 2,439.40
--------------	-------------

*Nota.* La presente tabla detalla la depreciación de los activos fijos tangibles.

**Tabla 70**

*Amortización*

Descripción	Valor	Porcentaje	Valor amortizado
Software para facturación	\$ 403.20	20%	\$ 80.64
Permisos de funcionamiento	\$ 70.00	20%	\$ 14.00
Registro de marca	\$ 224.00	20%	\$ 44.80
<b>Total</b>			\$ 139.44

*Nota.* La presente tabla presenta la amortización de los activos diferidos.

**Tabla 71**

*Mantenimiento maquinaria y equipos*

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Asador de pollos al carbón	1	\$ 60.75	\$ 60.75
Licadora industrial	1	\$ 6.50	\$ 6.50
Cocina industrial	1	\$ 15.00	\$ 15.00
Termo de pollos	1	\$ 19.50	\$ 19.50
Refrigeradora	1	\$ 18.00	\$ 18.00
Extractor de humo	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Balanza	1	\$ 2.80	\$ 2.80
Congelador	1	\$ 27.50	\$ 27.50
Computadora	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Impresora térmica	1	\$ 6.00	\$ 6.00
Cajón de dinero	1	\$ 3.35	\$ 3.35
Carrito de limpieza 24	2	\$ 2.18	\$ 4.36
<b>Total</b>			\$ 273.76

*Nota.* La presente tabla presenta el mantenimiento de aquella maquinaria y equipos.

**Tabla 72***Mano de obra directa*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor total</b>	<b>Valor total anual</b>
Trabajadores	4	\$ 450.00	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00
<b>Total</b>				\$ 21,600.00

*Nota.* La presente tabla detalla la mano de obra del proyecto.

**Tabla 73***Costos de producción totales*

<b>Descripción</b>	<b>Valor total anual</b>
Materia prima	\$ 74,673.81
Insumos	\$ 8,585.41
Materiales indirectos	\$ 1,802.42
Depreciación	\$ 2,439.40
Amortización	\$ 139.44
Mantenimiento de maquinaria y equipos	\$ 273.76
Mano de obra directa	\$ 21,600.00
<b>Total</b>	\$ 109,514.24

*Nota.* La presente tabla muestra el total de costos de producción.

### **Costos Administrativos**

Los costos administrativos corresponden a aquella inversión que están relacionadas a la gestión organizacional por medio de la planeación, evaluación y control (Gamboa & Jiménez, 2023).

**Tabla 74***Servicios básicos*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio u.</b>	<b>Costo total</b>
Luz	17333	kw/h	\$ 0.09	\$ 1,560.00
Agua	1043	m3	\$ 0.46	\$ 480.00

Internet	12	Paquete 80 mbps	\$	27.00	\$	324.00
<b>Total</b>					\$	2,364.00

*Nota.* La presente tabla detalla los servicios básicos del emprendimiento.

#### **Tabla 75**

##### *Sueldos y salarios*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor total anual</b>		
Gerente	1	\$ 800.00	\$	9,600.00	
Auxiliar contable	1	\$ 225.00	\$	2,700.00	
Auxiliar de marketing	1	\$ 225.00	\$	2,700.00	
<b>Total</b>					\$ 15,000.00

*Nota.* La presente tabla detalla los sueldos y salarios.

#### **Tabla 76**

##### *Arriendo*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor total anual</b>		
Arriendo	1	\$ 300.00	\$	3,600.00	
<b>Total</b>					\$ 3,600.00

*Nota.* La presente tabla se detalla el arriendo del proyecto.

#### **Tabla 77**

##### *Suministros de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor total anual</b>		
Papel térmico	360	\$ 1.87	\$	673.20	
Esfero	12	\$ 0.40	\$	4.80	
Libreta	3	\$ 1.50	\$	4.50	
<b>Total</b>					\$ 682.50

*Nota.* La presente tabla se detalla los suministros de oficina.

**Tabla 78***Suministros de limpieza*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor total anual</b>
Papel de cocina (300m)	24	\$ 3.75	\$ 90.00
Papel higiénico	72	\$ 1.00	\$ 72.00
Jabón lavaplatos	12	\$ 9.50	\$ 114.00
Jabón liquido	24	\$ 5.00	\$ 120.00
Esponja	48	\$ 0.40	\$ 19.20
Escoba	8	\$ 1.50	\$ 12.00
Trapeador	10	\$ 2.50	\$ 25.00
Rodapie	6	\$ 5.00	\$ 30.00
Paquete fundas de basura	144	\$ 0.70	\$ 100.80
<b>Total</b>			\$ 583.00

*Nota.* La presente tabla detalla los suministros de limpieza.

**Tabla 79***Total costos administrativos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor total anual</b>
Servicios básicos	\$ 2,364.00
Sueldos y salarios	\$ 15,000.00
Arriendo	\$ 3,600.00
Suministros de oficina	\$ 682.50
Suministros de limpieza	\$ 583.00
<b>Total</b>	\$ 22,229.50

*Nota.* La presente tabla muestra el total de costos administrativos.

**Costos financieros**

Los costos financieros son todos aquellos que provienen de la remuneración a terceros dado al uso de recursos ajenos.

**Tabla 80***Costos financieros*

<b>Descripción</b>	<b>Monto solicitado</b>	<b>Tasa de interés</b>	<b>Total anual</b>
Crédito bancario	\$ 12,000.00	10.72%	\$ 1,193.70
<b>Total</b>			<b>\$ 1,193.70</b>

*Nota.* La presente tabla muestra el total de costos financieros.

**Tabla 81***Total de Costos del Proyecto*

<b>Costos totales del proyecto</b>	
Costos de producción	\$ 109,514.24
Costos administrativos	\$ 22,229.50
Costos financieros	\$ 1,193.70
<b>Total de costos</b>	<b>\$ 133,021.44</b>

*Nota.* Total de costos del proyecto.

**6.8.1 Situación financiera inicial**

Balance de situación es un estado financiero que permite conocer la situación económica y financiera de una empresa en un tiempo determinado, a continuación, se presenta el balance general del emprendimiento.

**Tabla 82***Situación financiera inicial*

<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos corrientes</b>		<b>Pasivo corriente</b>	
Caja - Bancos	\$ 1,000.00		\$ 5,152.94
Inventario	\$ 4,219.66	<b>Pasivo no corriente</b>	<b>\$ 12,000.00</b>
Cuentas por cobrar	\$ 7,262.70	Préstamo bancario	\$ 12,000.00
Apertura de cuenta	\$ 400.00		
<b>Activos no corrientes</b>	<b>\$ 10,503.36</b>		
<b>Activos tangibles</b>	<b>\$ 9,945.60</b>		
Maquinaria y equipos	\$ 5,780.20	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 17,152.95</b>
Menaje	\$ 2,940.80		
Muebles y enseres	\$ 3,711.00	<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 6,232.77</b>
(-)Depreciación acumulada	\$ 2,486.40	Capital	\$ 6,232.77
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$ 557.76</b>		
Software para facturación	\$ 403.20	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 6,232.77</b>
Permisos de funcionamiento	\$ 70.00		
Registro de marca	\$ 224.00		
(-) Amortización acumulada	\$ 139.44		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 23,385.72</b>	<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$ 23,385.72</b>

---

**Gerente**

---

**Auxiliar Contable**

Nota. Se detalla la situación financiera inicial del emprendimiento.

**6.8.2 Situación financiera proyectada**

La proyección de la situación financiera del proyecto se realizó con una tasa de inflación de 3.74% para el tiempo de cinco años.

**Tabla 83***Situación financiera proyectada*

<b>ACTIVOS</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
<b>Activos corrientes</b>					
Caja - Bancos	\$ 1,000.00	\$ 1,037.40	\$ 1,076.20	\$ 1,116.45	\$ 1,158.20
Inventario	\$ 4,219.66	\$ 4,377.47	\$ 4,541.19	\$ 4,711.03	\$ 4,887.23
Cuentas por cobrar	\$ 7,262.70	\$ 7,534.32	\$ 7,816.11	\$ 8,108.43	\$ 8,411.68
Apertura de cuenta	\$ 400.00				
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$ 12,882.36</b>	<b>\$ 12,949.20</b>	<b>\$ 13,433.50</b>	<b>\$ 13,935.91</b>	<b>\$ 14,457.11</b>
<b>Activos no corrientes</b>					
<b>Activos tangibles</b>					
Maquinaria y equipos	\$ 5,780.20	\$ 5,780.20	\$ 5,780.20	\$ 5,780.20	\$ 5,780.20
Menaje	\$ 2,940.80	\$ 2,940.80	\$ 2,940.80	\$ 2,940.80	\$ 2,940.80
Muebles y enseres	\$ 3,711.00	\$ 3,711.00	\$ 3,711.00	\$ 3,711.00	\$ 3,711.00
(-)Depreciación acumulada	\$ 2,486.40	\$ 4,972.80	\$ 7,459.20	\$ 9,945.60	\$ 12,432.00
<b>Total activos tangibles</b>	<b>\$ 9,945.60</b>	<b>\$ 7,459.20</b>	<b>\$ 4,972.80</b>	<b>\$ 2,486.40</b>	<b>\$ -</b>
<b>Activos diferidos</b>					
Software para facturación	\$ 403.20	\$ 403.20	\$ 403.20	\$ 403.20	\$ 403.20
Permisos de funcionamiento	\$ 70.00				
Registro de marca	\$ 224.00				
(-) Amortización acumulada	\$ 139.44	\$ 278.88	\$ 418.32	\$ 557.76	\$ 697.20
<b>Total activos diferidos</b>	<b>\$ 557.76</b>	<b>\$ 124.32</b>	<b>-\$ 15.12</b>	<b>-\$ 154.56</b>	<b>-\$ 294.00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 23,385.72</b>	<b>\$ 20,532.72</b>	<b>\$ 18,391.18</b>	<b>\$ 16,267.75</b>	<b>\$ 14,163.11</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivos corrientes</b>					
Pasivo corriente	\$ 5,152.94	\$ 5,345.66	\$ 5,545.59	\$ 5,753.00	\$ 5,968.16
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$ 5,152.94</b>	<b>\$ 5,345.66</b>	<b>\$ 5,545.59</b>	<b>\$ 5,753.00</b>	<b>\$ 5,968.16</b>
<b>Pasivo no corriente</b>					
Préstamo bancario	\$ 12,000.00	\$ 10,083.06	\$ 7,950.42	\$ 5,576.88	\$ 2,936.94
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>\$ 12,000.00</b>	<b>\$ 10,083.06</b>	<b>\$ 7,950.42</b>	<b>\$ 5,576.88</b>	<b>\$ 2,936.94</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 17,152.95</b>	<b>\$ 15,428.72</b>	<b>\$ 13,496.01</b>	<b>\$ 11,329.88</b>	<b>\$ 8,905.10</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	\$ 6,232.77	\$ 5,103.99	\$ 4,895.17	\$ 4,937.87	\$ 5,258.01
Utilidades	\$ 60,137.00	\$ 64,896.76	\$ 69,972.29	\$ 75,381.21	\$ 81,143.77
<b>Utilidades acumuladas</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 125,033.76</b>	<b>\$ 195,006.05</b>	<b>\$ 270,387.26</b>	<b>\$ 351,531.03</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 66,369.77</b>	<b>\$ 195,034.51</b>	<b>\$ 269,873.51</b>	<b>\$ 350,706.34</b>	<b>\$ 437,932.81</b>
<b>Total pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$ 83,522.71</b>	<b>\$ 210,463.23</b>	<b>\$ 283,369.52</b>	<b>\$ 362,036.22</b>	<b>\$ 446,837.91</b>

---

**Gerente**

---

**Auxiliar Contable***Nota.* Se detalla la situación financiera proyectada del emprendimiento.

### 6.8.3 *Presupuesto de ingresos*

**Tabla 84**

*Presupuesto de ingresos*

<b>Años</b>	<b>DPI Real</b>	<b>Precio</b>	<b>Ingresos mensuales</b>	<b>Ingresos anuales</b>
2023	86316	\$ 2.50	\$ 17,982.50	\$ 215,790.00
2024	87663	\$ 2.59	\$ 18,946.17	\$ 227,353.99
2025	89030	\$ 2.69	\$ 19,961.24	\$ 239,534.94
2026	90419	\$ 2.79	\$ 21,030.87	\$ 252,370.41
2027	91830	\$ 2.90	\$ 22,157.89	\$ 265,894.63
2028	93262	\$ 3.00	\$ 23,345.04	\$ 280,140.53

*Nota.* La presente tabla muestra los ingresos del proyecto.

### **Análisis**

Para conocer los ingresos anuales se tomó el DPI real anteriormente calculado el cual se lo multiplicado por el precio del producto en este caso, para el año 2023 con un DPI real de 86316 y un precio de \$2.50 se obtuvo de ingresos anuales \$ 215,790.00.

### 6.8.4 *Estado de resultados proyectados*

**Tabla 85***Estado de resultados proyectados*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos	\$ 227,353.99	\$ 239,534.94	\$ 252,370.41	\$ 265,894.63	\$ 280,140.53
(-)Costos de producción	\$ 109,598.24	\$ 113,697.22	\$ 117,949.49	\$ 122,360.80	\$ 126,937.10
<b>(=)Utilidad bruta</b>	<b>\$ 117,755.75</b>	<b>\$ 125,837.72</b>	<b>\$ 134,420.92</b>	<b>\$ 143,533.83</b>	<b>\$ 153,203.44</b>
(-) Costos administrativos	\$ 22,229.50	\$ 23,060.88	\$ 23,923.36	\$ 24,818.09	\$ 25,746.29
(-) Costos financieros	\$ 1,193.70	\$ 978.00	\$ 737.10	\$ 470.70	\$ 172.80
<b>(=)Utilidad antes de utilidades a trabajadores</b>	<b>\$ 94,332.55</b>	<b>\$ 101,798.84</b>	<b>\$ 109,760.46</b>	<b>\$ 118,245.03</b>	<b>\$ 127,284.34</b>
(-) 15%Utilidad trabajadores	\$ 14,149.88	\$ 15,269.83	\$ 16,464.07	\$ 17,736.75	\$ 19,092.65
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 80,182.67</b>	<b>\$ 86,529.01</b>	<b>\$ 93,296.39</b>	<b>\$ 100,508.28</b>	<b>\$ 108,191.69</b>
(-) 25% Impuesto a la renta	\$ 20,045.67	\$ 21,632.25	\$ 23,324.10	\$ 25,127.07	\$ 27,047.92
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$ 60,137.00</b>	<b>\$ 64,896.76</b>	<b>\$ 69,972.29</b>	<b>\$ 75,381.21</b>	<b>\$ 81,143.77</b>

*Nota.* Se detalla el estado de resultados proyectados del emprendimiento.

**Tabla 86***Flujo Neto de Efectivo*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Utilidad Neta	\$ 60,137.00	\$ 64,896.76	\$ 69,972.29	\$ 75,381.21	\$ 81,143.77
(+)Cargo depreciación y amortización	\$ 2,625.84	\$ 2,625.84	\$ 2,625.84	\$ 2,625.84	\$ 2,625.84
(-) Pago a principales	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ 60,362.84</b>	<b>\$ 65,122.60</b>	<b>\$ 70,198.13</b>	<b>\$ 75,607.05</b>	<b>\$ 81,369.61</b>

*Nota.* Se detalla el flujo neto de efectivo del emprendimiento.

**6.8.5 Flujo de caja****Tabla 87***Flujo de caja*

<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>\$ 20,858.61</b>	<b>\$ 227,353.99</b>	<b>\$ 239,534.94</b>	<b>\$ 252,370.41</b>	<b>\$ 265,894.63</b>	<b>\$ 280,140.53</b>
(+) Recursos Propios	\$ 8,858.61					
(+) Recursos Ajenos	\$ 12,000.00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 227,353.99	\$ 239,534.94	\$ 252,370.41	\$ 265,894.63	\$ 280,140.53
<b>(-)Egresos Operacionales</b>		<b>\$ 131,827.74</b>	<b>\$ 136,758.10</b>	<b>\$ 141,872.85</b>	<b>\$ 147,178.90</b>	<b>\$ 152,683.39</b>

(+) Costos Operacionales	\$ 109,598.24	\$ 113,697.22	\$ 117,949.49	\$ 122,360.80	\$ 126,937.10
(+) Costos Administrativos	\$ 22,229.50	\$ 23,060.88	\$ 23,923.36	\$ 24,818.09	\$ 25,746.29
<b>(=) Flujo Operacional</b>	<b>\$ 20,858.61</b>	<b>\$ 95,526.25</b>	<b>\$ 102,776.84</b>	<b>\$ 110,497.56</b>	<b>\$ 118,715.73</b>
<b>Ingresos No Operacionales</b>					
(+) Créditos a contrararse a corto plazo					
<b>(-) Egresos No Operacionales</b>	<b>\$ 3,593.70</b>	<b>\$ 3,378.00</b>	<b>\$ 3,137.10</b>	<b>\$ 2,870.70</b>	<b>\$ 2,572.80</b>
(+) Interés pago de créditos a largo plazo	\$ 1,193.70	\$ 978.00	\$ 737.10	\$ 470.70	\$ 172.80
(+) Pago a principales	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
(+)Otros egresos					
<b>(=) Flujo No Operacional</b>	<b>\$ 3,593.70</b>	<b>\$ 3,378.00</b>	<b>\$ 3,137.10</b>	<b>\$ 2,870.70</b>	<b>\$ 2,572.80</b>
<b>(=) Flujo Neto de Caja</b>	<b>\$ 91,932.55</b>	<b>\$ 99,398.84</b>	<b>\$ 107,360.46</b>	<b>\$ 115,845.03</b>	<b>\$ 124,884.34</b>

---

**Gerente**

---

**Auxiliar Contable**

*Nota.* La presente tabla se detalla el flujo de caja del emprendimiento.

## 6.9 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite conocer la cantidad necesaria que una empresa debe producir o vender para que la misma produzca un margen de contribución, este análisis es fundamental en toda empresa ya que da a conocer el valor mínimo que debe producir o vender para tener ganancias (Gómez y Brito, 2020).

El análisis del punto de equilibrio permite determinar el momento en que la empresa cubre sus costos fijos y variables, es decir, el punto en donde no se gana ni se pierde y de tal forma se puede evaluar su rentabilidad.

**Tabla 88**

*Costos fijos y variables*

<b>Detalle</b>	<b>Costos fijos</b>	<b>Valor</b>	<b>Costos variables</b>	<b>Valor</b>
<b>Costos de producción</b>	Cargo depreciación y amortización	\$ 2,625.84	Materia prima	\$ 74,673.81
	Mantenimiento de maquinaria y equipos	\$ 283.76	Insumos	\$ 8,612.41
	Mano de obra directa	\$ 21,600.00	Materiales indirectos	\$ 1,802.42
<b>Costos administrativos</b>	Servicios básicos	\$ 2,364.00	Suministros de oficina	\$ 682.50
	Sueldos y salarios	\$ 15,000.00	Suministros de limpieza	\$ 583.00
<b>Costos financieros</b>	Arriendo	\$ 3,600.00		
	Crédito bancario	\$ 1,193.70		
<b>Total</b>		<b>\$ 46,667.30</b>		<b>\$ 86,354.14</b>

*Nota.* La tabla detalla los costos fijos y variables del emprendimiento.

### **6.9.1 Punto de equilibrio en unidades monetarias**

Para conocer el punto de equilibrio en unidades monetarias se utiliza la siguiente ecuación:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Donde:

CF: Costos fijos

1: Constante

CV: Costo variable

V: Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$
$$PE = \frac{46,667.30}{1 - \frac{86,354.14}{227,353.99}}$$
$$PE = \$75,248.29$$

### **Análisis**

Una vez aplicada la ecuación del punto de equilibrio del emprendimiento en unidades monetarias, se obtuvo \$75,248.29, es decir, que al alcanzar este valor el emprendimiento no gana ni pierde dinero.

### **6.9.2 Punto de equilibrio en unidades de producción**

Para conocer el punto de equilibrio en unidades de producción se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

PVU: Precio de venta unitario

CVU: Costo de venta unitario

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{46,667.30}{2.59 - 0.99}$$

$$PE = 29014 \text{ unidades}$$

### Análisis

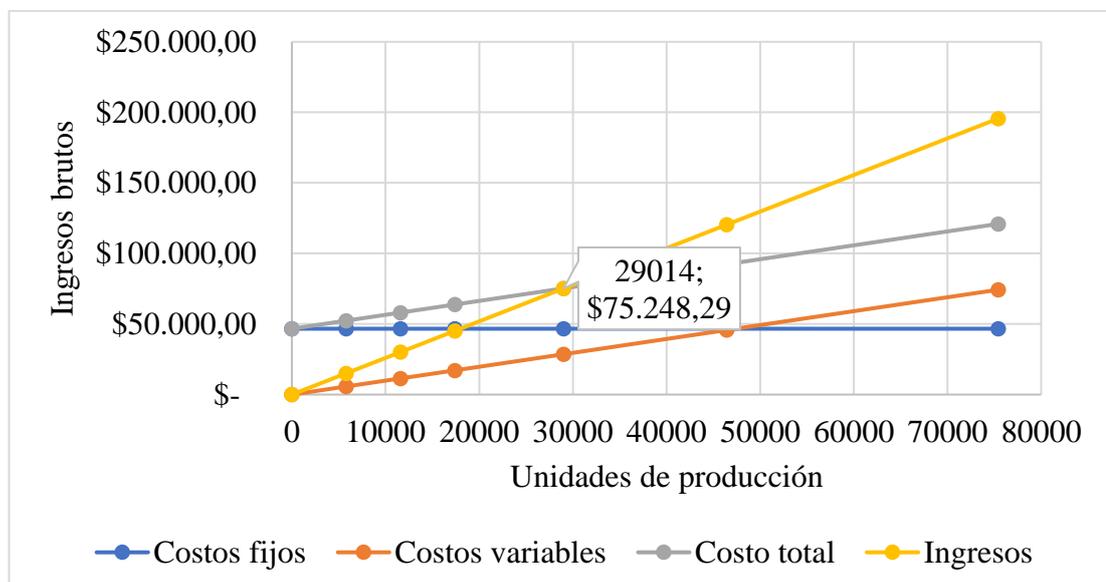
Una vez aplicada la ecuación para conocer el punto de equilibrio en unidades de producción, se pudo determinar que el punto de equilibrio del emprendimiento es de 29014 platos personales, por lo tanto, esta es la cantidad mínima que debe vender para que no tener perdidas dentro del emprendimiento.

#### 6.9.3 Punto de equilibrio graficado

Para una mayor claridad, a continuación, se grafica los datos anteriormente obtenidos como es de costos fijos, costos totales y ventas brutas.

**Figura 29**

*Punto de equilibrio*



*Nota.* La presente figura muestra el punto de equilibrio en unidades monetarias y unidades de producción.

## **6.10 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación proyectada**

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento ( $T_{mar}$ ) es aquella tasa de interés que se establece al valorar financieramente proyectos e indica el rendimiento que se espera generar, esta tasa también se le conoce como tasa de oportunidad, de rendimiento o de rentabilidad mínima que se espera ganar.

### **6.10.1 Capital $T_{mar}$ 1 sin financiamiento**

$$T_{mar1} = i + f$$

Donde:

$i$ =Riesgo país 18.98% (0.1898) (Banco Central del Ecuador, 6 de julio del 2023)

$f$ =Inflación 3.74% (0.0374)

$$T_{mar1} = 18.98\% + 3.74\%$$

$$T_{mar1} = 22.72\%$$

$$T_{mar1} = 0.2272$$

### **6.10.2 Capital $T_{mar}$ 2 con financiamiento**

$$T_{mar2} = i + f(2)$$

$$T_{mar2} = 0.1898 + 0.0374(2)$$

$$T_{mar2} = 26.46\%$$

$$T_{mar2} = 0.2646$$

### **6.10.3 Cálculo $T_{mar}$ 1 Global Mixto**

**Tabla 89***Tmar 1 Global Mixto*

<b>Proyecto con financiamiento</b>	<b>Monto</b>	<b>%de aportación de las fuentes</b>	<b>TMAR Anual</b>	<b>Ponderación</b>
Capital propio	\$ 8,858.61	0.4247	0.2272	0.0965
Institución financiera	\$ 12,000.00	0.5753	0.1072	0.0617
<b>Total</b>	\$ 20,858.61	1.00	0.3344	0.1582
<b>Total porcentaje</b>				15.82%

*Nota.* Se detalla el Tmar 1 Global Mixto calculado con el Tmar 1 sin financiamiento.

#### 6.10.4 Cálculo Tmar 2 Global Mixto

**Tabla 90***Tmar 2 Global Mixto*

<b>Proyecto con financiamiento</b>	<b>Monto</b>	<b>%de aportación de las fuentes</b>	<b>TMAR Anual</b>	<b>Ponderación</b>
Capital propio	\$ 8,858.61	0.4247	0.2646	0.1124
Institución financiera	\$ 12,000.00	0.5753	0.1072	0.0617
<b>Total</b>	\$ 20,858.61	1.00	0.3718	0.1740
<b>Total porcentaje</b>				17.40%

*Nota.* Se detalla el Tmar 2 Global Mixto calculado con el Tmar 2 con financiamiento.

### 6.11 Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es el indicador financiero más usado por evaluadores de proyectos que permite determinar la rentabilidad que puede alcanzar un negocio, es decir, mide el beneficio económico que este puede alcanzar mediante sus flujos de fondo y la tasa de descuento (Virreira, 2020).

El VAN es un indicador que nos permite conocer cuánto se va a ganar o perder en el proyecto es por ello por lo que es importante conocer este valor para que inversores se interesen en el proyecto.

### 6.11.1 Cálculo VAN 1

$$\begin{aligned}
 VAN\ 1 &= -Inversión\ ini. + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\
 VAN\ 1 &= -20,858.61 + \frac{60,362.84}{(1+0.1582)^1} + \frac{65,122.60}{(1+0.1582)^2} + \frac{70,198.13}{(1+0.1582)^3} \\
 &\quad + \frac{75,607.05}{(1+0.1582)^4} + \frac{81,369.61}{(1+0.1582)^5} \\
 VAN\ 1 &= \$206,070.10
 \end{aligned}$$

#### Análisis

Una vez realizado el cálculo del VAN, se obtuvo que el VAN del proyecto es \$206,070.10 siendo un valor mayor a cero, por lo tanto, se puede decir que el proyecto es viable ya que se puede generar rentabilidad con una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de 15.82% y es susceptible llevarse a cabo.

### 6.11.2 Cálculo VAN 2

$$\begin{aligned}
 VAN\ 2 &= -Inversión\ ini. + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\
 VAN\ 2 &= -20,858.61 + \frac{60,362.84}{(1+0.1740)^1} + \frac{65,122.60}{(1+0.1740)^2} + \frac{70,198.13}{(1+0.1740)^3} \\
 &\quad + \frac{75,607.05}{(1+0.1740)^4} + \frac{81,369.61}{(1+0.1740)^5} \\
 VAN\ 2 &= \$197,451.54
 \end{aligned}$$

#### Análisis

Una vez realizado el cálculo del VAN, se obtuvo que el VAN del proyecto es \$197,451.54 siendo este un valor mayor a cero, por lo tanto, se puede decir que el proyecto es viable ya que se puede generar rentabilidad con una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de 17.40%.

## 6.12 Indicadores financieros

### 6.12.1 Índice de solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{\$23,385.72}{\$17,152.95}$$

$$\text{Solvencia} = \$1.36$$

#### Análisis

El proyecto de emprendimiento una vez realizado el respectivo cálculo del índice de solvencia se obtuvo que su capacidad de recuperación es de \$1.36 por cada dólar invertido, por lo tanto, se puede decir que el emprendimiento es solvente.

### 6.12.2 Índice de liquidez

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{Liquidez} = \frac{12,882.36}{5,152.94}$$

$$\text{Liquidez} = 2.50$$

#### Análisis

Luego de haber realizado el respectivo cálculo de índice de liquidez se obtuvo que el emprendimiento cuenta una liquidez de \$2.50, por lo tanto, al ser un valor mayor a 1 se interpreta que la empresa tiene la capacidad de cubrir sus pasivos circulantes.

### 6.12.3 Índice de endeudamiento

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\$17,152.95}{\$23,385.72} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 73.35\%$$

#### Análisis

El índice de endeudamiento del emprendimiento es de 73.35%, lo cual se considera como el porcentaje de deuda que tendrá el emprendimiento, pero existe valores positivos de flujo netos de efectivo, el emprendimiento si se podrá hacer.

### 6.12.4 Índice de apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\$17,152.95}{\$6,232.77}$$

$$\text{Apalancamiento} = 2.75 \text{ veces}$$

#### Análisis

El resultado de la división del pasivo total con el patrimonio se obtiene el índice de apalancamiento, el cual se obtuvo 2.75 veces para el emprendimiento, por lo tanto, se puede decir que por cada dólar del patrimonio \$2,75 forma parte de pago a terceros en corto y largo plazo.

### 6.13 Tasa beneficio-costo

$$\text{Tasa} \frac{B}{C} = \frac{\text{Total Ingresos Brutos}}{\text{Total Costos del Proyecto}}$$

$$Tasa \frac{B}{C} = \frac{\$1,265,294.51}{\$713,873.29}$$

$$Tasa \frac{B}{C} = 1.77$$

## **Análisis**

Mediante la relación de la sumatoria de ingresos brutos de los cinco años y la sumatoria de los costos totales de los cinco años del proyecto se obtuvo que la tasa beneficio-costos del emprendimiento es 1.77, lo que significa que al ser un valor mayor a 1 el proyecto es aceptable y los beneficios superan a los costos.

### **6.14 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

El periodo de recuperación permite conocer en cuanto tiempo se estaría recuperando la inversión inicial, es decir, mide el lapso de tiempo que costara repagar la inversión realizada (Gutiérrez Banegas, 2020).

$$PRI = \frac{\textit{Inversión Inicial}}{\frac{\textit{Sumatoria FNE}}{\textit{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{\$20,858.61}{\frac{\$352,660.23}{5}}$$

$$PRI = \frac{\$20,858.61}{\$70,532.05}$$

$$PRI = 0.30$$

0 años

0.30 x 12 meses= 3 meses

0.55 x 30 días = 16 días

## **Análisis**

Luego de haber aplicado la ecuación para determinar el periodo de recuperación de inversión, se obtuvo que el emprendimiento recupera su inversión inicial en 3 meses 16 días.

### 6.15 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad promedio anual que entrega el proyecto durante su vida, o también se le puede decir como el porcentaje que mide el rendimiento interno de la empresa y el cual los inversionistas esperan recibir como mínimo (De Freitas, 2021).

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left( \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1582 + (0.1740 - 0.1582) \left( \frac{\$206,070.10}{\$206,070.10 - \$197,451.54} \right)$$

$$TIR = 0.5379$$

$$TIR = 53.79\%$$

### Análisis

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del emprendimiento es de 53.79%, el cual es mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), lo cual demuestra que el proyecto es económicamente factible y viable.

### Cuadro comparativo de sensibilidad

**Tabla 91**

*Cuadro comparativo de sensibilidad*

Variaciones	Escenario real	Escenario optimista	Valor	Escenario pesimista	Valor
VAN1	\$206,070.10	(+20%)	\$310,564.17	(-20%)	\$101,576.04
VAN2	\$197,451.54	(+20%)	\$298,038.00	(-20%)	\$96,865.08
TIR	53.79%	(+20%)	55.09%	(-20%)	50.06%

RB/C	1.77	(+20%)	2.13	(-20%)	1.42
PRI	0.30	(+20%)	0.20	(-20%)	0.55

*Nota.* Se detalla el cuadro comparativo de sensibilidad en un escenario optimista y pesimista.

### **Análisis**

Una vez realizado el análisis de sensibilidad con un escenario optimista del +20% y un escenario pesimista del -20%, se pudo observar que el emprendimiento es viable y sostenible en los dos escenarios, en el escenario optimista se obtuvo un VAN 1 DE \$310,564.17 mientras que en escenario pesimista se obtuvo \$101,576.04, en el optimista el VAN2 se alcanzó a \$298,038.00 mientras que en el pesimista un valor de \$96,865.08, en la Tasa Interna de Retorno en el escenario optimista se tiene un valor de 55.09% mientras que en el escenario pesimista se presenta una disminución del valor a 50.06%, la Relación Beneficio-Costo el valor aumenta a 2.13 en el escenario optimista y en pesimista este valor disminuye a 1.42 por lo tanto se puede decir que en los dos escenarios se genera beneficios y finalmente el Periodo de Recuperación de la Inversión se obtuvo que en el escenario optimista la inversión se recupera en dos meses 12 días mientras que en el escenario pesimista se obtuvo que se recupera en 6 meses 16 días.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

Gracias al estudio de mercado se diagnosticó que existe un nicho de mercado que está dispuesto a comer pollo asado picante en el cantón de Ambato, ya que no existe un sabor diferenciador dentro de los asaderos de pollo y a la vez existe una saturación de los mismos, de acuerdo al estudio realizado, el público está dispuesto a probar algo nuevo y llamativo dentro del sector restaurantero.

Se pudo identificar factores tanto internos como externos a través de la herramienta Foda, donde posteriormente se plantearon diferentes estrategias para aprovechar las fortalezas, las oportunidades y también estrategias para trabajar en las debilidades y posibles amenazas que se pueden presentar.

Mediante el estudio técnico se pudo determinar la localización óptima del restaurante, para lo cual se realizó una comparación de tres sitios, donde se obtuvo con una mayor ponderación la parroquia Augusto N. Martínez como el lugar que más se acomodaba a las necesidades del emprendimiento, de igual forma se logró identificar el proceso productivo y los elementos o materiales a usarse.

Mediante el estudio organizacional se pudo realizar un diseño organizacional donde se identificó los niveles jerárquicos del emprendimiento, se planteó la misión, visión y los valores los cuales son fundamentales en toda empresa ya que se tiene en claro cómo se identifica una empresa y a lo que se quiere alcanzar y a la vez se pudo realizar la estructura organizativa del emprendimiento con sus respectivos manuales de funciones los cuales permiten un mejor control y coordinación dentro del emprendimiento.

En cuanto al estudio financiero se determinó que para la creación del restaurante de pollo asado picante es necesario contar con una inversión inicial de \$20,858.61, para lo cual, se planteó realizar un financiamiento con una institución financiera que cubra

el 58% y el 42% restante por parte de capital propio. Además de acuerdo con los indicadores financieros se obtuvo que el proyecto es viable y rentable ya que se obtuvo un Tasa Interna de Retorno superior al Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

## **7.2 Recomendaciones**

Es importante recordar que para entender la problemática a resolver se debe identificar sus causas y efectos para ello es recomendable el uso del árbol de problemas, el cual es una herramienta que nos permite desarrollar nuevas ideas las cuales nos ayudaran a dar soluciones al problema.

Es recomendable que para una correcta segmentación de mercado se tome información de medios oficiales como es el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), el cual brinda datos confiables con los que se puede identificar de manera más certera el tamaño de nuestro público objetivo, es decir, a que grupo de personas se va a satisfacer una necesidad.

Para conocer la localización óptima del emprendimiento es recomendable realizar un análisis de distintas localizaciones las cuales deben cumplir con algunos factores los cuales serán evaluados en una matriz, con la finalidad de cubrir las necesidades del emprendimiento.

De igual forma es importante mencionar que toda empresa así sea grande o pequeña debe contar con una estructura organizativa, la cual permite llevar un mejor control y organización dentro de la misma, además se recomienda que los colaboradores de sientan identificados con la empresa promoviendo los valores de tal forma a los clientes hacerles sentir en un lugar seguro y cómodo.

Se recomienda utilizar indicadores financieros ya que son de gran utilidad para conocer el rendimiento económico que puede alcanzar una empresa, gracias a ellos se logra identificar si una empresa es rentable y detectar posibles desviaciones que este puede tener. Además, gracias a un correcto estudio económico y financiero se puede evaluar la empresa, de tal modo que facilita la correcta toma de decisiones.

Se recomienda utilizar indicadores financieros ya que son de gran utilidad para conocer el rendimiento económico que puede alcanzar una empresa, gracias a ellos se logra identificar la solvencia, su liquidez, su índice de endeudamiento, apalancamiento, así como también el periodo en el que se puede recuperar la inversión de tal modo, detectar si una empresa es rentable, viable y hasta identificar posibles desviaciones que este puede tener. Además, gracias a un correcto estudio económico y financiero facilita la correcta toma de decisiones.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución*. Bogotá D.C.: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Alvarez Risco, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. Obtenido de <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%20c3%a9mica%202%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%20c3%b3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Arboleda Castro, M. (2021). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Departamento de Economía-Universidad Icesi.
- Asturias Corporación Universitaria. (2020). *Funciones y Niveles de la Administración*. [https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/procesos\\_th\\_administrativas/unidad1\\_pdf2.pdf](https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/procesos_th_administrativas/unidad1_pdf2.pdf)
- Báez Hurtado, Y. (2018). *Guía para una investigación de campo*. Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/ereader/uta/153628?page=25>
- Calderón, J., & Alzamora, L. (2019). *Diseños de investigación para tesis de posgrado*. Perú. Obtenido de <http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/660/581>
- Cardozo, L. (2020). ¿Cómo elegir los tipos de canales de comunicación para la empresa? *Zenvia*. <https://www.zenvia.com/es/blog/canales-de-comunicacion/>
- Comunidad de Madrid. (2020). *Asesores de empresas*. <https://gestiona3.madrid.org/bvirtual/BVCM050235-2-26221027.pdf>
- Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador. (2022). *Día nacional de la carne de pollo*. <https://conave.org/dia-nacional-de-la-carne-de-pollo-2022/>
- De Freitas, S. (2021). *Valoración de activos intangibles basados en la metodología de opciones reales para evaluar inversiones tecnológicas*. Actualidad Contable Faces. <https://www.redalyc.org/journal/257/25767348003/25767348003.pdf>
- Díaz, M. (2022). *Informática II*. Klik soluciones educativas.

- Espinoza Manríquez, N. (2020). *Contabilidad básica: conceptos y técnica*. Santiago de Chile: Editorial Universidad Alberto Hurtado.
- Gamboa, L., y Jiménez, A. (2023). *Contabilidad de costos: herramienta de gestión vista desde la norma internacional. Tomo 1*. Ecoe Ediciones.
- García Abad, G. (2020). *Qué son los activos intangibles y cómo pueden ayudar tu empresa*. <https://www.sage.com/es-es/blog/activos-intangibles-ayudar-empresa/>
- Giraldo Oliveros, M., Ortiz Velásquez, M., & Castro Abello, M. (2021). *Marketing: una versión gráfica*. Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/ereader/uta/185006?page=140>
- Gómez , I., y Brito, J. (2020). *Administración de Operaciones*. Universidad Internacional del Ecuador.
- Gutiérrez Banegas, M. (2020). *Matemáticas financieras*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Latorre, M., Rosas, C., Urbina, M., & Vidaurre, W. (2021). Estudio sobre la gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez. *Revista de Investigación y Cultura-Universidad César Vallejo*. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/572/561>
- Loyola Torres, F., Cisneros Quintanilla, D., y Ormaza Andrade, J. (2020). Control y contabilización de activos fijos y su incidencia en la toma de decisiones administrativas. *Revista Arbitrada Interdisciplina KOINONIA*(4).
- Mera , C., Cedeño, C., Mendoza, V., y Moreira, J. (2022). El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el emprendimiento empresarial. *Revista Espacios*, 27-34. <https://revistaespacios.com/a22v43n03/a22v43n03p03.pdf>
- Moya Espinosa, P. (2015). *Introducción a la mercadotecnia*. Editorial UPTC.
- Niño Rojas, V. (2020). *Metodología de la Investigación: diseño, ejecución e informe* (2a. ed.). Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uta/127116?page=52>

- Pacheco Bautista, F. (2019). *Módulo costos de producción*. Colombia: Búhos editoriales Ltda.
- Redondo, M., Tarapuez, E., y Ramírez, J. (2019). *Economía: principios generales*. Ediciones de la U.
- Review, H. B. (2021). *Cómo crear un plan de negocios*. Editorial Reverté.  
<https://elibro.net/es/ereader/uta/209681?page=16>
- Schnarch , A. (2020). *Marketing para emprender*. Ediciones de la U.
- Silva, D. (2021). *Canales de comunicación con el cliente: su importancia en la satisfacción del consumidor*. Zendesk.  
<https://www.zendesk.com.mx/blog/canales-comunicacion-cliente/>
- Sumba Bustamante, R., Toala Sanchez, A., y García Vélez, H. (2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de Octubre. *RECIMUNDO*, 92-108.
- Velasco, O. (2013). *Equilibrio y fuerza de mercado*.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/15783716.pdf>
- Vilches Troncoso, R. (2019). *Apuntes de contabilidad básica*. El Cid Editor.
- Virreira, M. (2020). *Evaluación financiera de proyectos de inversión métodos y aplicaciones*. Fundación Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra.

## ANEXOS

### Cuestionario

#### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Identificar la aceptación de pollo asado picante en sus diferentes presentaciones.

**INSTRUCCIONES:** Señale una de las alternativas de respuesta que usted considere la correcta.

#### Información general

##### Género

- Masculino ( )
- Femenino ( )
- Otro ( )

##### Edad

- ( ) De 18 a 28 años
- ( ) De 29 a 39 años
- ( ) De 40 a 50 años
- ( ) De 51 a 61 años
- ( ) De 62 años en adelante

#### Información específica

**1. Cuando usted come pollo ¿qué tipo de preparación es la que más le gusta?**

- ( ) Asado
- ( ) Frito
- ( ) Broaster
- ( ) Cocinado

Otro ¿Cuál?.....

**2. Cuando usted come pollo en cualquiera de sus presentaciones ¿con qué frecuencia lo hace?**

Diario

Semanal

Mensual

Trimestral

**3. Cuando usted degusta de un plato ¿le gusta incluir el picante?**

Si

No

¿Por qué?

.....

**4. ¿Usted alguna vez ha probado pollo asado picante?**

Si ¿Dónde? .....

No

**5. Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada en un restaurante ¿usted lo consumiría?**

Si

No ¿Por qué? .....

**6. ¿Mensualmente cuántas veces consumiría 1/8 de pollo asado picante más papas cocinadas y ensalada (plato personal)?**

De 1 a 3 veces

De 4 a 6 veces

Más de 7 veces

Nunca

**7. ¿Cuál es la combinación que usted prefiere al momento de consumir pollo asado picante en un restaurante?**

- Pollo con papas cocinadas y ensalada
- Pollo con arroz y ensalada
- Pollo con arroz y menestra
- Pollo con arroz y papas fritas
- Otro ¿Cuál?.....

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un 1/8 , 1/4, 1/2 y 1 pollo entero asado picante más papas cocinadas y ensalada?**

• **Una presa (1/8 de pollo)**

- De \$2.00 a \$2.50
- De \$2.51 a \$3.00
- De \$3.01 a \$3.50

• **1/4 pollo**

- De \$4.00 a \$4.50
- De \$5.01 a \$5.50
- De \$5.51 a \$6.00

• **1/2 pollo**

- De \$7.00 a \$8.00
- De \$8.01 a \$9.00
- De \$9.01 a \$10.00

• **Pollo entero**

- De \$12.00 a \$14.00
- De \$14.01 a \$16.00
- De \$16.01 a \$18.00

**9. ¿Cuándo usted sale a comer fuera de su casa prefiere que el lugar sea al aire libre, cerrado o ambos?**

- Aire libre
- Lugar cerrado
- Ambos

**10. ¿Qué aspectos tomaría en consideración para comer pollo asado picante?**

- Sabor
- Precio
- Cantidad
- Calidad
- Otro ¿Cuál?.....

**11. Al ser un cliente frecuente ¿cuál de las siguientes opciones le gustaría recibir?**

- Descuentos por fechas especiales (cumpleaños)
- Cupones de descuentos
- Promociones (por la compra de un pollo recibe un helado)

**12. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted se informa sobre ofertas gastronómicas?**

- Redes sociales ¿Cuál?.....
- Radio ¿Cuál?.....
- Televisión ¿Cuál?.....
- Periódicos ¿Cuál?.....

*Gracias por su colaboración.*

## Tabla amortización Banco del Pacífico

Cuota	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Seguro de desgravamen	Seguro de incendio	Seguro de lucro cesante	Total seguros	Total a pagar
1	\$ 12,000.00	\$ 152.12	\$ 107.10	\$ 259.22	\$ 11,847.88	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
2	\$ 11,847.88	\$ 153.32	\$ 105.90	\$ 259.22	\$ 11,694.56	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
3	\$ 11,694.56	\$ 154.82	\$ 104.40	\$ 259.22	\$ 11,539.74	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
4	\$ 11,539.74	\$ 156.02	\$ 103.20	\$ 259.22	\$ 11,383.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
5	\$ 11,383.72	\$ 157.52	\$ 101.70	\$ 259.22	\$ 11,226.20	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
6	\$ 11,226.20	\$ 159.02	\$ 100.20	\$ 259.22	\$ 11,067.18	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
7	\$ 11,067.18	\$ 160.52	\$ 98.70	\$ 259.22	\$ 10,906.66	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
8	\$ 10,906.66	\$ 161.72	\$ 97.50	\$ 259.22	\$ 10,744.94	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
9	\$ 10,744.94	\$ 163.22	\$ 96.00	\$ 259.22	\$ 10,581.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
10	\$ 10,581.72	\$ 164.72	\$ 94.50	\$ 259.22	\$ 10,417.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
11	\$ 10,417.00	\$ 166.22	\$ 93.00	\$ 259.22	\$ 10,250.78	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
12	\$ 10,250.78	\$ 167.72	\$ 91.50	\$ 259.22	\$ 10,083.06	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
13	\$ 10,083.06	\$ 169.22	\$ 90.00	\$ 259.22	\$ 9,913.84	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
14	\$ 9,913.84	\$ 170.72	\$ 88.50	\$ 259.22	\$ 9,743.12	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
15	\$ 9,743.12	\$ 172.22	\$ 87.00	\$ 259.22	\$ 9,570.90	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
16	\$ 9,570.90	\$ 173.72	\$ 85.50	\$ 259.22	\$ 9,397.18	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
17	\$ 9,397.18	\$ 175.22	\$ 84.00	\$ 259.22	\$ 9,221.96	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
18	\$ 9,221.96	\$ 176.72	\$ 82.50	\$ 259.22	\$ 9,045.24	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
19	\$ 9,045.24	\$ 178.52	\$ 80.70	\$ 259.22	\$ 8,866.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
20	\$ 8,866.72	\$ 180.02	\$ 79.20	\$ 259.22	\$ 8,686.70	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
21	\$ 8,686.70	\$ 181.52	\$ 77.70	\$ 259.22	\$ 8,505.18	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
22	\$ 8,505.18	\$ 183.32	\$ 75.90	\$ 259.22	\$ 8,321.86	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
23	\$ 8,321.86	\$ 184.82	\$ 74.40	\$ 259.22	\$ 8,137.04	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
24	\$ 8,137.04	\$ 186.62	\$ 72.60	\$ 259.22	\$ 7,950.42	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
25	\$ 7,950.42	\$ 188.12	\$ 71.10	\$ 259.22	\$ 7,762.30	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
26	\$ 7,762.30	\$ 189.92	\$ 69.30	\$ 259.22	\$ 7,572.38	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
27	\$ 7,572.38	\$ 191.72	\$ 67.50	\$ 259.22	\$ 7,380.66	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
28	\$ 7,380.66	\$ 193.22	\$ 66.00	\$ 259.22	\$ 7,187.44	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
29	\$ 7,187.44	\$ 195.02	\$ 64.20	\$ 259.22	\$ 6,992.42	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
30	\$ 6,992.42	\$ 196.82	\$ 62.40	\$ 259.22	\$ 6,795.60	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
31	\$ 6,795.60	\$ 198.62	\$ 60.60	\$ 259.22	\$ 6,596.98	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
32	\$ 6,596.98	\$ 200.42	\$ 58.80	\$ 259.22	\$ 6,396.56	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
33	\$ 6,396.56	\$ 202.22	\$ 57.00	\$ 259.22	\$ 6,194.34	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
34	\$ 6,194.34	\$ 204.02	\$ 55.20	\$ 259.22	\$ 5,990.32	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
35	\$ 5,990.32	\$ 205.82	\$ 53.40	\$ 259.22	\$ 5,784.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
36	\$ 5,784.50	\$ 207.62	\$ 51.60	\$ 259.22	\$ 5,576.88	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
37	\$ 5,576.88	\$ 209.42	\$ 49.80	\$ 259.22	\$ 5,367.46	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
38	\$ 5,367.46	\$ 211.22	\$ 48.00	\$ 259.22	\$ 5,156.24	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
39	\$ 5,156.24	\$ 213.02	\$ 46.20	\$ 259.22	\$ 4,943.22	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
40	\$ 4,943.22	\$ 215.12	\$ 44.10	\$ 259.22	\$ 4,728.10	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
41	\$ 4,728.10	\$ 216.92	\$ 42.30	\$ 259.22	\$ 4,511.18	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
42	\$ 4,511.18	\$ 219.02	\$ 40.20	\$ 259.22	\$ 4,292.16	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
43	\$ 4,292.16	\$ 220.82	\$ 38.40	\$ 259.22	\$ 4,071.34	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
44	\$ 4,071.34	\$ 222.92	\$ 36.30	\$ 259.22	\$ 3,848.42	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
45	\$ 3,848.42	\$ 224.72	\$ 34.50	\$ 259.22	\$ 3,623.70	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
46	\$ 3,623.70	\$ 226.82	\$ 32.40	\$ 259.22	\$ 3,396.88	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
47	\$ 3,396.88	\$ 228.92	\$ 30.30	\$ 259.22	\$ 3,167.96	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
48	\$ 3,167.96	\$ 231.02	\$ 28.20	\$ 259.22	\$ 2,936.94	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
49	\$ 2,936.94	\$ 233.12	\$ 26.10	\$ 259.22	\$ 2,703.82	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
50	\$ 2,703.82	\$ 235.22	\$ 24.00	\$ 259.22	\$ 2,468.60	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
51	\$ 2,468.60	\$ 237.32	\$ 21.90	\$ 259.22	\$ 2,231.28	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
52	\$ 2,231.28	\$ 239.42	\$ 19.80	\$ 259.22	\$ 1,991.86	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
53	\$ 1,991.86	\$ 241.52	\$ 17.70	\$ 259.22	\$ 1,750.34	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
54	\$ 1,750.34	\$ 243.62	\$ 15.60	\$ 259.22	\$ 1,506.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
55	\$ 1,506.72	\$ 245.72	\$ 13.50	\$ 259.22	\$ 1,261.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
56	\$ 1,261.00	\$ 247.82	\$ 11.40	\$ 259.22	\$ 1,013.18	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
57	\$ 1,013.18	\$ 250.22	\$ 9.00	\$ 259.22	\$ 762.96	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
58	\$ 762.96	\$ 252.32	\$ 6.90	\$ 259.22	\$ 510.64	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
59	\$ 510.64	\$ 254.72	\$ 4.50	\$ 259.22	\$ 255.92	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.22
60	\$ 255.92	\$ 255.92	\$ 2.40	\$ 258.32	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 258.32
		\$ 12,000.00	\$ 3,552.30	\$ 15,552.30		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 15,552.30

### Análisis de escenario optimista (+20%)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 272,824.79	\$ 287,441.93	\$ 302,844.50	\$ 319,073.56	\$ 336,168.64
(-)Costos de producción	\$ 109,598.24	\$ 113,697.22	\$ 117,949.49	\$ 122,360.80	\$ 126,937.10
<b>(=)Utilidad bruta</b>	<b>\$ 163,226.55</b>	<b>\$ 173,744.71</b>	<b>\$ 184,895.00</b>	<b>\$ 196,712.75</b>	<b>\$ 209,231.54</b>
(-) Costos administrativos	\$ 22,229.50	\$ 23,060.88	\$ 23,923.36	\$ 24,818.09	\$ 25,746.29
(-) Costos financieros	\$ 1,193.70	\$ 978.00	\$ 737.10	\$ 470.70	\$ 172.80
<b>(=)Utilidad antes de utilidades a trabajadores</b>	<b>\$ 139,803.35</b>	<b>\$ 149,705.83</b>	<b>\$ 160,234.54</b>	<b>\$ 171,423.96</b>	<b>\$ 183,312.45</b>
(-) 15% Utilidad trabajadores	\$ 20,970.50	\$ 22,455.87	\$ 24,035.18	\$ 25,713.59	\$ 27,496.87
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 118,832.84</b>	<b>\$ 127,249.95</b>	<b>\$ 136,199.36</b>	<b>\$ 145,710.36</b>	<b>\$ 155,815.58</b>
(-) 25% Impuesto a la renta	\$ 29,708.21	\$ 31,812.49	\$ 34,049.84	\$ 36,427.59	\$ 38,953.90
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$ 89,124.63</b>	<b>\$ 95,437.46</b>	<b>\$ 102,149.52</b>	<b>\$ 109,282.77</b>	<b>\$ 116,861.69</b>
(+) Cargo depreciación y amortización	\$ 2,625.84	\$ 2,625.84	\$ 2,625.84	\$ 2,625.84	\$ 2,625.84
(-) Pago a principales	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
<b>(=) Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ 89,350.47</b>	<b>\$ 95,663.30</b>	<b>\$ 102,375.36</b>	<b>\$ 109,508.61</b>	<b>\$ 117,087.53</b>

Gerente

Auxiliar Contable

### Cálculo VAN 1

$$\begin{aligned}VAN 1 &= -Inversión ini. + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\VAN 1 &= -20,858.61 + \frac{89,350.47}{(1+0.1582)^1} + \frac{95,663.30}{(1+0.1582)^2} + \frac{102,375.36}{(1+0.1582)^3} \\&\quad + \frac{109,508.61}{(1+0.1582)^4} + \frac{117,087.53}{(1+0.1582)^5} \\VAN 1 &= 310,564.17\end{aligned}$$

### Análisis

Una vez realizado el cálculo del VAN en el escenario optimista con un incremento del 20%, se obtuvo que el VAN del proyecto es \$310,564.17 siendo un valor mayor a cero, por lo tanto, se puede decir que el proyecto es viable ya que se puede generar rentabilidad con una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de 15.82% y es susceptible llevarse a cabo.

### Cálculo VAN 2

$$\begin{aligned}VAN 2 &= -Inversión ini. + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\VAN 2 &= -20,858.61 + \frac{89,350.47}{(1+0.1740)^1} + \frac{95,663.30}{(1+0.1740)^2} + \frac{102,375.36}{(1+0.1740)^3} \\&\quad + \frac{109,508.61}{(1+0.1740)^4} + \frac{117,087.53}{(1+0.1740)^5} \\VAN 2 &= 298,038.00\end{aligned}$$

### Análisis

Una vez realizado el cálculo del VAN, se obtuvo que el VAN del proyecto es \$298,038.00 siendo este un valor mayor a cero, por lo tanto, se puede decir que el proyecto es viable ya que se puede generar rentabilidad con una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de 17.40%.

### Tasa Interna De Retorno (TIR)

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left( \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1582 + (0.1740 - 0.1582) \left( \frac{\$310,564.17}{\$310,564.17 - \$298,038.00} \right)$$

$$TIR = 55.20\%$$

### Análisis

La Tasa Interna de Retorno (TIR) en el escenario optimista se obtuvo de 55.20%, el cual es mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), lo cual demuestra que el proyecto es económicamente factible y viable.

### Relación Beneficio-Costo

$$Tasa \frac{B}{C} = \frac{\text{Total Ingresos Brutos}}{\text{Total Costos del Proyecto}}$$

$$Tasa \frac{B}{C} = \frac{\$1,518,353.41}{\$713,873.29}$$

$$Tasa \frac{B}{C} = 2.13$$

### Análisis

En el escenario optimista se obtuvo que la tasa beneficio-costo del emprendimiento es 2.13, lo que significa que al ser un valor mayor a 1 el proyecto es aceptable y los beneficios superan a los costes.

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\text{Sumatoria FNE}}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{\$20,858.61}{\frac{\$513,985.28}{5}}$$

$$PRI = 0.20$$

## **Análisis**

Luego de haber aplicado la ecuación para determinar el periodo de recuperación de inversión en el escenario optimista, se obtuvo que el emprendimiento recupera su inversión inicial en 2 meses y 12 días.

**Escenario pesimista (-20%)**

	<b>Año 1</b>		<b>Año 2</b>		<b>Año 3</b>		<b>Año 4</b>		<b>Año 5</b>	
Ingresos	\$	181,883.19	\$	191,627.95	\$	201,896.33	\$	212,715.70	\$	224,112.43
(-)Costos de producción	\$	109,598.24	\$	113,697.22	\$	117,949.49	\$	122,360.80	\$	126,937.10
<b>(=)Utilidad bruta</b>	<b>\$</b>	<b>72,284.95</b>	<b>\$</b>	<b>77,930.73</b>	<b>\$</b>	<b>83,946.84</b>	<b>\$</b>	<b>90,354.90</b>	<b>\$</b>	<b>97,175.33</b>
(-) Costos administrativos	\$	22,229.50	\$	23,060.88	\$	23,923.36	\$	24,818.09	\$	25,746.29
(-) Costos financieros	\$	1,193.70	\$	978.00	\$	737.10	\$	470.70	\$	172.80
<b>(=)Utilidad antes de utilidades a trabajadores</b>	<b>\$</b>	<b>48,861.75</b>	<b>\$</b>	<b>53,891.85</b>	<b>\$</b>	<b>59,286.38</b>	<b>\$</b>	<b>65,066.11</b>	<b>\$</b>	<b>71,256.24</b>
(-) 15%Utilidad trabajadores	\$	7,329.26	\$	8,083.78	\$	8,892.96	\$	9,759.92	\$	10,688.44
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$</b>	<b>41,532.49</b>	<b>\$</b>	<b>45,808.07</b>	<b>\$</b>	<b>50,393.42</b>	<b>\$</b>	<b>55,306.19</b>	<b>\$</b>	<b>60,567.80</b>
(-) 25% Impuesto a la renta	\$	10,383.12	\$	11,452.02	\$	12,598.36	\$	13,826.55	\$	15,141.95
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$</b>	<b>31,149.37</b>	<b>\$</b>	<b>34,356.05</b>	<b>\$</b>	<b>37,795.07</b>	<b>\$</b>	<b>41,479.64</b>	<b>\$</b>	<b>45,425.85</b>
(+) Cargo depreciación y amortización	\$	2,625.84	\$	2,625.84	\$	2,625.84	\$	2,625.84	\$	2,625.84
(-) Pago a principales	\$	2,400.00	\$	2,400.00	\$	2,400.00	\$	2,400.00	\$	2,400.00
<b>(=) Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$</b>	<b>31,375.21</b>	<b>\$</b>	<b>34,581.89</b>	<b>\$</b>	<b>38,020.91</b>	<b>\$</b>	<b>41,705.48</b>	<b>\$</b>	<b>45,651.69</b>

Gerente

Auxiliar Contable

### Cálculo VAN 1

$$\begin{aligned}VAN 1 &= -Inversión\ ini. + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\VAN 1 &= -20,858.61 + \frac{31,375.21}{(1+0.1582)^1} + \frac{38,020.91}{(1+0.1582)^2} + \frac{41,705.48}{(1+0.1582)^3} \\&\quad + \frac{41,705.48}{(1+0.1582)^4} + \frac{45,651.69}{(1+0.1582)^5} \\VAN 1 &= \$ 101,576.04\end{aligned}$$

### Análisis

Una vez realizado el cálculo del VAN en el escenario pesimista con una disminución del 20%, se obtuvo que el VAN del proyecto es \$101,576.04 siendo un valor mayor a cero, por lo tanto, se puede decir que el proyecto es viable ya que se puede generar rentabilidad con una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de 15.82% y es susceptible llevarse a cabo.

### Cálculo VAN 2

$$\begin{aligned}VAN 2 &= -Inversión\ ini. + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5} \\VAN 2 &= -20,858.61 + \frac{31,375.21}{(1+0.1740)^1} + \frac{38,020.91}{(1+0.1740)^2} + \frac{41,705.48}{(1+0.1740)^3} \\&\quad + \frac{41,705.48}{(1+0.1740)^4} + \frac{45,651.69}{(1+0.1740)^5} \\VAN 2 &= \$ 96,865.08\end{aligned}$$

Una vez realizado el cálculo del VAN con un escenario pesimista, se obtuvo que el VAN del proyecto es \$96,865.08 siendo este un valor mayor a cero, por lo tanto, se puede decir que el proyecto es viable a pesar de una disminución de los ingresos ya que se puede generar rentabilidad con una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento de 17.40%.

### **Tasa Interna De Retorno (TIR)**

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left( \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0.1582 + (0.1740 - 0.1582) \left( \frac{\$101,576.04}{\$101,576.04 - \$96,865.08} \right)$$

$$TIR = 50.06\%$$

### **Análisis**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) en el escenario pesimista se obtuvo de 50.06%, el cual es mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), lo cual demuestra que el proyecto es económicamente factible y viable.

### **Relación Beneficio-Costo**

$$Tasa \frac{B}{C} = \frac{\text{Total Ingresos Brutos}}{\text{Total Costos del Proyecto}}$$

$$Tasa \frac{B}{C} = \frac{\$1,012,235.61}{\$713,873.29}$$

$$Tasa \frac{B}{C} = 1.42$$

### **Análisis**

En el escenario pesimista se obtuvo que la tasa beneficio-costo del emprendimiento es 1.42, lo que significa que al ser un valor mayor a 1 el proyecto es aceptable y los beneficios superan a los costes.

### **Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\text{Sumatoria FNE}}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{\$20,858.61}{\frac{\$191,335.18}{5}}$$

$$PRI = 0.55$$

### **Análisis**

Luego de haber aplicado la ecuación para determinar el periodo de recuperación de inversión en el escenario optimista, se obtuvo que el emprendimiento recupera su inversión inicial en 6 meses y 16 días.

### **Validación de cuestionario**

2



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del instrumento
JIMÉNEZ WALTZ	DOCENTE TITULAR U. T. A.	Cuestionario ✓	Liliana Suárez
Tema del emprendimiento: "Elaboración de un plan de negocios para determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato."			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdeme completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas.

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Cuándo usted come pollo, qué tipo de preparación es el que más le gusta?	✓		✓		✓		
2	¿Cuándo usted come pollo en cualquiera de sus presentaciones con qué frecuencia lo hace?	✓		✓		✓		
3	¿Cuándo usted degusta de un plato le gusta incluir el picante?	✓		✓		✓		
4	¿Usted alguna vez ha probado pollo asado picante?	✓		✓		✓		
5	¿Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante en un asadero restaurante usted lo consumiría?	✓		✓		✓		
6	¿Mensualmente cuantas veces consumiría pollo asados picante?	✓		✓		✓		
7	¿Cuándo usted sale a comer fuera de su casa prefiere que el lugar sea al aire libre o cerrado?	✓		✓		✓		
8	¿Al ser un cliente frecuente cuál de las siguientes opciones le gustaría recibir?	✓		✓		✓		
9	¿Qué aspectos tomaría en consideración para comer pollo asado picante?	✓		✓		✓		
10	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un 1/8, 1/4, 1/2 y un pollo entero asado picante más papas fritas y ensalada?	✓		✓		✓		
11	¿Cuál es la combinación que usted prefiere al momento de consumir pollo asado picante en el restaurante?	✓		✓		✓		
12	¿Cuál es el medio de comunicación en el cual usted se informa?	✓		✓		✓		

1550/2022

Docente de la Universidad Técnica de Ambato



Observaciones (precisar si hay suficiencia): EN EL CUESTIONARIO

FECHA: 20140

Opinión de aplicabilidad: Aplicable []    Aplicable después de corregir [ ]    No Aplicable [ ]

Apellidos y Nombres del experto validador. Dr./Mg: WALTER JIMENA    CI: 0501797351

Especialidad del experto validador: MAESTRO EN GERENCIA ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

Firma del Experto Validador

CLARIDAD	RELEVANCIA	CERTIFICACIÓN
----------	------------	---------------

ÍTEM	CONTENIDO	OPINIÓN DE APLICABILIDAD	OPINIÓN DE APLICABILIDAD DESPUÉS DE CORREGIR	OPINIÓN DE APLICABILIDAD NO APLICABLE
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				
36				
37				
38				
39				
40				
41				
42				
43				
44				
45				
46				
47				
48				
49				
50				
51				
52				
53				
54				
55				
56				
57				
58				
59				
60				
61				
62				
63				
64				
65				
66				
67				
68				
69				
70				
71				
72				
73				
74				
75				
76				
77				
78				
79				
80				
81				
82				
83				
84				
85				
86				
87				
88				
89				
90				
91				
92				
93				
94				
95				
96				
97				
98				
99				
100				

1500/2022

Director de Investigación

5



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del instrumento
Lorena Ariza B.	Coordinadora Investigadora	Cuestionario	Liliana Suárez
Tema del emprendimiento: "Elaboración de un plan de negocios para determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato."			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdeme completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Cuándo usted come pollo, qué tipo de preparación es el que más le gusta?	✓		✓				✓ mejorar la redacción
2	¿Cuándo usted come pollo en cualquiera de sus presentaciones con qué frecuencia lo hace?	✓		✓				✓ mejorar la redacción
3	¿Cuándo usted degusta de un plato le gusta incluir el picante?	✓		✓		✓		
4	¿Usted alguna vez ha probado pollo asado picante?	✓		✓		✓		
5	¿Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante en un asadero restaurante usted lo consumiría?	✓		✓		✓		
6	¿Mensualmente cuantas veces consumiría pollo asados picante?	✓		✓		✓		
7	¿Cuándo usted sale a comer fuera de su casa prefiere que el lugar sea al aire libre o cerrado?	✓		✓		✓		
8	¿Al ser un cliente frecuente cuál de las siguientes opciones le gustaría recibir?	✓		✓				✓ mejorar la redacción
9	¿Qué aspectos tomaría en consideración para comer pollo asado picante?	✓		✓		✓		
10	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un 1/8, 1/4, 1/2 y un pollo entero asado picante más papas fritas y ensalada?	✓		✓				✓ mejorar pregunta
11	¿Cuál es la combinación que usted prefiere al momento de consumir pollo asado picante en el restaurante?	✓		✓		✓		
12	¿Cuál es el medio de comunicación en el cual usted se informa?	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [ ]   Aplicable después de corregir []   No Aplicable [ ]

Apellidos y Nombres del experto validador. Dr./Mg: Lorena Rivera B   CI: 0912139136

Especialidad del experto validador: Docente Investigador

Firma del Experto Validador

CLARIDAD	RELEVANCIA	PERTINENCIA

Nº	Observación	Observado	Observador	Fecha
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del instrumento
Alberto Laza	Docente UTA	Cuestionario	Liliana Suárez
Tema del emprendimiento: "Elaboración de un plan de negocios para determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato."			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdeme completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Cuándo usted come pollo, qué tipo de preparación es el que más le gusta?	/		/		/		
2	¿Cuándo usted come pollo en cualquiera de sus presentaciones con qué frecuencia lo hace?	/		/		/		
3	¿Cuándo usted degusta de un plato le gusta incluir el picante?	/		/		/		
4	¿Usted alguna vez ha probado pollo asado picante?	/		/		/		
5	¿Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante en un asadero restaurante usted lo consumiría?	/		/		/		
6	¿Mensualmente cuantas veces consumiría pollo asados picante?	/		/		/		
7	¿Cuándo usted sale a comer fuera de su casa prefiere que el lugar sea al aire libre o cerrado?	/		/		/		
8	¿Al ser un cliente frecuente cuál de las siguientes opciones le gustaría recibir?	/		/		/		
9	¿Qué aspectos tomaría en consideración para comer pollo asado picante?	/		/		/		
10	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un 1/8, 1/4, 1/2 y un pollo entero asado picante más papas fritas y ensalada?	/		/		/		
11	¿Cuál es la combinación que usted prefiere al momento de consumir pollo asado picante en el restaurante?	/		/		/		
12	¿Cuál es el medio de comunicación en el cual usted se informa?	/		/		/		



4



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del instrumento
Diana Morales	Docente	Cuestionario	Liliana Suárez
Tema del emprendimiento: "Elaboración de un plan de negocios para determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato."			

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ÍTEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdeme completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Cuándo usted come pollo, qué tipo de preparación es la que más le gusta?	✓		✓		✓	✓	
2	¿Cuándo usted come pollo en cualquiera de sus presentaciones con qué frecuencia lo hace?	✓		✓		✓	✓	
3	¿Cuándo usted degusta de un plato le gusta incluir picante?	✓		✓		✓	✓	
4	¿Usted alguna vez ha probado pollo asado picante?	✓		✓		✓	✓	
5	¿Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante en un asadero restaurante usted lo consumiría?	✓		✓		✓	✓	
6	¿Mensualmente cuantas veces consumiría pollo asado picante?	✓		✓		✓	✓	
7	¿Cuándo usted sale a comer fuera de su casa prefiere que el lugar sea al aire libre o cerrado?	✓		✓		✓	✓	
8	¿Al ser un cliente frecuente cuál de las siguientes opciones le gustaría recibir?	✓		✓		✓	✓	
9	¿Qué aspectos tomaría en consideración para comer pollo asado picante?	✓		✓		✓	✓	
10	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un 1/8, 1/4, 1/2 y un pollo entero asado picante más papas fritas y ensalada?	✓		✓		✓	✓	
11	¿Cuál es la combinación que usted prefiere al momento de consumir pollo asado picante en el restaurante? <i>o a domicilio</i>	✓		✓		✓	✓	
12	¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted se informa?	✓		✓		✓	✓	



Observaciones (precisar si hay suficiencia): 2. Pavor Sugenerio

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable [ ]  Aplicable después de corregir [ / ]  No Aplicable [ ]

Apellidos y Nombres del experto validador. Dr./Mg: Diana Horales CI: 1803547262

Especialidad del experto validador: Psicología Docente - Investigadora

Firma del Experto Validador

CLASIDAD	RELEVANCIA	PERTINENCIA

Ítem	Descripción	Valor	Nota
1	El contenido del instrumento mide los conocimientos que el estudiante posee sobre el tema de la asignatura.		
2	El contenido del instrumento mide las habilidades que el estudiante posee para aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura.		
3	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para analizar y sintetizar la información presentada en el instrumento.		
4	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para evaluar y argumentar sus respuestas.		
5	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura a situaciones reales.		
6	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para identificar y describir los elementos de un sistema.		
7	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para explicar y justificar sus respuestas.		
8	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura a situaciones reales.		
9	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para identificar y describir los elementos de un sistema.		
10	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para explicar y justificar sus respuestas.		
11	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura a situaciones reales.		
12	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para identificar y describir los elementos de un sistema.		
13	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para explicar y justificar sus respuestas.		
14	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura a situaciones reales.		
15	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para identificar y describir los elementos de un sistema.		
16	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para explicar y justificar sus respuestas.		
17	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura a situaciones reales.		
18	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para identificar y describir los elementos de un sistema.		
19	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para explicar y justificar sus respuestas.		
20	El contenido del instrumento mide la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura a situaciones reales.		

3



FICHA DE VALIDACION DE UNA ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTO

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del informante	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del instrumento
Ruth Zamora	Docente de la Facultad C. Administrativa	Cuestionario	Liliana Suárez

Tema del emprendimiento: "Elaboración de un plan de negocios para determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de pollo asado picante en la parroquia Augusto N. Martínez de la ciudad de Ambato."

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE CADA ITEM

Estimado Mg./Dr./Ing., por favor ayúdeme completando la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
Es apropiado o congruente con lo que se espera recabar la información para el desarrollo del emprendimiento	Idoneidad, valor e importancia del recurso informativo para el proyecto que se esté desarrollando	El texto se lee y se entiende rápidamente, las preguntas son fáciles de entender, el lenguaje es sencillo, las oraciones están bien construidas

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones y/o Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Cuándo usted come pollo, qué tipo de preparación es el que más le gusta?	✓		✓		✓		
2	¿Cuándo usted come pollo en cualquiera de sus presentaciones con qué frecuencia lo hace?	✓		✓		✓		
3	¿Cuándo usted degusta de un plato le gusta incluir el picante?	✓		✓		✓		
4	¿Usted alguna vez ha probado pollo asado picante?	✓		✓		✓		
5	¿Si en el cantón Ambato se ofertaría pollo asado picante en un asadero restaurante usted lo consumiría?	✓		✓		✓		
6	¿Mensualmente cuantas veces consumiría pollo asados picante?	✓		✓		✓		
7	¿Cuándo usted sale a comer fuera de su casa prefiere que el lugar sea al aire libre o cerrado?	✓		✓		✓		
8	¿Al ser un cliente frecuente cuál de las siguientes opciones le gustaría recibir?	✓		✓		✓		
9	¿Qué aspectos tomaría en consideración para comer pollo asado picante?	✓		✓		✓		
10	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un 1/8, 1/4, 1/2 y un pollo entero asado picante más papas fritas y ensalada?	✓		✓		✓		
11	¿Cuál es la combinación que usted prefiere al momento de consumir pollo asado picante en el restaurante?	✓		✓		✓		
12	¿Cuál es el medio de comunicación en el cual usted se informa?	✓		✓		✓		

