



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Plan de Negocios para la Creación de un Asadero de Pollo en la
Ciudadela Abel Gilbert del Cantón Durán Ecuador 2018**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

AUTOR:

Br. Ivelice Pilar Morán Criollo (ORCID: 0000-0002-3397-8406)

ASESOR:

Dr. C. Dayron Lugo Denis (ORCID: 0000-0002-3183-5655)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

PIURA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi familia: mi esposo Juan Carlos Olvera Martínez, mis adorados hijos Juan Carlos e Iliana Mía, que son el motor y motivo de mis constante lucha por esta vida, por el apoyo incondicional que me brindan día a día para lograr mis sueños y metas.

Pilar Morán

AGRADECIMIENTO

A Jehová Dios todo poderoso por permitir el logro de este proyecto personal y profesional, darme fuerzas y guiar mi camino. A mi familia en pleno por estar conmigo incondicionalmente siempre y apoyarme en lo que necesite, en resumen A todas las personas que de una u otra forma ayudaron para que este Proyecto, sueño, meta se llevara a cabo.

Pilar Morán

Índice del contenido

Carátula.....	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice del contenido	iv
Índice de Tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Tipo y diseño de investigación	15
3.2 Identificación de variables y Operacionalización	15
3.3 Criterio de selección	17
3.4 Técnica de recolección de datos	17
3.5 Validación y confiabilidad del instrumento.....	18
3.6 Métodos empleados para analizar datos.....	19
3.7 Métodos para analizar datos	21
3.8 Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN	38
VI. CONCLUSIONES	43
VII. RECOMENDACIONES.....	44
VIII. PROPUESTA.....	45
REFERENCIAS.....	77
ANEXOS	78

Índice de Tablas

Tabla 1: Edad.....	22
Tabla 2:Rango de Edad	23
Tabla 3: Estado Civil	24
Tabla 4: Hijos	25
Tabla 5: Nivel de estudios	26
Tabla 6: Ocupación	27
Tabla 7: Costumbre de salir a un restaurante	28
Tabla 8: Frecuencia de utilización de restaurante	29
Tabla 9: Motivos de asistir a un restaurante.....	30
Tabla 10: Lo que tengo en cuenta al momento de elegir un restaurante	31
Tabla 11: Lo que tengo en cuenta al momento de elegir un restaurante	32
Tabla 12: Precio de pollo Asado.....	33
Tabla 13: Productos del asadero.....	34
Tabla 14: Promociones del asadero	35
Tabla 15: Medio de publicidad para las promociones	36
Tabla 16: Importancia de pago con tarjeta de credito	37
Tabla 17: Costo total de maquinaria y equipo	72
Tabla 18: Accesorios del restaurante	73
Tabla 19: Ingresos.....	73
Tabla 20: Pago a personal	74
Tabla 21: Costos de producción.....	74
Tabla 22: Costos fijos.....	75
Tabla 23: Proyección de Utilidad.....	75

Índice de figuras

Figura N° 1: Sexo	22
Figura N° 2: Rango de edad.....	23
Figura N° 3: Estado civil	24
Figura N° 4: Hijos	25
Figura N° 5: Nivel de estudios.....	26
Figura N° 6: Ocupación	27
Figura N° 7: Costumbre de salir a un restaurante	28
Figura N° 8: Frecuencia de utilización de restaurante.....	29
Figura N° 9: Motivos de asistir a un restaurante.....	30
Figura N° 10: Lo que tengo en cuenta al momento de elegir un restaurante	31
Figura N° 11: Lo que tengo en cuenta al momento de elegir un restaurante	32
Figura N° 12: Precio de pollo Asado	33
Figura N° 13: Productos del asadero	34
Figura N° 14: Promociones del asadero.....	35
Figura N° 15: Medio de publicidad para las promociones	36
Figura N° 16: Importancia de pago con tarjeta de credito	37
Figura N° 17: Plano de distribución del restauante	53
Figura N° 17: Organigrama	58
Figura N° 18: Proyección de Utilidad.....	75

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo Diseñar un Plan de negocios para la creación de un asadero de pollo en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018. El tipo de estudio de la investigación según la finalidad fue propositiva; según el nivel o alcance fue una investigación descriptiva y según la temporalidad fue transversal; mediante un diseño no experimental, ya que no existió manipulación deliberada de las variables. Las técnicas de recolección de datos fueron las encuestas para los ciudadanos de la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018. Se empleó el muestreo probabilístico aleatorio simple con una muestra de 73 encuestados, de una población infinita. Se concluyó que es viable la creación de un asadero de pollo en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018 con una aceptación del 88% de los encuestados así mismo se hizo una propuesta mediante un análisis del mercado, análisis técnico/ operativo, análisis administrativo, y análisis financiero. Dentro del marco del diseño de investigación se determinaron los gustos, preferencias, precios, platos publicidad, todo lo correspondiente con el marketing mix del estudio de mercado, análisis externo e interno del mercado, así mismo se realizó el MOF, organigrama, proceso de atención, proceso de producción, consecuentemente se realizó un balance básico de los ingresos, egresos y rentabilidad de la empresa, con su respectiva proyección de crecimiento (10%), por último y menos importante se realizó dentro del análisis financiero, la V.A.N. (Valor Actual Neto) económica con un resultado de \$. 22,514.50 y una T.I.R. (Tasa Interna de Retorno) del 35%

Palabras claves: plan de negocios, estudio de mercado, VAN, TIR.

ABSTRACT

The objective of this research work was to design a business plan for the creation of a chicken roaster in the Abel Gilbert citadel of the Durán Ecuador canton 2018. The type of research study according to the purpose was proactive; according to the level or scope it was a descriptive investigation and according to the temporality it was transversal; by a non-experimental design, since there was no deliberate manipulation of the variables. The data collection techniques were the surveys for the citizens of the Abel Gilbert citadel of the Duran Duran Canton in 2018. Simple random probabilistic sampling was used with a sample of 73 respondents, from an infinite population. It was concluded that the creation of a chicken broiler in the Abel Gilbert citadel of the Durán Ecuador canton 2018 is feasible with an acceptance of 88% of the respondents, as well as a proposal was made through a market analysis, technical / operational analysis, administrative analysis , and financial analysis. Within the framework of the research design, tastes, preferences, prices, advertising dishes were determined, everything corresponding to the marketing mix of the market study, external and internal analysis of the market, as well as the MOF, organization chart, process of attention , production process, consequently a basic balance was made of the income, expenses and profitability of the company, with its respective projection of growth (10%), last and least important was made within the financial analysis, the VAN (Net Present Value) Economic with a result of \$. 22,514.50 and a T.I.R. (Internal Rate of Return) of 35%

Keywords: business plan, market study, VAN, TIR.

I. INTRODUCCIÓN

En palabras de Valencia (2008) nos explica cómo se pudo originar el arte de cocinar; tal vez cuando aún el hombre vivía en una era prehistórica, este descubrió el arte de cocinar; lo cual quizá sucedió como producto de una casualidad, que se encontró un animal medio quemado en un incendio casual en el bosque, al cual probó y sintió por primera vez que esta carne ahora asada tenía un sabor más agradable que la carne cruda, siendo el primer plato de asado en la historia.

En la actualidad se puede dar cuenta que un restaurante o los restaurantes en general resultan un negocio muy rentable; por lo cual aperturar uno de estos locales siempre será una opción atractiva con un abanico de posibilidades gastronómicas.

Esta investigación se encuentra fundamentada en crear una empresa de asadero de pollos, idea que surgió luego de darse cuenta de que existía carencia de este tipo de establecimientos en el cantón Duran, por lo que de esta manera así se presentaba una oportunidad de emprendimiento, no solo para el empresario sino también para generar empleo. El negocio consistiría en la venta de pollo asado, platillos elaborados a base de este y otros platos complementarios para el consumo y deguste de los clientes.

Para ello en el desarrollo de esta investigación se estudia el proyecto de aperturar un local de ventas situado en la localidad de la ciudadela Albert Gilbert debido a que en esta se presenta un amplio mercado de consumidores al contar con un aproximado de 295 974 habitantes, dato que fue tomado de la página de la alcaldía de Duran.

Por los motivos expuestos, es que nació la idea de crear un establecimiento en el que los comensales puedan deleitarse con platillos no solo nutritivos sino también de buena calidad, los cuales ayuden a reforzar su salud y la de sus familias.

Así mismo se considera que el incremento de la industria gastronómica refleja los cambios que se dan en la sociedad, debido a que en la actualidad los alimentos que se producen son producidos para las masas que los demandan. Y esto se justifica en la razón que la globalización tanto de mercados, sociedad y culturas se ha unificado para dar lugar a la transformación económica, social y política a nivel mundial.

Finalmente valiéndonos de la innovación como método mayormente utilizado para contribuir al crecimiento de ventas, activos, y utilidades, promoviendo así el impulso de la empresa. Además de esto es importante tener en cuenta que para crear una empresa (cualquiera sea su dimensión) es necesario saber que tan rentable va a resultar ese negocio, y que estrategias son factibles de implementar de resultar rentable.

II. MARCO TEÓRICO

Rincón (2011), plantea un plan de negocios en su tesis que sirvió para crear la empresa Pastelería Innovación Casera Ltda., la cual estaba destinada a producir para posteriormente comercializar productos de repostería y pastelería en Chapinero, localidad ubicada en la ciudad de Bogotá. Este trabajo planteaba como objetivo general el diseño de un plan de negocios con el que se pudiera crear y consolidar la mencionada empresa de productos de pastelería y reposteros, para lo cual previamente se realizó un estudio que evidenciara si este proyecto era viable, el cual se basó en lo que necesita el mercado y la economía en esta localidad.

La investigación que se realizó ha sido de tipo descriptivo, tomándose en consideración la cifra de ciudadanos habitantes de la localidad de Chapinero; en el cual, de un total de 122 089 pobladores, solo se consideró para las muestras a 384 de ellos. Sobre esto, se concluye que hay un gran porcentaje del mercado de consumidores que se muestran interesados en estos productos de pastelería y repostería tradicional, sobre todo teniendo en cuenta que son productos catalogados como saludables, haciéndolos más atractivos al consumidor.

Es así como en base a este trabajo se puede decir que los consumidores cada vez van presentando mayor preferencia por productos saludables que les permitan ayudarlos a llevar una dieta y un control de su salud; motivo por el cual quienes están dedicados a las actividades de panadería y pastelería no pueden ser ajenos a estas preferencias, por lo que idear nuevas formas de satisfacer esas necesidades y expectativas es lo más favorable si se quiere tener éxito.

Cabrera (2015) elaboró un plan de negocios sobre una microempresa que se dedicaba a la cría de pollos, situada en la parroquia Torata en el año 2014; teniendo como objetivo con este plan que se aplicara a la creación de una microempresa, ello a través del estudio de mercado del desarrollo agropecuario basado en una perspectiva de desarrollo y crecimiento económico. A modo de conclusión en esta parte se concluye que mediante el análisis financiero se pudo determinar cuánto rentable y factible resultaba este negocio.

Benavides y Tupayachi (2015) en su investigación referida al emprendimiento y el perfil que debe tener un emprendedor, tuvo como finalidad realizar la descripción del estado actual del emprendimiento, así como la identificación de cómo debe ser el perfil del emprendedor.

Sobre la metodología descriptiva y el diseño de tipo experimental de la presente investigación, se concluye que se ha optimizado el perfil del emprendedor mediante un taller de emprendimiento para estudiantes, que se ha fortalecido y potenciado en lo que respecta a características emprendedoras, ello también ha generado distintos modelos de negocios muy innovativos.

Díaz (2016) crea un plan de negocios para un local de ventas de prendas de vestir y accesorios para damas, llegó a la conclusión que para emprender un negocio es necesario primero estar seguros sobre los productos o servicios que se van a ofertar, esto se refiere a que lo que se oferte sea aceptado por los consumidores. Por esta razón es que se debe desarrollar un plan de negocio minucioso, en el cual se estudie a profundidad cuales son las necesidades comunes presentes dentro del mercado; por esa razón durante esa investigación se realizó estudios de mercado, así como análisis financiero para poder determinar si es viable y rentable el proyecto planteado.

Solórzano y Altamirano (2014) en su investigación referida al emprendimiento femenino en las regiones rurales del Perú; tuvieron como finalidad el poder conocer y lograr identificar cuáles eran las características con respecto al emprendimiento realizado por féminas en estas áreas rurales, ello también implicaba determinados caracteres socioculturales, la técnica que tienen para la administración, la influencia que han tenido las asociaciones formadas en sus comunidades, como se originaba su emprendimiento, cuáles fueron los factores que las impulsaron a emprender y el desarrollo que estas traerían. Por esa razón la investigación es descriptiva y cualitativa permitiendo estudiar las características de estas mujeres emprendedoras.

En este marco las conclusiones a las que se llega con esta investigación están referidas a los antecedentes educativos que ellas tuvieron, de manera que

esos resultados no permitían la determinación de un perfil personalizado de ellas; razones por las que se concluye que aquellas emprendedoras que cuentan con un nivel de educación un poco más alto tienen mayor capacidad de aprovechar oportunidades y de superar obstáculos desde iniciado su emprendimiento.

Además de ello, también se tiene en cuenta los antecedentes laborales de los padres de las emprendedoras, debido a que se considera como un aspecto influyente en su emprendimiento, ya que en esos casos los emprendedores han surgido de familias en donde la madre o el padre han trabajado como dependientes o independientes.

De esta manera, se observa que las mujeres de zonas rurales que son emprendedoras presentan un mayor nivel de dedicación a sus proyectos. Sin embargo, el tiempo dedicado a sus emprendimientos no evidencia una relación con que tan eficaz sea el negocio.

Por otro lado, las mujeres de zonas rurales que son emprendedoras desarrollan ciertas capacidades prácticas para administrar y ello gracias al conocimiento empírico que tienen.

Sánchez y Mesías (2012) en la idea planteada sobre realizar un plan para negocios que contuviera estrategias para ser utilizadas en la empresa panificadora “Panadería Alex”, situada en el distrito Metropolitano de Quito desde el año 2012 a 2016. Teniendo como objetivo central de esta investigación el diseño de una propuesta de un plan estratégico que colabore en la optimización los procesos de producción, maximizando rentabilidades mediante la implementación de maquinaria moderna y eficiente, así como una infraestructura adecuada.

Para lo cual en esa investigación se consideró a un total de 31 263 pobladores de los cuales solo se utilizó como muestra a 100 de ellos; pertenecientes a la ciudad de Cotacollo. Lo que les permitió finalmente concluir que elaborar un plan estratégico para la panificadora mencionada iba a servir de referencia para las acciones realizadas en la misma, por lo tanto, consiste en una

alternativa que se considera viable de implementar tanto social como económicamente. Además, que la mencionada propuesta también contribuiría a la generación de sostenibilidad y productividad en mediano y largo plazo.

Luego de lo mencionado en el párrafo anterior consideramos que puede ser apropiado que todo negocio realice previamente planes estratégicos, para de esa manera conocer hacia donde se desea llegar con la empresa, y mediante qué objetivos. También se considera necesario la realización de un análisis FODA con el que se pueda detectar debilidades que deberán potenciarse, así como las fortalezas que deberán impulsar para llegar a obtener el objetivo deseado.

Cando y López (2012) para la elaboración de su plan para producir y comercializar cuyes en la localidad de Tungurahua, Imbabura y Pichincha en Ecuador; hicieron un estudio del mercado sobre la oferta y demanda en tres provincias de Ecuador, obteniendo como resultados un mercado insatisfecho, ello por la razón de que los productores de este alimento se enfocaban en la producción para su posterior exportación, teniendo como consecuencia que los consumidores nacionales se quedaran solo a merced de la producción artesanal de los pequeños productores. Así mismo al realizar su estudio financiero, lograron demostrar que este proyecto era rentable, debido a que se contaba con perspectivas expansivas a nivel mundial.

Medina y Jaramillo (2016) al realizar su plan de negocio para crear una farmacia en la Ciudad de Duran, estudiaron el mercado de la zona con el objetivo de poder determinar si este era viable, además de ello realizaron análisis sobre la posible demanda que este podría tener, así como la medición de la oferta en el radio geográfico, incluyéndose otros datos como las preferencias de futuros comensales, y por ultimo otros puntos aquí considerados fueron las enfermedades que mayormente atacaban en esa zona.

El objetivo de la presente es determinar su viabilidad o no de la creación de esta farmacia, determinando su viabilidad al contar con un 88% de aceptación de los pobladores.

Drucker (1989) conceptualiza al emprendimiento como un proceso para obtener beneficios, tomando recursos únicos y valiosos de su entorno. Así mismo afirma que no se considera como emprendedor innovativo, a aquel que rehace lo que ya ha sido realizado en varias ocasiones. Por su parte Gámez (2015) entiende emprendimiento como una iniciativa y una decisión tomada para emprender un negocio o empresa, mediante la innovación constante.

Para Moreno y Espíritu (2010) el emprendimiento es el comienzo de diligencias que fomentaran los actos que le darán valor a la empresa y que por ende generen un aumento de ganancias para la misma. Así mismo para León y Huari (2010) el emprendimiento se logra mediante la planeación, ejecución y desarrollo de una idea de empresa, que tenga el objetivo de aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado o de satisfacer necesidades que generen un ingreso económico propio.

Schumpeter (1942) considera que un emprendedor es quien es capaz de crear una empresa ingeniosa y novedosa, aquel pionero que idea una manera distinta de hacer las cosas. Una persona dotada de aptitudes para la administración y con la capacidad de reconocer el enfoque más idóneo. Un hombre de negocios schumpeteriano como el mismo lo cataloga, se considera racional, egoísta, centrado en sí mismo, visionario, creativo y dotado de liderazgo, características que generalmente lo hacen poco común.

Kirzner (1985) desarrolla una teoría sobre el emprendedor, en la cual se le considera una persona capaz de solucionar problemas referidos a la asignación de recursos, así como también la capacidad de reconocer novedosos fines y los medios por los cuales estos se pueden conseguir. Posteriormente en su teoría considera al emprendedor como un descubridor de oportunidades; así mismo entiende que coordinación es un procedimiento, en el que los agentes de mercado ganan y aportan conocimientos, de forma completa y precisa sobre las posibilidades de oferta.

Así mismo, Kirzner afirma que el empresario tiene la capacidad de reconocer oportunidades, aunque estas estén ocultas; estando siempre al tanto de todas las

ocasiones que se le presenten. También precisa que la acción humana consistirá no solo en lo que se refiere a circunstancias, sino que también hace referencia a los hechos por los cuales un agente económico en cualquier momento pueda emprender un nuevo negocio empresarial.

Gartner (1989) entiende a la teoría del accionar del empresario como un comportamiento que se orienta a identificar, argumentar y detallar las acciones a un emprendedor. Así también se tiene que un enfoque de teoría respecto a los aspectos de personalidad está fundamentado en aquellas propiedades psicológicas consideradas como una parte que integra al empresario, y que por esta razón resulta difícil de modificar, debido a que se encuentra sustentada en aptitudes, habilidades y capacidades susceptibles de cambio.

Gámez (2015) conceptualiza la búsqueda de ideas de negocio como una investigación enfocada en espacios que son distintos a los usuales, a través de los cuales sea factible el reconocimiento de posibles problemas, necesidades, deseos o incluso frustraciones.

Schnarch (2014) entiende que es la satisfacción que crea la visión respecto del producto o servicio es lo que es valorado por el cliente o consumidor, y que por lo tanto implica la posibilidad de poner productos que puedan satisfacer y/o obtener un beneficio. Sobre esto este autor desarrolla subáreas: Silva (2008) identificación de oportunidades: la cual consiste en reconocer espacios en un determinado sector; la importancia de esto radica en que un negocio debe responder a los deseos del cliente, así como, que la estructura de competencia de un mercado sea asequible.

La siguiente subárea consiste en validar oportunidades en un negocio: que implicará la aprobación de oportunidades que puedan presentarse en el desarrollo de este, va a implicar otros aspectos como averiguar las necesidades del público cliente, cuáles son sus perspectivas, que los motiva y que desean sobre un producto o servicio. Así también el autor considera que el investigar un mercado es una herramienta central para validar oportunidades de negocio; y por último

considera que un negocio debe ser entendido como oportuno, con valor agregado y de pequeño tamaño dentro del mercado.

Sobre la estructura de un negocio, Schnarch (2014) lo define como que surge a partir de la necesidad de organizar ideas, analizándolas, creando y diseñando un producto, así como la realización de una investigación en base al mercado y al proceso de lanzamiento.

El plan de negocio propuesto consiste en emitir un escrito en el cual se definen tanto los objetivos que se persiguen con ese negocio, así como los métodos a emplear para concretar esos objetivos. Esta propuesta de negocio es utilizada dentro de la administración de una empresa.

Megias (2013) define a la estructura de mercado como aquella que nos impulsa a comenzar con nuestro negocio, siempre bajo una planificación previa y secuencial; la cual funciona en entornos que se creen poco cambiantes, por el contrario, en un entorno o medio con alta incertidumbre y cambios continuos se recomendará que se realicen pruebas directas al mercado antes de hacer realidad el negocio.

Para Martin (2014) administrar un emprendimiento, en el que se apertura un establecimiento es una actividad complicada pero más aún es conseguir que este perdure y logre un posicionamiento en el mercado. Sobre estas consideraciones este autor propone subáreas para gestionar el emprendimiento: lanzamiento de la empresa, para esta área lo más importante es la decisión que se toma de emprender, el poder acceder a recursos y como se va a organizar la misma. Responde a las preguntas ¿Qué? ¿Quién? Y la segunda área es la de desarrollo inicial, en la cual se describen los recursos utilizados, las herramientas necesarias, los insumos a emplear, pago de salarios, costos implicados y el precio en que se vendan los productos. Responde a las preguntas ¿Cómo? ¿Cuánto?

Weinberger (2009) afirma que un plan para negocio se entiende como aquel formulario redactado con sencillez, claridad, y objetividad; a partir del resultado de la planeación de un negocio. Planeación que resulta de gran importancia debido a

que orientara la conducción de un negocio, debido a que explica tanto los objetivos, así como las actividades con las que se conseguirán. Zorita (2015) definía al plan de negocio como un documento en el cual se identifica, describe y analizan las oportunidades de negocio, examinando si son viables, así como desarrollando estrategias y procedimientos a aplicarse en el proyecto.

Arbaiza (2015) sobre el plan de negocio decía que este viene siendo un documento con el que la empresa se presenta, debido a que en este se realizaba la descripción de productos y/o servicios que ofrecían, así como también se describían las fuentes de financiamiento y los factores interventores en el proceso.

Castro y Rufino (2010) realizan una lista de cuáles son los beneficios que se presentan al elaborar un plan de negocio: lo consideran como una herramienta de diseño y simulación, debido a que va a permitir la realización de simulaciones, así como el planteamiento de escenarios que permitan la anticipación de los emprendedores ante cualquier problema o suceso en un contexto real.

Es un instrumento de utilidad para impulsar la mercadotecnia y comunicación, debido a que, si se busca obtener un financiamiento del exterior, el plan de negocio será solo lo que se tenga para enseñar y convencer a estos inversores. Es una herramienta de control, debido a que en esta los empresarios podrán hacer las previsiones que consideren importantes como las referidas a: gastos e ingresos.

Se le considera un mecanismo de coordinación ya que es el instrumento que se toma en cuenta al momento de organizar las acciones individuales.

Weinberger (2009) realiza una descripción referida a la tipología sobre planificación de negocios, entre estos describe los siguientes: planificación de negocios para empresas que recién se ponen en marcha, es un proyecto diseñado para asociaciones que deseen aumentar sus negocios potenciando aspectos de crecimiento y desarrollo; este plan es de suma importancia debido a que si no se planifica podría incluso quebrar la empresa. Mediante este se evalúa

el nuevo establecimiento de forma autónoma, distribuyendo los costos fijos correspondientes entre las unidades de negocio, tomando en cuenta también a la nueva unidad. Además de ello describirá las potenciales fortalezas y sus debilidades de la empresa.

La planificación de negocios para empresas recientes y sin experiencia, va a servir como herramienta para diseñar, partiendo de una idea la cual se ira moldeando para poner en marcha. Dentro de este plan es que se detallan cual es la idea en la que se basa ese negocio, sus objetivos, estrategias a emplear, y los proyectos que se realizaran con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos.

Una planificación de negocios elaborada para los inversionistas, el cual contendrá información clara, sencilla y relevante sobre la idea que se tiene para formar una empresa o de la empresa ya puesta en marcha, que permita realizar una evaluación financiera de manera correcta, que permita atraer a los inversionistas.

Plan de negocio para administradores, este contiene los detalles necesarios que sirven de guía al realizar las operaciones en la empresa, entre estos detalles se encuentran: objetivos, estrategias, procesos, programas y presupuestos que abarquen todas las áreas de la empresa.

Sobre estos, Arbaiza (2015) afirma que la diversidad de planes de negocios variará depende de lo complejo del proyecto o de la forma en que trabaja el empresario.

Weinberger (2009) sobre esto comenta que no hay una sola estructura definida que sirva para distintos usuarios del plan de negocio, sino, que serán los emprendedores quienes deberán fijar una estructura individual según las necesidades del destinatario o quien lo demande. Sin embargo, si bien no se puede considerar un mismo modelo para todos, si se pueden considerar ciertos puntos sobre los que se deberá formular la idea de negocio como: análisis de oportunidades, resumen ejecutivo, plantear concretamente la temática del negocio, analizar su entorno, realizar un estudio industrial y de mercado, realizar

una programación estratégica en el que se describa (FODA, misión, visión, objetivos, estrategias, ventajas competitivas y alianzas estratégicas), además se deberá realizar un plan de operaciones, marketing, un diseño de estructura, evaluaciones financieras, proyección en lo que refiere a estados financieros, conclusiones y las recomendaciones respectivas.

Como pregunta general se plantea la siguiente, ¿Cuál sería la estrategia de negocios más eficiente para crear un asadero de pollos en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018?, a partir de la cual se formulan las siguientes preguntas específicas: ¿Cuál es el mercado objetivo, y la mezcla de marketing? (realizándose una evaluación al precio, plaza, producto y promoción); ¿Qué artefactos resultarían de primera necesidad para poder preparar cada pedido? Así mismo ¿Cuánto se invertiría en preparar un plato de gran calidad?; ¿Cuáles son las fases de producción; y Recorrido de Planta?; ¿Cuál es la organización administrativa que responde a las necesidades del negocio y a los requerimientos del mercado, para lo cual establece un reglamento interno, objetivos de planeamiento, estructura de organización, y responsabilidades individuales?; ¿Cuál es el tipo de sociedad y los procedimientos para la conformación de esta?; ¿Cuál es la estrategia de financiación para el montaje del asadero y la estructura del mismo?

Este proyecto encuentra justificación respecto a lo indispensable que es para un emprendedor el diseñar un plan de negocio, debido a que mediante este es posible analizar el entorno en el cual va a desarrollarse este nuevo establecimiento, evitando riesgos; teniendo en cuenta que mediante la elaboración de este se estará preparando a la empresa para que pueda entrar a competir con mejores posibilidades de desarrollo y crecimiento.

Proponer un plan de negocio para un asadero de pollos en una zona específica de Durán, va a permitir que los pobladores de este sector puedan consumir productos con gran contenido alimenticio, empleando para ello los mejores insumos del mercado. Además, de que los mismos se ofrecerán a un precio accesible para todos.

Hoy en día por cuestiones de tiempo algunos padres de familia ya no pueden cocinar y es por ello por lo que buscan productos que puedan alimentar correctamente a sus hijos, y es en este contexto que este negocio se presenta como una buena oportunidad, ayudando de esta manera a solucionar este problema.

Otro aporte de esta investigación es el hecho que mediante la ejecución de este proyecto se aperturan nuevas posibilidades de mejorar su vida, al generar trabajo.

Es así como, para ejecutar el negocio del asadero de pollos, se ha tenido que recurrir a ciertas técnicas que permitan medir la oferta y demanda del consumidor, y sobre ello idear planes y estrategias; que no solo servirán para este proyecto, sino que también serviría como modelo para otras investigaciones posteriores.

El objetivo general de esta investigación está planteado de la siguiente manera: Realizar el diseño de una planificación pensada para negocios, en este caso para la creación del asadero de pollo, que se ubicara en el sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018.

Los objetivos específicos de esta investigación son: Puntualizar el mercado objetivo combinándolo con los aspectos de marketing. (Analizando precios, plazas, productos y promociones).

Sobre el análisis de mercado, se pretende determinar cuáles son las maquinarias y enseres necesarios para elaborar este plato, teniendo en cuenta la calidad, costo y cantidades que se requieren para elaborar cada plato.

Sobre el análisis técnico, se pretende poder determinar cuál es el ciclo de producción, además del recorrido de planta.

En cuanto al análisis operativo, lo que se quiere es crear una estructuración administrativa que pueda responder a las necesidades del negocio sobre lo que exige el mercado; para lo cual será necesario definir políticas, objetivos, y responsabilidades. Realizando un organigrama para el análisis administrativo.

La hipótesis de este trabajo se plantea de la siguiente manera: diseñar un plan de negocios que brinde tanto herramientas como información que resulte necesaria para crear un asadero de pollo situado en el sector Abel Gilbert del cantón Duran en Ecuador.

En cuanto a las hipótesis específicas se plantearon las siguientes: Puntualizar el mercado objetivo combinándolo con los aspectos de marketing, para realizar un análisis externo idóneo; segundo, establecer que maquinaria y enseres son necesarios para elaborar, lo cual se verá en el análisis técnico que se realice; tercero, precisar cuál es la fase de producción, al igual que el trayecto realizado en planta, para una buena evaluación operativa. Cuarto, impulsar la organización administrativa para de esa manera poder hacer un correcto análisis administrativo; quinto, determinar cuál es la característica de la sociedad y que etapas son las que la conforman y de qué manera influyen en el análisis jurídico legal. Y, por último, determinar cuál será la estrategia con la que se financiará el proyecto, así como la estructura que esta tendrá, y así poder realizar un óptimo análisis financiero.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Hernández (2010) afirma que una investigación no experimental cuantitativa consiste en estudios realizados sin manipular deliberadamente variables, observándose solo aquellos fenómenos ambientales naturales que serán posteriormente analizados.

Un análisis de tipo no experimental estará subdividido en diseños transversales y diseño longitudinales; los primeros consistirán en investigaciones en las que se recopilarán datos en un determinado y único momento. Por su parte la investigación descriptiva, va a buscar la especificación de propiedades, características y aquellos rasgos que resulten importantes dentro del fenómeno o fenómenos analizados, lo que quiere decir es que mediante esta se van a describir las tendencias de la población.

El estudio titulado “Planificación de negocios para crear un asadero de pollo ubicado en el sector Abel Gilbert del cantón Duran en Ecuador 2018”, corresponde a un tipo de investigación no experimental cuali. cuantitativa, transversal, descriptiva simple. Hernández (2010) indica que en la investigación se debe llevar teniendo en cuenta ciertos parámetros fundamentales: que produzca conocimiento y genere teorías (investigación básica), por otro lado, deberá solucionar problemáticas (bajo una investigación aplicada).

Sobre ello este análisis llevado en este trabajo “Planificación de negocios para crear un asadero de pollos en el sector Abel Gilbert del cantón Duran en Ecuador 2018”, es considerada de tipo básico, debido a que va a cubrir necesidades insatisfechas.

3.2 Identificación de variables y Operacionalización

3.2.1 Variable 1: Planeación del negocio (independiente)

Esta investigación está fundamentada en el estudio de la variable planeación la cual estará medida mediante la demanda potencial, sus aspectos técnicos, los

elementos económicos, la evaluación financiera del proyecto de desarrollo económico y el beneficio social del sector mencionado del cantón de Duran.

3.2.2 Población

Quezada (2019) entiende el termino población como un conjunto de individuos, dentro del cual se encuentran a las personas, los objetos, animales, que tengan información sobre el fenómeno estudiado”.

Hernández (2014) sobre la investigación cuantitativa, entiende que en esta se estaría generalizando los resultados que se encuentran dentro de un sector o porción (muestra) de una comunidad más grande (universo o población).

Es así que, en esta investigación, los ciudadanos de este sector Abel Gilbert se encuentra conformada por ciento veinte familias.

3.2.3 Muestra

Para Quezada (2010) esta estará compuesta por una parte de la población, la cual será seleccionada al azar. Sobre este grupo se evaluarán ciertas características particulares, con el fin de que mediante estas se pueda tener una idea de cómo es toda la población en su conjunto.

La fórmula utilizada para poder determinar cuál es el tamaño de la muestra para poblaciones finitas de variable cualitativa, es la siguiente:

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

En la cual:

n: es el tamaño de la muestra

N: es el tamaño de la población

σ : desviación estándar de la población

Z: es el valor correspondiente a la distribución de gauss (distribución normal)

e: es el límite aceptable del error muestral

Por lo que:

$$n = N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q / d^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q$$

$$n = 105879 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.05 \cdot 0.95 / (0.05)^2 \cdot (105879-1) + (1.96)^2 \cdot 0.05 \cdot 0.9 \quad n=385$$

Con esto se explica que la encuesta será aplicada a trescientos ochenta y cinco familias habitantes del sector Cantón Duran.

3.3 Criterio de selección

Larios y Figueroa (2017) especifican que, refiriéndose a los muestreos probabilísticos aleatorios simples, estos se guían bajo el principio de equiprobabilidad; y que solo mediante este tipo de métodos son representativas las muestras extraídas, por lo que se consideran recomendables.

En este sentido se especifica que la presente investigación Planificación de negocios para crear un asadero de pollo que se ubique en el sector Abel Gilbert en el Cantón de Duran en Ecuador 2018, es de tipo probabilístico aleatorio simple, en el que se tiene un muestreo probabilístico con el alfa de Combrach, sobre un total de ocho encuestas que representan un 10% de la muestra para efectos de confiabilidad.

3.4 Técnica de recolección de datos

3.4.1 Técnica

Hernández (2010) afirma sobre la recolección de datos, que la misma va a implicar: primero, seleccionar los métodos / instrumentos que se tengan disponibles, para así poder adaptarlos y desarrollarlos, de acuerdo al enfoque del estudio; segundo, se aplicaran los instrumentos; tercero, se prepararan las mediciones que se hayan obtenido para ser motivo de análisis. Un dato a tomar en cuenta para este estudio es que cuando se refiere a recolección de datos, e refiere a medir.

Valderrama (2015) reconoce que existen diversas maneras de obtener información; entre estas técnicas de recolección refiere las siguientes: fuentes primarias, en esta son consideradas la observación y las encuestas; la observación consiste realizar un registro sistemático de los comportamientos y

situaciones, así mismo este deberá ser válido y confiable. Sobre las encuestas, indica que estas consisten en cuestionarios con los que se miden los grados de entendimiento y posturas.

Como referencias de segundo grado, menciona a las tesis y las hemerotecas, en las cuales en la primera se recolectan datos estadísticos, y la segunda implica revistas y diarios.

Es así como en la presente investigación a la que se refiere este trabajo, las técnicas utilizadas implican tanto la observación, debido a que lo que se hará es observar y registrar los distintos negocios existentes en el sector, específicamente los que son asaderos; y la encuesta, porque será mediante esta que se sabrá si los pobladores de este sector consideran necesario o desean que se aperturen un negocio de asadero de pollos.

3.2.2 Instrumentos

Hernández (2010) describe cuales son los instrumentos para recolectar datos: cuestionarios, son preguntas abiertas o cerradas a manera de entrevistas personales, mediante el uso de telefonía o portales web.

En cuanto a los niveles para medir actitudes, se consideran al escalamiento Likert, al diferencial semántico o al escalograma de Guttman, además será tomado en consideración al contenido cuantitativo, el método de observación, los inventarios que se realicen, y demás información que sea recabada por los investigados.

Sobre estas consideraciones el proyecto de investigación que en este trabajo se desarrolla, se especifica que los instrumentos utilizados en esta son la ficha de observación y el cuestionario de escalamiento Likert.

3.5. Validación y confiabilidad del instrumento

Validación

La validez del elemento empleado que será empleado en la variable plan de negocio está dada por Casas Gutiérrez William (2018) y para la variable

emprendimiento está dado por Torres Gabriel Juliana (2018), ambos instrumentos fueron adaptados por la suscrita. La adaptación de dicho instrumento fue validada por medio del juicio de expertos los cuales se detallan a continuación:

Formula de Cronbach

Los cálculos de confiabilidad se analizaron bajo la siguiente formula:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_T} \right)$$

En la cual:

α = Alfa de Cronbach

k = Número de ítems

$\sum V_i^2$ = Sumatoria de las varianzas de cada ítem

V_T^2 = Varianza total.

A continuación, se visualizan las respuestas dadas por los expertos, que permitirán medir la confiabilidad del instrumento:

$\alpha = 0.87$

k = 17

$\sum V_i^2 = 5.67$

$V_T^2 = 19.00$

Finalmente, el resultado del cálculo Alfa Cronbach es de 0.712 el cual según la escala de confiabilidad que se presentó, podrá ser considerado como confiable e idóneo para ser usado para los fines de este análisis.

3.6. Métodos empleados para analizar datos

El método utilizado por este estudio está basado en aplicar instrumentos de medición, los cuales han sido evaluados por tres expertos, como ya se había detallado.

Además, luego de obtenidos los resultados estos se analizaron a través de la tabla de frecuencia, analizándose posteriormente los gráficos, los cuales sirven

para sacar las conclusiones que se necesitan, para que se determine la implementación de un plan de negocios. Los gráficos utilizados han sido las barras, debido a que estas brindan la oportunidad de trabajar con datos tanto cualitativos como cuantitativos, además, que visualmente este tipo de grafico ayuda a la comprensión de la información reunida.

Las conclusiones en esta parte han sido determinadas basándose en la discusión de resultados obtenidos relacionados a partir de la planeación del problema, objetivos, marco teórico e hipótesis; permitiendo así la obtención de respuestas que sean útiles para las implementación del negocio.

Confiabilidad del instrumento

Al determinar si lo utilizado es creíble, va a utilizarse una formula Alfa Cronbach, la cual está entre los parámetros cero y uno, esta es una fórmula utilizada en instrumentos con la escala de Likert. La escala de valores utilizada es la siguiente:

De -1.00 a 0.00 = Nada confiable.

De 0.01 a 0.30 = Muy poco confiable.

De 0.31 a 0.50 = Poco confiable.

De 0.51 a 0.70 = Confiable.

De 0.71 a 0.85 = Muy confiable.

De 0.86 a 1.00 = Totalmente confiable.

Formula de Cronbach

Los cálculos de confiabilidad se analizaron bajo la siguiente formula:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_T} \right)$$

En la cual:

α = Alfa de Cronbach

k = Número de ítems

$\sum V_i^2$ = Sumatoria de las varianzas de cada ítem

V_T^2 = Varianza total.

A continuación, están expuestas las respuestas dadas por los expertos, que permitirán medir la confiabilidad del instrumento:

$$\alpha = 0.87$$

$$k = 17$$

$$\sum V_i^2 = 5.67$$

$$VT^2 = 19.00$$

Finalmente, como resultante del cálculo Alfa Cronbach es de 0.712 el cual según la escala de confiabilidad que se presentó, podrá ser considerado como confiable e idóneo para ser usado en la presente investigación.

3.7 Métodos para analizar datos

En esta investigación se ha usado un método basado en aplicar instrumentos de medición, los cuales han sido evaluados por tres expertos, como ya se había detallado.

Además, luego de obtenidos los resultados estos se analizaron a través de la tabla de frecuencia, analizándose posteriormente los gráficos, los cuales sirven para sacar las conclusiones que se necesitan, para que se determine la implementación de un plan de negocios. Los gráficos utilizados han sido las barras, debido a que estas brindan la oportunidad de trabajar con datos tanto cualitativos como cuantitativos, además, que visualmente este tipo de grafico ayuda a la comprensión de la información reunida.

Las conclusiones en esta parte han sido determinadas basándose en la discusión de resultados obtenidos relacionados con el problema antes planteado, objetivos, marco teórico y supuestos; permitiendo así la obtención de respuestas que sean útiles para las interrogantes que surgen en esta investigación.

3.8 Aspectos éticos

El presente trabajo ha sido realizado considerando aspectos éticos fundamentales, ya que para llevar a cabo el mismo se ha considerado a los habitantes del sector Abel Gilbert que se prestaron de forma voluntaria a colaborar. Así mismo quiere resaltarse que estas encuestas son anónimas y cuidando que los datos resultantes de estas no sean manipulados.

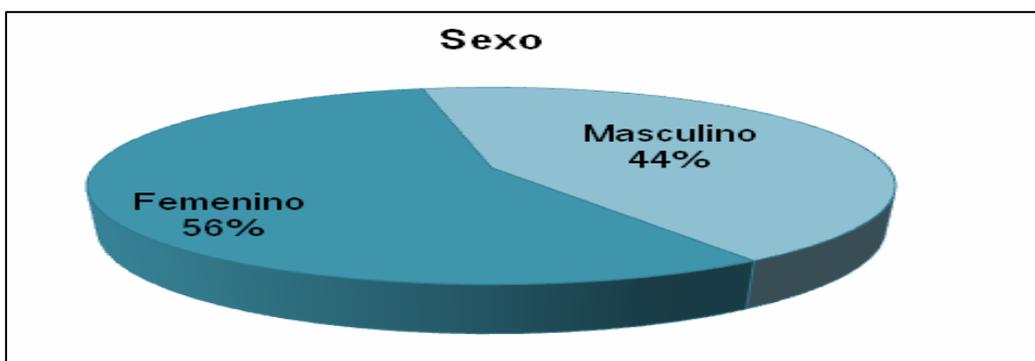
IV. RESULTADOS

Analizar las encuestas tomadas es el punto fundamental para desarrollar un proyecto de negocio, debido a que permite poder saber que preferencias y actitudes, presentan los comensales para quienes se dirige este negocio.

Las encuestas con las que se ha trabajado en este caso han sido aplicadas a una porción de habitantes de todas las edades del sector Abel Gilbert. Obteniendo los siguientes resultados:

Figura N° 1

Encuestados por Sexo



Fuente: Elaborado propia.

Interpretación de este gráfico, se puede observar que en su mayoría los encuestados han sido mujeres, marcando un 56% y un 44% para los hombres.

Tabla 1

Encuestados por sexo

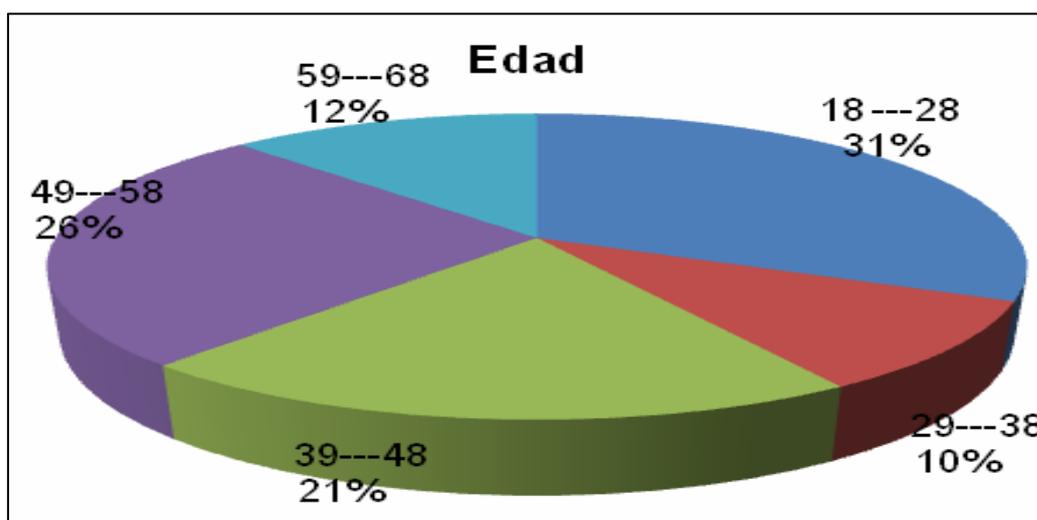
ITEMS	MASCULINO		FEMENINO	
SEXO ENCUESTADO	N° 32	44%	N°41	56%

Fuente: Cuestionario que se aplicó a pobladores del sector Abel Gilbert.

En la tabla que se muestra, aparece un 56% de féminas encuestadas, por lo que se deduce que son mujeres mayormente son mujeres las que van a determinar las respuestas de esta investigación, esto también influye en los aspectos de organización, decoración y orden en la empresa. Por otro lado, se presenta una minoría de 44% para los encuestados varones.

Figura N° 2

Rango de edad



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación de la figura: como se aprecia en su mayoría son personas jóvenes de entre 18 y 28 años con un 31%; a continuación, encontramos un 26% con personas entre las edades 49 y 58 años; y por último se observa un sector en el que se ubica a la gente que tiene a partir de 39 a 48 años, ocupando el 21%.

Tabla 2

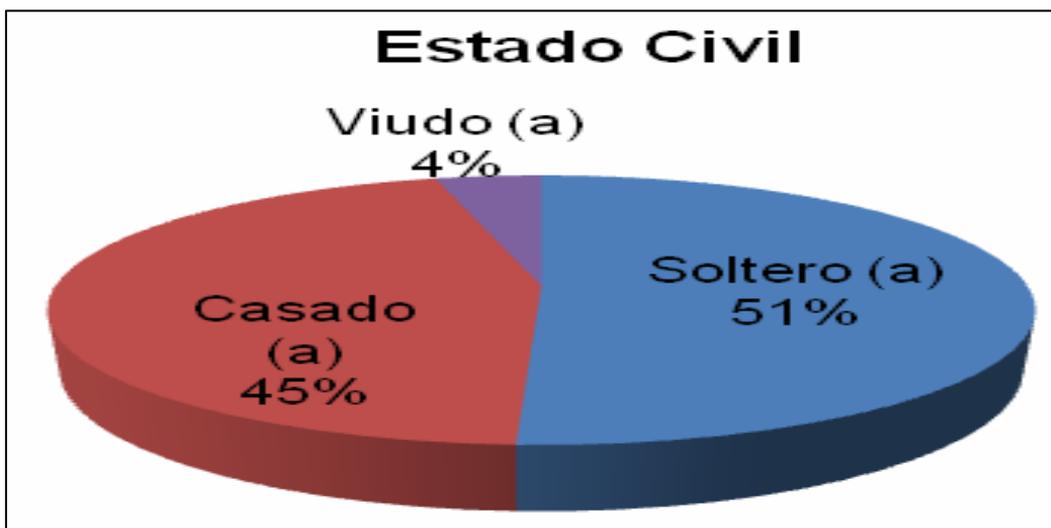
Rango de Edad

ITEMS	18 a 28 Años	29 a 38 años	39 a 48 años	49 a 58 años	59 a 68 años
EDAD DEL ENCUESTADO	N° 23 31%	N°7 10%	N°15 21%	N°19 26%	N°9 12%

Fuente: Encuesta realizada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán.

En la tabla 04 se puede ver que los resultados que se han obtenido son mayormente de pobladores de edades entre 18 y 28 años (los cuales representan un 31% equivalente a 23 personas); estos resultados reflejan que estamos ante una demanda grande de personas jóvenes; a quien se les puede considerar que tienen un exquisito consumo.

Figura N° 3
Estado civil



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: este tercer cuadro grafica un total de 51% de encuestados que son solteros, y un 45% de los mismos son casados.

Tabla 3
Estado Civil

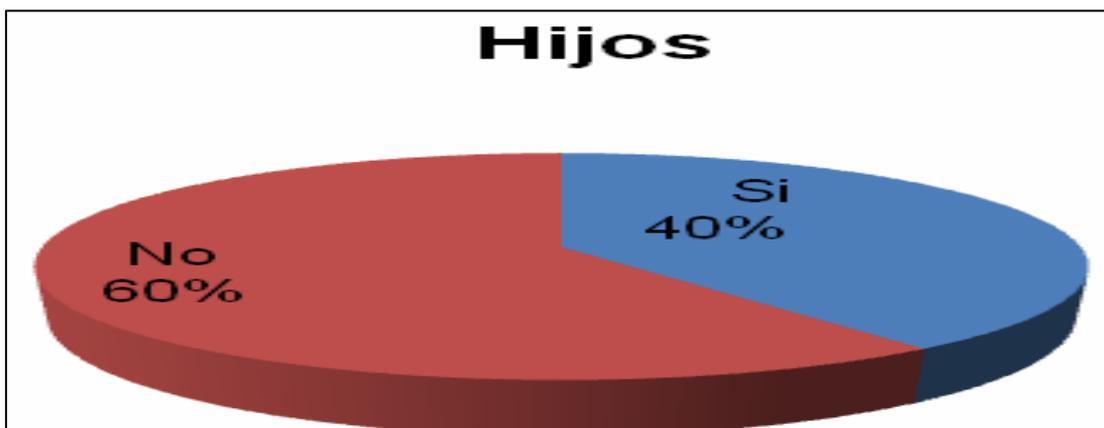
ESTADO CIVIL	SOLTERO	CASADO	VIUDO
RESPUESTA	N° 37 51%	N° 33 45%	N° 3 4%

Fuente: Encuesta dirigida para los ciudadanos del sector Abel Gilbert en el cantón Durán Ecuador.

En esta tercera tabla se observa que la mayoría de encuestados son pobladores solteros, ello nos da a entender que por su estado civil estas personas cuentan mayor tiempo y dinero para ir a comer al asadero; también encontramos un 45% de personas casadas quienes no cuentan con las ventajas de los solteros, y que tratan de aprovechar la oportunidad que tienen para asistir a un asadero con la familia; por su parte el porcentaje restante de 4%, que corresponde a los viudos.

Figura N° 4

Tiene usted Hijos



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: en esta cuarta figura se puede ver que los encuestados que no tienen hijos superan a los que, si los tienen, con un 60% y 40% respectivo.

Tabla 4

Tiene usted Hijos

HIJOS	SI	NO
RESPUESTA	N° 29 40%	N° 44 60%

Fuente: Encuesta dirigida para los ciudadanos del sector Abel Gilbert en el cantón Durán Ecuador.

En esta cuarta tabla se observa un porcentaje sin hijo mayor a los pobladores encuestados que si tienen hijos.

Figura N° 5

Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: el quinto gráfico evidencia sobre todos los encuestados, que la mayoría cuenta con una titulación universitaria, por otro lado, un veintiuno por ciento solo tiene secundaria.

Tabla 5

Nivel de estudios

NIVEL DE ESTUDIOS	SECUNDARIO	UNIVERSITARIO	TECNICO	POSGRADO
RESULTADOS	N°15 21%	N°42 57%	N°1 1%	N°15 21%

Fuente: Encuesta aplicada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

En esta quinta tabla se observa que los encuestados en su gran mayoría tienen estudios universitarios, siguiéndole los estudiantes de posgrado.

Figura N° 6

Ocupación



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Sobre los resultados de este sexto gráfico se observa un 38% de habitantes aun estudiantes, un 29% empleados; y un 27% afirman ser independientes.

Tabla 6

Ocupación

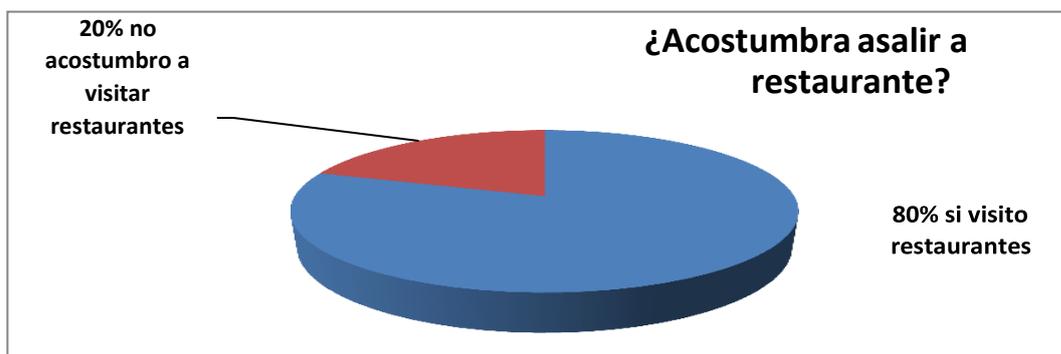
OCUPACION	ESTUDIANTE	EMPLEADO	INDEPENDIENTE	OTROS
RESULTADOS	N°28 38%	N°21 29%	N°20 27%	N°4 6%

Fuente: Encuesta aplicada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

Se puede observar en esta tabla que en su mayoría los encuestados indicaron ser estudiantes, seguidos de los que afirmaron ser empleado, y finalmente aparecieron los que afirmaron ser independientes.

Figura N° 7

Costumbre de ir a un restaurante



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: sobre este grafico observamos que existe una gran mayoría de pobladores encuestados que si acostumbra a visitar restaurantes; ante un 20% quienes afirman lo contrario.

Tabla 7

Costumbre de ir a un restaurante

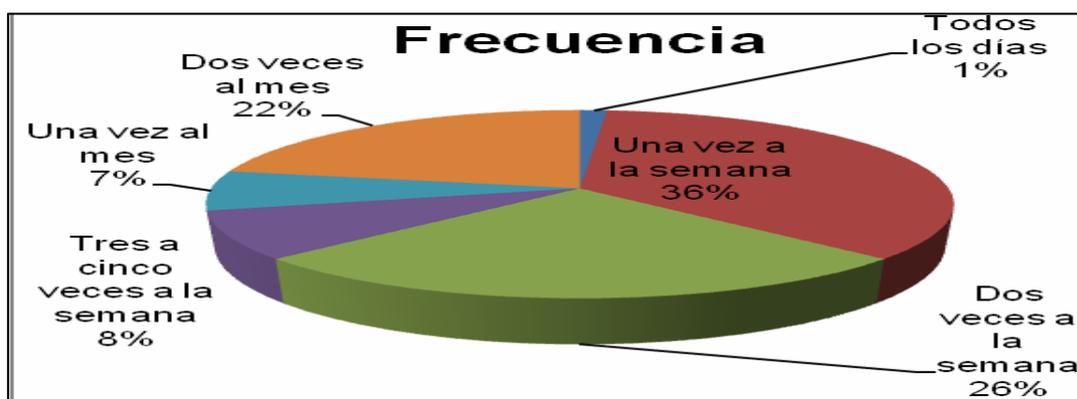
SALIR A RESTAURANTE	SI	NO
RESPUESTA	N°59	N°14
	80%	20%

Fuente: Encuesta aplicada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador

En esta tabla siete, se observa un 80% de encuestados que, si visita restaurantes mostrando con ello que el negocio planteado si es factible, sobre un 20% equivalente a 14 personas, lo cual es algo manejable.

Figura N° 8

Frecuencia de utilización de restaurante



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: en el recuadro ocho se presenta un 36% de habitantes que asiste por lo menos una vez a la semana a un restaurante; y un 26% que afirma ir por lo menos un par de veces a la semana; demostrando con ello que esos pobladores si asisten a restaurantes.

Tabla 8

Frecuencia de utilización de restaurante

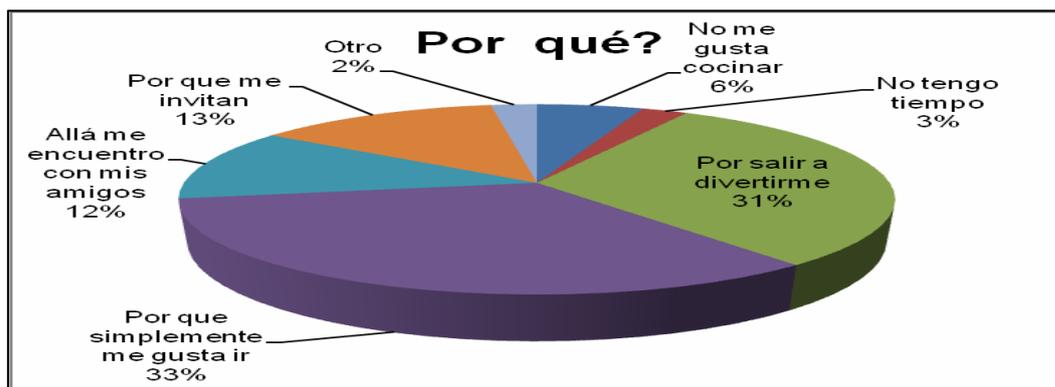
FRECUENCIA DE SALIDA A RESTAURANTE	1 VEZ POR SEMANA	2 VECES POR SEMANA	3 VECES POR SEMANA	1 VEZ AL MES	2 VECES AL MES	TODOS LOS DIAS
RESPUESTA	N°26 36%	N°19 26%	N°6 8%	N°5 7%	N°16 26%	N°1 1%

Fuente: Encuesta aplicada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

Los resultados más relevantes que se observan en esta tabla son un 36% de encuestados que van por lo mínimo una vez a la semana a un restaurante, frente a un resultado opuesto de un 1% de encuestados que afirman asistir todos los días a un restaurante.

Figura N° 9

Motivos de asistir a un restaurante



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: el noveno gráfico muestra el porcentaje de pobladores que asisten a un restaurante mayormente por la sencilla razón de que les gusta, representando así un 33% de los encuestados; le sigue el 31% que afirma ir simplemente por diversión.

Tabla 9

Motivos de asistir a un restaurante

MOTIVOS	N°	%
DIVERTIRSE	22	31
ME GUSTA IR	24	33
ME ENCUENTRO CON AMIGOS	09	12
ME INVITAN	10	13
NO ME GUSTA COCINAR	05	06
POCO TIEMPO PARA COCINAR	02	03
OTROS	01	02

Fuente: Encuesta aplicada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

En esta tabla lo que se aprecia es un 33% de encuestados que afirma que va a un restaurante por diversión; frente a un 1% que asiste motivos distintos a los planteados en la encuesta.

Figura N° 10

Lo que tengo en cuenta al momento de elegir un restaurante



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: según lo afirmado por el 33% de los encuestados ellos consideran que lo más importante al momento de elegir un lugar para comer es el menú que el establecimiento ofrece.

Tabla 10

Lo que tengo en cuenta al momento de elegir un restaurante.

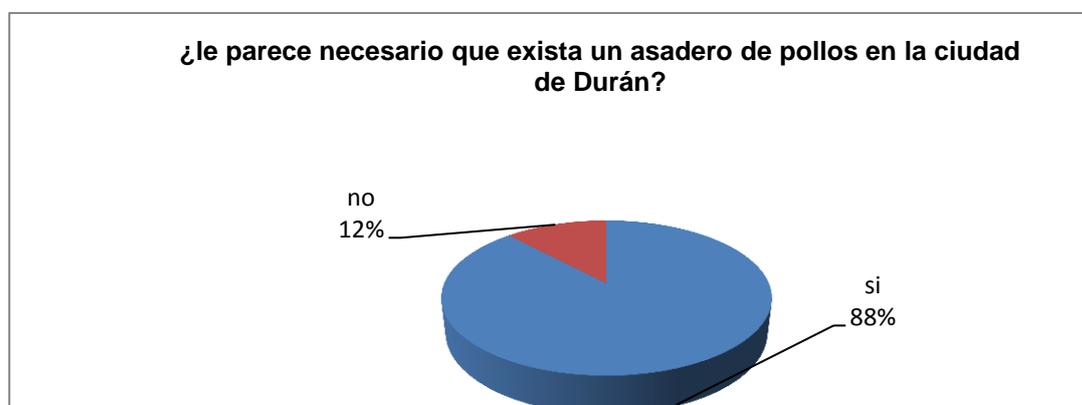
CRITERIO DE CONSUMO	N°	%
TIPO DE COMIDA	23	33
RECOMENDACIÓN	17	24
PRECIO	8	11
AMBIENTE	14	19
MODA	00	00
HORARIOS	01	01
PARQUEO	05	06
CERCANIA	04	05
OTROS	01	01

Fuente: Encuesta aplicada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

La tabla número diez nos muestra un 33% de encuestados que asisten a un restaurante por la calidad que este brinde, lo cual es muy importante debido a que sobre ello nos permite determinar qué es lo que se venderá en el local, otro de los porcentajes importantes fue un 24% de encuestados que eligen un restaurante por recomendación, esta respuesta también resulta importante para el desarrollo de este proyecto.

Figura N° 11

Lo que tengo en cuenta al elegir un restaurante



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: así lo indica esta figura un 88% de los encuestados afirma que es necesario que exista un asadero de pollos en la ciudad de Duran; frente a un 12% que considera que no.

Tabla 11

Lo que tengo en cuenta al elegir un restaurante

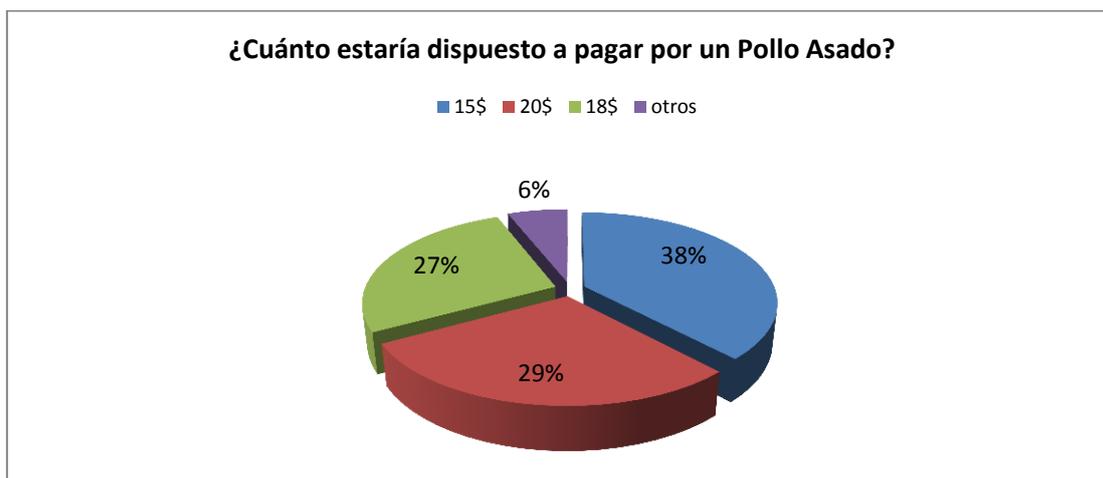
EXISTENCIA DEL ASADERO	No.	%
SI	64	88%
NO	9	12%

Fuente: Cuestionario aplicado a los ciudadanos de la ciudadela Abel Gilbert.

Esta tabla contiene los resultados de una de las preguntas más importantes realizadas en el cuestionario, que nos permitirá saber si el negocio es viable, obteniendo un 88% que afirma que si están de acuerdo que exista un asadero en la ciudad de Abel Gilbert; sin embargo, existe un 12% de encuestados que indica que no está de acuerdo con esa idea.

Figura N° 12

Precio de pollo Asado



Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: se observa un 38% que podría pagar hasta 15\$ por un pollo asado; y a un 29% que estaría dispuesto a pagar hasta 20\$ por un pollo asado.

Tabla 12

Precio de pollo Asado

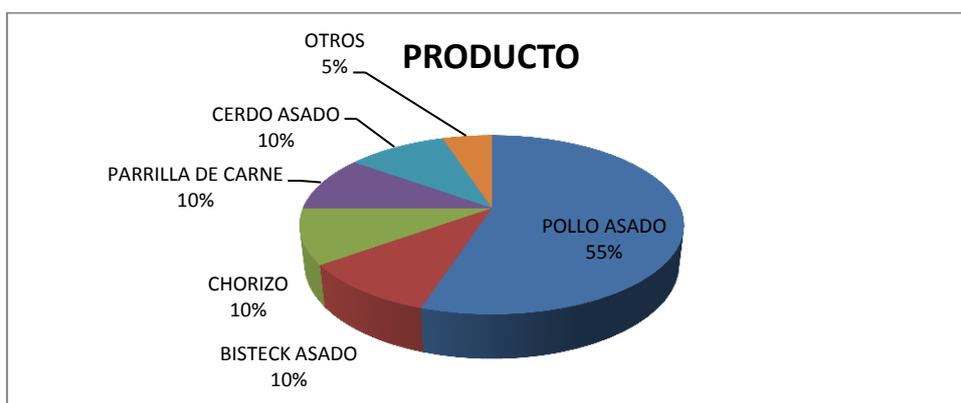
PRECIO	15\$	20\$	18\$	OTROS
RESULTADO	N°28 38%	N°21 29%	N°20 27%	N°04 6%

Fuente: Encuesta aplicada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador

Se aprecia con esta tabla un 38% de encuestados que afirman poder pagar hasta 15\$ por este; un 29% que estaría dispuesto a pagar 20\$; y otro 27% que pagaría 18\$. Y por último un 6% de comensales que estarían dispuestos a pagar cualquier otro precio.

Figura N° 13

Productos del asadero



Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: nos encontramos ante un 55% que prefiere pollo asado frente a los otros productos ofrecido como bistec, chorizo, cerdo, entre otros.

Tabla 13

Productos del asadero

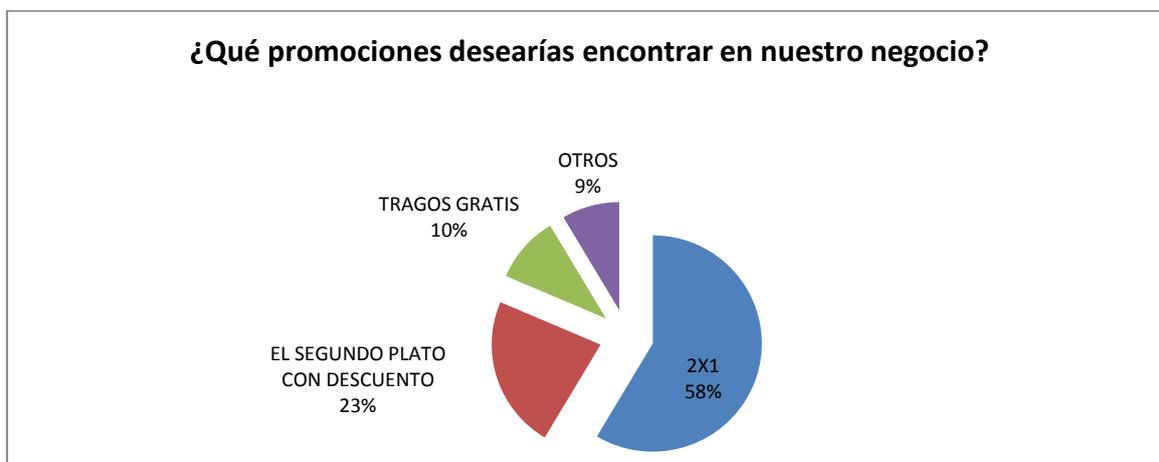
PRODUCTOS DEL ASADERO	N°	%
POLLO ASADO	41	55
BISTEC ASADO	07	10
CHORIZO	07	10
PARRILLA DE CARNE	07	10
CERDO ASADO	07	10
OTROS	04	05

Fuente: Encuesta aplicada para ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

En esta tabla se observan los tipos de carnes que se venden en este establecimiento, de los cuales el pollo asado es el que tiene mayor preferencia; y por otro lado también observamos un 5% que prefieren que se vendan otros productos.

Figura N° 14

Promociones del asadero



Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: en esta grafica se analiza que hay un 59% que prefiere el 2x1; frente a un 8% que prefieren otras promociones.

Tabla 14

Promociones del asadero

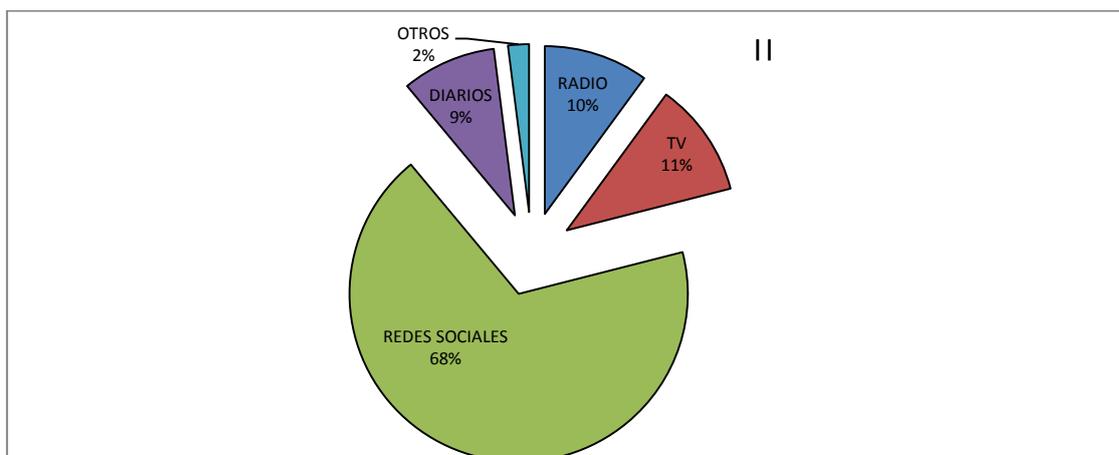
PROMOCIONES	N°	%
2X1	43	59
SEGUNDO PLATO CON DESCUENTO	17	23
TRAGOS GRATIS	07	10
OTROS	06	08

Fuente: Encuesta aplicada a los ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

En esta tabla se observa una preferencia mayor 59% por la promoción 2x1, y en el punto extremo con 8% los comensales preferirían otras promociones

Figura N° 15

Medio de publicidad para las promociones



Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: este gráfico indica un porcentaje alto, exactamente 68% de encuestados a los cuales les gustaría recibir información de las promociones por redes sociales; por otro lado un 11% les gustaría enterarse por televisión.

Tabla 15

Medio de publicidad para las promociones

PUBLICIDAD	N°	%
REDES SOCIALES	15	68
DIARIOS	08	09
RADIO	07	10
TV	08	11
OTROS	02	02

Fuente: Encuesta aplicada a los ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

Apreciándose un 68% de encuestados se va más por la publicidad en redes sociales; otro 9% prefiere una publicidad televisiva; y un 2% afirma que prefieren otros medios para publicitar.

Figura N° 16

Importancia de pago con tarjeta de crédito



Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación: tal y como se ve un 90% de encuestados prefiere realizar pagos con tarjetas de crédito; y una minoría sobre un 10% que prefiere no usarla.

Tabla 16

Importancia de pago con tarjeta de crédito

PAGO CON TARJETA	N°	%
SI	66	90
NO	07	10

Fuente: Encuesta aplicada a los ciudadanos del sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador.

En la presente tabla se observa un 90% de encuestados que si paga con tarjeta en los establecimientos a los que asisten; y un 10% que prefieren no usarlas.

V. DISCUSIÓN

La finalidad de la presente investigación es realizar una Planificación para negocios que sirva para crear un asadero de pollos en el sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018. Según las teorías relacionadas a los planes de negocio nos mencionan que estos surgen del emprendimiento que realiza una persona a través de una idea, para Drucker (1999) menciona sobre emprendimiento que es un procedimiento en el cual se obtienen beneficios a partir de novedosas combinaciones de recursos de un determinado sector. Se pudo determinar a través de la presente investigación que, si es viable la ejecución del proyecto la cual permite acceder a las utilidades de la oferta y demanda en el mercado, por ende, no considera que sea un emprendedor innovativo quien repita algo que ya haya sido hecho en ocasiones anteriores.

Torres (2017) sobre la creación de una discoteca temática en Buenos Aires en el año 2017, tuvo como objetivo identificar la viabilidad de la creación del negocio. El modelo del estudio de mercado permitió hacer una comparación con respecto a los gustos y preferencia de los potenciales clientes; como conclusión se obtuvo la aceptación de una discoteca temática en la ciudad de Buenos Aires, al igual que en la presente investigación sobre el 100% del resultado obtenido por encuestas en torno a la creación de un asadero de pollos en el sector Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018, dado que actualmente no cuenta con dicha idea innovadora, por lo que además el 100% de los mismo menciona estar dispuesto a visitar y sobre todo consumir sus productos.

Respecto a los objetivos específicos se obtiene el primero: la determinación del mercado objetivo, relacionado con las estrategias del marketing. (Realizando un estudio del: precio, plaza, producto, promoción)

Análisis de mercado, significa que investigar los mercados resulta ser un instrumento útil para identificar, acopiar, analizar, difundir y aprovechar sistemática y objetivamente la información, con la finalidad de mejorar lo que corresponde a mejorar la toma de decisiones relacionadas a la mercadotecnia, para Arbaiza (2015), esto va a significar aquel documento con el que se presenta

la empresa, en el cual se realiza una descripción de los productos y servicios que ofrecen, de los factores intervinientes al desarrollar sus actividades, así como la planificación, y fuentes de las cuales se obtiene financiamiento; se pudo determinar mediante la presente investigación, que si es necesaria la investigación de mercado para conocer y saber de las preferencias de los consumidores, clientes, y potenciales clientes de la ciudad de Babahoyo, lo cual coincide totalmente con las teorías antes mencionadas.

Para Sánchez & Mesías (2012), una propuesta que reflejara un plan estratégico para una panadería; implicaba potenciar las fases de producción, y maximizar sus rentabilidades a través de infraestructura moderna y maquinaria industrial.

Para ello se realizó una investigación de tipo descriptivo; en la que sobre una población de 41 263 ciudadanos de la ciudad de Cotacollo, se tomó una muestra con 120 de estos ciudadanos; llegando a la conclusión que aperturar una panadería en esa ciudad era una opción viable tanto social como económica; así mismo se consideró que elaborar una planificación estratégica para estos fines permitía que se tuviera una idea bastante clara de cómo debía llevarse las gestiones administrativas por parte del administrador.

Avanzando hacia el segundo objetivo específico de esta investigación se tiene; determinar que maquinarias, enseres; resultan indispensables para preparar cada platillo, teniendo en cuenta que son de gran calidad, se debe establecer los costos y cantidades necesarias son necesarias para preparar cada orden.

Sobre el análisis técnico, se debe considerar que el estudio técnico en función a la rentabilidad está dentro de lo que sería la segunda fase referida a proyectos de inversión, en la cual se consideran aspectos técnicos operativos que permitan realizar un buen uso de los recursos de los que se disponen al producir bienes o servicios; además con este también se analizaran aspectos referidos al tamaño adecuado del local donde se ubicaran las instalaciones de producción.

Para Gartner (1989) la teoría del accionar del empresario se enfoca en detallar cual es el comportamiento, capacidades y habilidades de un empresario emprendedor. En este contexto también se describe a la teoría de los aspectos de personalidad, en la cual se evalúa la parte psicológica del empresario.

Por lo que en la presente investigación se reafirma la importancia y la necesidad de la elaboración de un estudio técnico para poder conocer la factibilidad que tendrá el proyecto de inversión.

Sebastián & Reaño (2016), en su investigación sobre emprendimiento y características de un emprendedor, tuvieron la finalidad de realizar una descripción sobre estos dos puntos; utilizando para la misma una metodología descriptiva y experimental. Trabajo que finalmente los condujo a concluir en que el perfil del emprendedor se potencia mediante talleres de emprendimiento dictados a los estudiantes.

El siguiente objetivo específico de la investigación es; la determinación de las fases de producción; así como del Recorrido de Planta. Según las teorías relacionadas nos menciona que la rentabilidad financiera es aquel beneficio que se obtenido a partir de la inversión de capital, en otras palabras, son las ganancias generadas por invertir.

Zamora (2015) describe que la rentabilidad es obtenida a partir del vínculo existente entre utilidad e inversión, debido a que esta calcula que tan efectivas son las gerencias en las empresas, cálculo que se realiza observando las ventas e inversiones que dan como resultado una cifra en lo que respecta a utilidades. Siendo las utilidades obtenidas un reflejo de que tan competente está siendo la administración.

Hernández (2016), al investigar que tan rentables resultan las empresas del rubro de textiles en el año 2015, se encamino a analizar si las gestiones optimas repercuten en la rentabilidad de las empresas; para desarrollar esto utilizo diversos métodos para recabar datos como publicaciones, portales web, folletos, entre otros. Obteniendo como resultado que las empresas presentes en el

mercado no toman interés en la posición que ocupan en el mismo, trayendo como consecuencia una reducción de ventas y por ende menor rentabilidad.

Como objetivo específico; se pretende hacer una estructura administrativa, mediante la cual se pueda cumplir con lo que requiere el negocio, así como con lo que exige el mercado. Sin embargo, para lograr ello se necesita primero definir cuáles son sus reglas de juego, objetivos a alcanzar, la estructura que se va a manejar y la delimitación de responsabilidades por cada miembro.

El análisis financiero, implica el estudio, entendimiento e interpretación de lo que se encuentra recabado en los informes contables de las empresas, con el objetivo de conocer la situación económica en que se encuentra la empresa. Paz (2003), define que el análisis financiero es el instrumento más factible para realizar evaluaciones económicas a una organización o empresa, debido a que permite realizar comparaciones.

Por otro lado, se encuentra el objetivo específico; el cual consistía en establecer cuál era el tipo de sociedad y que procedimientos son necesarios para conformar esta. Sobre el análisis jurídico legal; Quezada (2010) reconoce que los análisis de sensibilidad son aquellos métodos que resultan aplicables de igual forma que las inversiones. Además, se puede determinar a través de la presente investigación que si es viable la ejecución del proyecto la cual nos permite tener una sensibilidad positiva en función al dinero empleado para la implementación del proyecto siendo resolvente para la rapidez de su pago con la entidad financiera.

Para la investigación de Torres (2017) sobre la creación de una discoteca temática en Buenos aires en el año 2017, tuvo como objetivo identificar la viabilidad de la creación del negocio orientándose a saber cuáles son las áreas de oportunidad que se deben obtener para llegar a un nivel competitivo.

El modelo del estudio de mercado permitió hacer una comparación con respecto a los gustos y preferencia de los potenciales clientes, como conclusión se obtuvo la aceptación de una discoteca temática en la ciudad de Buenos Aires

afirmando que actualmente las empresas se enfrentan a mercados globales que les presentan retos cada vez más grandes, al igual que en la presente investigación según los resultados obtenidos el 100% de los encuestados acepta la implementación de un bar café en la ciudad de Babahoyo, dado que actualmente no cuenta con dicha idea innovadora, por lo que además el 100% de los mismo menciona estar dispuesto a visitar y sobre todo consumir sus productos.

Lo último que se hará es la determinación de las estrategias financieras para la implementación del asadero y de su estructura. Análisis Financiero, Según precisa las teorías que se relacionan indican que un estudio técnico en función a la rentabilidad implica la segunda fase de los proyectos de inversión, para el cual se tienen en cuenta el uso correcto de los recursos de los cuales se disponen para producir bienes o servicios.

Zabaleta (2009) definía a la teoría del accionar del empresario como una conducta encaminada a poder identificar emprendedores. Debido a que con esta lo que se analiza son las características de la personalidad, la psicología del empresario, y en general sus habilidades.

Para Martínez y Roa (2010), realizaron investigaciones sobre las características del emprendedor y su emprendimiento, utilizando métodos descriptivos y experimentales. Con lo cual llegaron a la conclusión de que es mediante un taller de emprendimiento que se potencian los caracteres del emprendedor.

VI. CONCLUSIONES

1. La gastronomía ecuatoriana se encuentra actualmente en constante cambio para encontrar un posicionamiento importante dentro del mercado.
2. Otro aspecto que también ha cambiado es que el ir a almorzar a restaurantes ya no solo se limita a que sea por fechas especiales, sino que ya se ha vuelto un hábito para algunas personas debido a factores de horarios de trabajo o cuestiones de sociabilización.
3. Con esta investigación lo que se quiere es una búsqueda de tendencias, y ello ha sido posible a través de las encuestas aplicadas.
4. Un aspecto resaltable es que las mismas razones que impulsan a que los ciudadanos vayan más seguido a restaurantes, hace que estos se superen en diariamente en su calidad y atención.
5. Con la investigación que se llevó a cabo en la ciudad de Durán se permitió reconocer a este proyecto como viable y rentable.
6. Sobre el estudio de mercado realizado según el plan de negocio descrito en capítulos anteriores, permite concluir en que este es un mercado con potencial para expandirse.
7. Por último, se llega a la conclusión sobre la base de las respuestas de los encuestados en que este tendrá un precio de \$15 dólares, y que no solo se ofrecerá pollos sino también otras carnes como bistec, chorizo, parrillas, cerdo; además de bebidas para acompañar como gaseosas, y jugos naturales para quienes desean ir por la opción natural. Además de ello también se establecen promociones como el 2x1 para nuestros clientes fieles de la casa, promoción que será dada a conocer por medio de las redes sociales de este establecimiento.

VII. RECOMENDACIONES

1. Para quienes deseen emprender un proyecto como este se les recomienda estar atentos a los constantes cambios a los que se encuentra sometido el consumo y las necesidades del consumidor, debido a que la información que en este se presenta está sujeta a una determinada temporalidad.
2. Otros aspectos con los que se debe especial cuidado es con ciertas externalidades que pueden incidir de manera directa en un negocio de este tipo; entre las más importantes están la alza y baja del dólar y la estabilidad política del país.
3. Es recomendable que pese a los resultados obtenidos en las encuestas siempre es necesario contar con un plan alternativo por si los planes no resultan como se espera o si surge una eventualidad en el transcurso.
4. Se considera apropiado realizar un análisis estadístico sobre cuáles son los platillos que más salida tienen y cuáles son los que el público no consume tanto; ello con la finalidad de crear mejores y más atractivas promociones que permitan que estos platos que no tienen salida.
5. Es recomendable en este tipo de negocios hacer una constante capacitación al personal debido a que son ellos la carta de presentación del establecimiento, impulsándolos y motivándolos para siempre brindar una excelente atención al público.

VIII. PROPUESTA

Una vez que una persona toma la decisión de ingresar a consumir en un restaurante; entra a tallar el personal a cargo del servicio de este establecimiento, y en este caso se está haciendo referencia a los mozos, quienes en muchos casos influyen en que pedirán y cuanto consumirán los comensales; de manera que se puede decir que son estos quienes de acuerdo a cuanto esfuerzo pongan en sus actividades, podrán generar un incremento o disminución de los ingresos del restaurante.

Por lo general la estrategia de ventas responde a estos interrogantes, ¿Cómo se deben maximizar los beneficios?, y ¿Cómo se puede ofrecer a los clientes lo que ellos quieren y/o necesitan de manera que se maximicen los beneficios?

Uno de los aspectos que impulsa a un restaurante a crecer es el servicio que se brinda al cliente, porque es a partir de este que se logra un ambiente placentero, con el cual se conquista a los comensales.

Estrategias de Promoción

Dentro de estas estrategias de promoción se ubican a las relaciones públicas, las cuales pueden ser llevadas de la mano de un profesional experto en marketing, llegando a ser muy útiles para conseguir el posicionamiento que busca el restaurante.

Para este tipo de establecimientos utilizar estrategias de promoción es sumamente importante, debido a que mediante estas se dan a conocer nuevos establecimientos y en este caso un nuevo restaurante; estas estrategias podrán ser de diversos tipos como: publicidad televisiva, radial, por redes sociales o utilizando gigantografías y volantes. Con esto lo que se va a buscar es que el público conozca de la existencia del restaurante.

Para el presente caso, este restaurante adoptará una estrategia que lo hará resaltar de los demás, la cual consiste en descuentos, estos se darán una vez por semana sobre su producto bandera, el pollo; específicamente los días viernes.

Así también este establecimiento será ocupado entre dos a tres veces al año para ciertos eventos no solo de tipo gastronómico sino también aquellos en los que se promuevan vinos u otras bebidas, lo cual consiste en una estrategia para incrementar las ventas en el restaurante.

Estrategias de Servicio

Las estrategias de servicio se entienden como un producto, el cual consiste en todas las actividades y/o beneficios intangibles ofrecidos al público.

Esta se va a desarrollar cuando el comensal que asiste a este restaurante ordene un plato de comida y el restaurante le ofrezca además de este le brinde un cálido servicio, de manera que el cliente no solo obtendrá el bien que pidió sino también una experiencia placentera, que traerá como resultado que el cliente se vaya satisfecho y regrese prontamente al establecimiento.

VARIABLES A CONSIDERAR:

Calidad interna del servicio: Este será obtenido mediante la capacitación que se le dé a los colaboradores del establecimiento, ya que ellos serán quienes tendrán trato directo con los empleados, y de ellos dependerá si la experiencia de los comensales es satisfactoria o no.

Empleados satisfechos: Sin embargo no solo son las capacitaciones las que motivan a los colaboradores de un establecimiento a dar un buen servicio al cliente, sino también el trato que estos reciban como parte de la organización.
Mayor valor del servicio: Se crea valor para el cliente y la entrega del servicio es más eficiente y eficaz.

Cientes satisfechos y leales: Un cliente se vuelve fiel a un restaurante, cuando recibe de este establecimiento dos cosas: buena comida y buen trato.

Estrategias a promover para lidiar con los clientes

Normas para los empleados en Durán Chicken.

- El trabajo debe aceptarse como un reto en el cual la meta sea brindar un servicio impecable.

- Ser atento y carismático al atender al cliente.
- Estar atento a las peticiones y quejas que pueda tener el cliente.
- Saber trabajar en equipo, con solidaridad y buena actitud.

8.1 Análisis técnico operativo

Manteniendo la concentración y empeño en el proceso, para así obtener los resultados deseados.

Descripción Del Producto y/o Servicio Producto - platos

Los platos fuertes ofrecidos en este restaurante serán en base a pollo, bistec, chorizo, parrillas, cerdo, entre otros asados.

Componentes de la carta:

La carta de un restaurante es el sello personal de este que le dará la oportunidad de distinguirse de los demás; la cual irá creciendo a medida que este vaya expandiéndose.

Antipastos: Entre estos se ofrecerán mini tablas de variedad de queso y jamón, como: prosciutto (jamón), bresa ola, mozzarella, encurtidos de tomates, berenjenas, zucchini; o estas mismas verduras azadas, entre otros, para abrir el apetito.

Ensaladas: A base de verduras frescas, con otros ingredientes como las nueces, quesos, jamones, bañados en vinagretas.

Pasta Fresca: Elaboradas de manera artesanal y con ingredientes como tomate, espinacas, zanahoria, basilisco, harina y huevo.

Postres: Es el plato final de la carta, y serán elaborados por el chef inspirado en postres italianos.

Bebidas: Se ofrecerán en este establecimiento diversidad de bebidas desde no alcohólicas hasta alcohólicas, así como también bebidas calientes; de manera que el cliente tenga una carta amplia de la cual pueda escoger la bebida con la que desea acompañar sus comidas.

Proveedores

Al seleccionar a los proveedores se tendrán en cuenta cinco aspectos: la calidad del producto que ofrecen; mostrar voluntad para trabajar acorde con otros proveedores; estar cerca de este establecimiento; el precio de los productos y la idoneidad técnica.

Claves:

Deberá existir un acuerdo mutuo con el proveedor; así también este deberá ser a largo plazo; controlando siempre el proceso de manera que lo que este ofrezca sea primordialmente calidad antes que cantidad.

Así mismo se considera de gran utilidad implementar normas genéricas de compras y tablas de conversión que puedan permitir realizar cálculos rápidos en base a la materia prima que se requiere.

La manipulación de los alimentos

Debe realizarse en áreas que sean destinadas específicamente para ese uso. Así mismo la manipulación que se haga sobre estos debe ser estrictamente higiénica, empleando los instrumentos indicados y previamente desinfectados.

De la misma manera, toda manipulación en general que se realice ya sea para obtener o elaborar alimentos, debe ser siempre evitando contaminarlos, o maltratarlos, de manera tal que estos puedan perder sus nutrientes o puedan dañarse.

Otro aspecto a tener en cuenta sobre los alimentos es que estos deberán ser cubiertos, teniendo cuidado de que con aquello que se cubra esté debidamente desinfectado. Y por último, ningún alimento envasado o no deberá colocarse en el piso.

Almacenamiento de los alimentos

Condiciones durante el almacenamiento

Lo que se busca cuando es almacenado un alimento es que este se mantenga limpio, seco y seguro de cualquier tipo de contaminación.

Razón por la cual se ha considerado contar con depósitos, que cumplan ciertas características.

Ubicación: Su construcción debe ser segura.

- Este almacén debe ser una zona ventilada que permita conservar los alimentos en perfectas condiciones.
- Contará con iluminación artificial y natural por medio de ventanas.
- El piso de este será de cemento.
- Las paredes al igual que el piso no deberán presentar rajaduras, así como tampoco insectos; por último, estas deberán ser impermeables al agua.
- Los techos deberán ser resistentes y con buen acabado.
- Las puertas con las que estos se aseguren deberán ser herméticas.
- Deberá contarse con extintores como medida de seguridad en caso de incendio.
- Los drenajes deberán estar correctamente cubiertos por su rejilla a fin de evitar el ingreso de roedores al almacén.
- Todos los utensilios a emplear, así como las instalaciones deberán mantenerse debidamente limpias.
- Deberá llevarse un registro de las veces en que se realice limpieza y desinfección en este.
- Deberá evitarse levantar polvo al limpiar.
- La zona del comedor deberá limpiarse al término de cada servicio.
- Los artículos con los que se limpie deberán incluir desde detergentes hasta productos desinfectantes, que permitan evitar la proliferación de microorganismos

En cuanto a la limpieza de los equipos, esta corresponderá ser de la siguiente manera:

Los utensilios utilizados deberán dejarse lavados al término de su uso, al igual que las partes desmontables de los artículos.

Y en cuanto a la freidora, el aceite que ya fuera usado deberá ser vaciado en su totalidad, para que posteriormente la freidora pueda ser correctamente lavada.

Sobre la eliminación de los desechos

En las zonas donde se preparen alimentos, los residuos se recogerán en bolsas para ser botados, a su vez estas bolsas se encontrarán dentro de un contenedor con tapa y etiqueta. Estos contenedores permanecerán cerrados y apartados de las zonas donde se encuentran los alimentos, así como de las zonas calientes, a fin de evitar la visita de insectos y roedores. Además, los lugares donde permanezcan estos contenedores deberán ser áreas ventiladas, de fácil acceso para su limpieza y desinfección.

Horario del Servicio

El servicio de atención es todos los días y los horarios de atención al público son de once de la mañana a dos de la mañana.

Proceso

1. El proceso inicia con la compra de insumos y todo el material necesario para la manipulación y transformación de alimentos.
2. Posteriormente serán separados los alimentos que irán al cuarto frío, y los que irán al depósito.
3. Lo siguiente que se hará será escoger los ingredientes necesarios para la preparación de los pedidos de los clientes.
4. Cada cliente escogerá el plato que desea que se le prepare y el mesero tomará el pedido que será entregado al chef principal.
5. Con ese pedido el chef y demás ayudantes se encargan de preparar el pedido del cliente.
6. Y, por último, el chef entregará el pedido al jefe de meseros, quien a su vez se lo entregará al mesero encargado de esa mesa.
7. Una vez entregado el plato a la mesa correspondiente tanto meseros como el jefe de estos se mantendrán al tanto de las necesidades que pueda tener el cliente.
8. Por último, cuando el comensal termine de comer, este pedirá la cuenta, haciéndose un registro de su pedido en la caja para así llevar la cuenta y poder facturar.

Muebles maquinaria y equipos

Las mesas elegidas serán aquellas que sean cómodas, movibles y pequeñas, de forma que permiten mayor flexibilidad al acomodarlas.

El diseño de las mesas será acorde con los demás muebles que se tienen en el restaurante.

Por su parte las sillas; son un punto clave, debido a que implica distintos factores, como: apariencia, comodidad, costo, entre otros. Siendo mayormente elegidas por una cuestión de estética y comodidad, sobre todo cuando se le trata de dar al cliente la mayor satisfacción en su visita al restaurante.

Con respecto a la maquinaria y equipos estos será el mobiliario el cual permitirá facilitar el proceso de producción.

Utensilios para medir y preparar:

- Tazones para mezclar, de acero inoxidable. (varios tamaños), además estos sirven para preparar el mise en place.
- Tazas medidoras.
- Cucharas medidoras.
- Balanzas para pesar ingredientes y controlar porciones. (Es necesario estandarizar las porciones, para no incurrir en pérdidas).
- Batidores.
- Tamices para cernir ingredientes secos, y colar cocidos o purés.
- Tablas para picar.
- Peladores de hoja móvil para pelar frutas y verduras.
- Mangas de pastelería, y varias boquillas para exprimir purés, y decorar tortas.
- Cucharas de metal y madera, para revolver.
- Tenedores de cocina para voltear carnes.
- Pinzas de acero inoxidable.
- Espumaderas para filtrar caldos y salsas.

- Espátulas (plásticas, para voltear alimentos; de caucho para raspar utensilios).
- Abrelatas.
- Recipientes para almacenar sin peligro alimentos en refrigeradores y congeladores. (Pueden ser plásticos o de acero inoxidable, con tapa).
- Licuadoras y batidoras.

Ollas, Sartenes y cuchillos

- Set cuchillos del chef.
- Cuchillos para pelar.
- Cuchillo multiusos.
- Cuchillo cebolla y ajo (Con el fin que no se impregne el olor y sabor en otros alimentos).
- Chuchillos para deshuesar.
- Tajador.
- Cuchillo para carnes
- Piedra de amolar.
- Estufas
- Máquina para elaborar la pasta
- Horno
- Horno microondas
- Neveras y congelador

Ubicación

- Centro de la localidad de Duran

Distribución

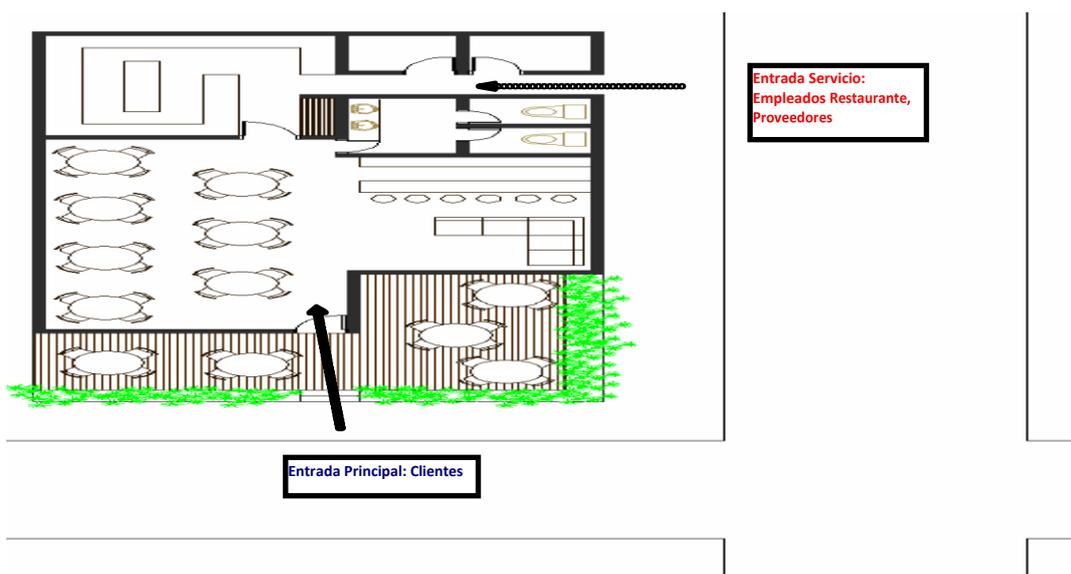
- Lote Esquinero.
- Entra posterior proveedores.
- Depósitos.
- Cocina.
- Zona Mesas.

- Bar.
- Lounge.
- Entrada Frontal.
- Baños.
- Terraza.

Para ser capaces de brindar un servicio con calidad, en el que los clientes no se sientan incómodos; y en el que el personal de cocina tenga un espacio apropiado para realizar sus labores, así como los meseros y demás colaboradores puedan movilizarse cómodamente dentro del lugar, este espacio debe estar muy bien distribuido para así permitir el óptimo funcionamiento del restaurante.

La distribución de los espacios del local es muy importante debido a que estos van a contribuir en la experiencia que tengan los clientes al visitar las instalaciones del local; así mismo, es necesario resaltar que el personal que realiza sus labores dentro del espacio de la cocina necesita que este sea amplio para movilizarse y no tropezar entre ellos, pudiendo causar accidentes, u otros daños que generen ciertos inconvenientes que pueden ser muy perjudiciosos para el restaurante.

Plano de distribución del Restaurante



Fuente: Elaboración propia del autor

La Carta

“La carta será la encargada de dar la primera impresión al cliente, por esa razón se dice que esta es un vendedor silencioso...”

- Deberá impresionar a los clientes, permitiéndoles tener una idea concreta del tipo de establecimiento en que están.
- Deberá ser fácil de leer y estar escrita con términos atractivos y comprensibles.
- El formato idóneo es que sea corta.
- Deberá presentar información sobre los platillos, así como el horario de apertura y cierre, además de otros servicios.
- El formato deberá ser simétrico y armónico.

Al armar la carta se tiene en cuenta distintos aspectos, se escogerán los platos líderes y la especialidad del restaurante (que son los pollos) y por último se elegirán una serie de platos complementarios, distintos a la especialidad del restaurante.

8.2. Análisis administrativo

Misión

DURÁN CHICKEN ofrece nuevas experiencias al paladar, mezclando diversos agradables sabores, en el mejor ambiente para consumirlos.

El compromiso principal de DURÁN CHICKEN siempre será la satisfacción de las expectativas y deseos del cliente, al ofrecer un menú diferente, con un sabor excepcional, gran calidad además de un servicio excepcional al cliente.

Visión

Ser un restaurante que cuente con un servicio y atención extraordinarios, que permita convertirnos en los líderes en innovación al momento de presentar platillos; lo cual se conseguirá mediante el trabajo en equipo, planificación y organización adecuada.

Objetivos

- Complacer a los clientes.
- Ofrecer los mejores estándares en la presentación de los platos.
- Lograr un ambiente laboral apropiado con la finalidad de conseguir un óptimo trabajo en equipo.

Valores de la Organización

- Los clientes son la prioridad.
- Se llegará a excelencia mediante el mejoramiento continuo.
- Sentido de pertenencia a la organización.
- Respeto mutuo.
- Trabajo en equipo.
- Los errores serán una oportunidad para mejorar.
- Conducta ética responsable.
- Desarrollo de habilidades de liderazgo.
- Existirá un ambiente de respeto entre los colaboradores.

Análisis FODA

Se realizará un análisis de la situación del restaurante DURÁN CHICKEN mediante la matriz FODA.

De otro lado, se tiene hará una comparación objetiva entre la empresa y su competencia, determinando así sus fortalezas y debilidades, haciendo una exploración de su entorno identificando las oportunidades y amenazas que puedan presentarse.

Debilidades:

- Ser un restaurante nuevo, que recién se de a conocer, y este buscando posicionarse.
- Incertidumbre financiera ya que no se conoce el restaurante.

Oportunidades:

- Poder aumentar las ventas en este sector.

- El área de gastronomía en Ecuador ha sido generadora de ventas que oscilan en un promedio de 19.05 millones de dólares en los últimos 4 años; así también se evidencia un crecimiento sostenido de 6.06% en los cinco últimos años”.
- “El sector tradicional de Durán ha pasado de ser un vecindario casi marginado a ser el centro de restaurantes más grande del país. Contando con más de diez restaurantes de diferentes categorías.”
- No existen en este sector restaurantes que tengan un asadero propio.

Fortalezas:

- Los platos servidos en el restaurante cuentan con un alto nivel de calidad.
- La visita al restaurante asegura una hermosa experiencia debido a la excelente atención de los meseros.
- Los platos presentados en el restaurante evidencian no solo la experiencia sino también la creatividad del equipo de cocina.

Amenazas:

- Todos los días son aperturados restaurantes.
- Se puede decir que la posición del restaurante es vulnerable frente a grandes competidores.

8.3 Estrategias

Estrategia FO

- Buscar alianzas identificando novedosas oportunidades que permitan poder dar a conocer el asadero DURÁN CHICKEN.

Estrategia FA

- Arrancar con las estrategias de marketing, con la finalidad de contrabalancear la competencia y así poder mejorar la posición del restaurante DURÁN CHICKEN dentro del mercado.

Estrategias DO

- Implementar una estrategia de eficiencia en costos, mediante la optimización de recursos.

Estrategias DA

- Instaurar un programa de I+D básico que facilite el conocimiento tanto del mercado como de sus competidores, al igual que de las nuevas tendencias y gustos del cliente.
- Ofrecer productos de excelente calidad, de manera que los comensales puedan confiar plenamente en este restaurante, disfrutando la experiencia de la visita.

8.4 Organigrama

La estructura organizacional del restaurante DURÁN CHICKEN es lineo-funcional, debido a que el organigrama está formado por líneas verticales caracterizándose por la autoridad, división de labores y delegación de autoridad, conservándose la especialización de cada parte en su función específica.

Se presentará el organigrama que se manejará inicialmente en el restaurante. El personal estará repartido de la siguiente manera:

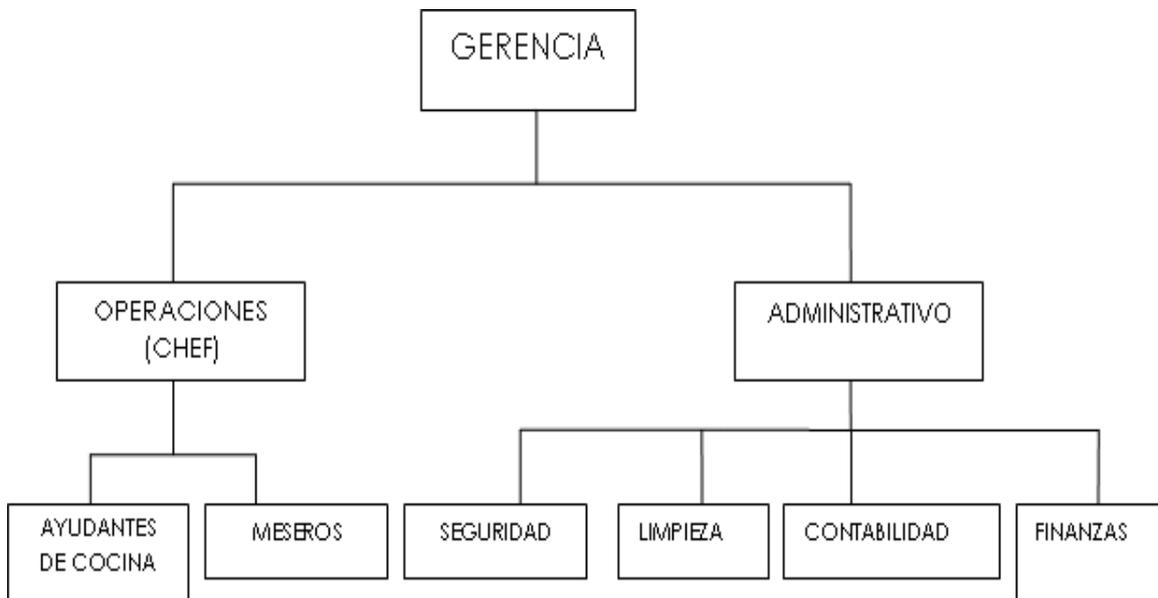
- 1 Chef principal.
- 4 Ayudantes de cocina.
- 1 Jefe de meseros.
- Meseros.
- 1 Guardia de seguridad.
- 1 Encargado de limpieza.
- Administrador

Propietaria

La propietaria del capital accionario de la organización inicialmente será su creadora y gerente Pilar Moran, estudiante de la unidad de POSGRADO de la Universidad César Vallejo en la Maestría MBA.

Organigrama

Figura N° 17: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

8.5 Descripción de los Puestos MOF

Apellido y Nombre: Morán Criollo, Ivelice Pilar Descripción del Puesto: Gerente Personal a Cargo: Diez (10)

Educación:

- Tener secundaria completa.
- Ser profesional.
- Haber recibido entrenamiento en gastronomía.

Descripción de Tareas: Estará encargado de dirigir y realizar las coordinaciones sobre las actividades, el proceso de planeamiento, la organización, dirección, y control con el fin de lograr los objetivos fijados. Además, estará encargado de representar al restaurante frente a terceros.

- Se encargará de la dirección gastronómica.
- Tendrá manejo sobre el personal.
- Realizará las coordinaciones con los proveedores.
- Revisará los estados financieros del establecimiento.

Descripción del Puesto: Chef

Personal a Cargo: Cinco (5)

Supervisor: Gerente

Educación

- Tener un grado en la especialidad culinaria.
- Tener un mínimo de 2 años de experiencia en gastronomía de alto nivel. Como prueba deberá preparar distintos menús de su creación, los mismos que serán degustados, para de esa manera comprobar su experiencia. Básicamente deberá saber preparar platillos calientes, y todo lo referido a parrillas, asados y otras frituras.

Detalle de Tareas:

- Llevar un control sobre los productos y el mobiliario de la cocina.
- Saber preparar diferentes platos.
- Supervisar la higiene en la cocina, así como la presentación personal de los empleados.

Criterio

- Preparar con gran dedicación y calidad los platillos del Restaurante.
- Respetar el horario de trabajo.
- Mostrar eficiencia y eficacia en la realización de labores.
- Controlar al equipo de cocineros.
- Usar adecuadamente los equipos y las materias primas.

Responsabilidad y Deberes:

- Deberá encargarse de cuidar los utensilios que se empleen en la elaboración de los platos.
- Deberá realizar las coordinaciones necesarias para organizar las labores de los ayudantes de cocina.
- Realizar la compra de materias primas.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- El ambiente de donde se desarrollarán las labores es en cocina.

- Las labores serán compartidas con los demás ayudantes de cocina.

Habilidades Físicas:

- Tener buena salud física y mental.
- Condiciones de motricidad adecuadas.

Condición del Cargo:

- Tener entre 25 y 45 años.
- Vivir en la ciudad de Durán

Descripción del Puesto:

Jefe de meseros Personal a Cargo: Tres (3)

Supervisor: Gerente

Educación:

- Tener secundaria completa.
- Haber llevado un curso técnico para meseros

Experiencia:

- Tener un mínimo de experiencia de 2 años en algún establecimiento del mismo nivel.

Detalle de Tareas:

- Organizar de forma adecuada el restaurante.
- Llevar un control de los bienes del restaurant.
- Supervisar como desempeñan sus labores los meseros.
- Encargarse de la recepción de los clientes.
- Conocer sobre vinos.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar el horario establecido.
- Realizar sus tareas y quehaceres con suficiente eficacia y eficiencia.
- Cuidar el salón.

Responsabilidad y Deberes:

- El trabajador debe mostrar responsabilidad.

- Tener una buena actitud frente las quejas presentadas por los clientes.
- Deberá realizar coordinaciones sobre las responsabilidades de los meseros.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- Las labores son realizadas en el área del salón y la cocina.
- Las labores serán realizadas junto a los meseros.

Habilidades Físicas:

- Tener buena salud física y mental.
- Tener condiciones motrices de adecuadas.

Condición del Cargo:

- Tener entre 25 y 40 años.
- Vivir en la ciudad de Durán.

Características de los empleados

Descripción del Puesto: Ayudantes de cocina

Personal a Cargo: Cero (0)

Supervisor: Chef- Gerente

Educación:

- Tener secundaria completa.
- Haber tomado un curso técnico de cocina.

Experiencia:

- Contar con un mínimo de 2 años de experiencia en algún establecimiento reconocido donde se venda comida.

Detalle de Tareas:

- Prestar apoyo en la elaboración de platillos.
- Mantener la higiene tanto de la cocina como de los utensilios esenciales.
- Cuidar los utensilios de cocina.
- Cuidar su área de trabajo.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Mostrar eficiencia, eficacia y capacidad para prestar ayuda cuando se requiera.
- Usar adecuadamente los ingredientes disponibles para la preparación de platillos.

Responsabilidad y Deberes:

- Prestar apoyo al chef en lo que refiere a elaboración de platos.
- Coordinar y repartirse las tareas entre los ayudantes de cocina.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- Las labores serán realizadas en el espacio de la cocina.
- Las labores se realizarán juntamente con los ayudantes de cocina y el chef.

Habilidades Físicas:

- Gozar de buena salud tanto física como mental.
- Contar con condiciones motrices adecuadas.

Condición del Cargo:

- Tener entre 20 y 45 años.
- Vivir en la ciudad de Durán.

Descripción del Puesto:

Meseros Personal a Cargo: Cero (0) Supervisor: Jefe de meseros –gerente

Educación:

- Secundaria completa.
- Tener una carrera técnica

Experiencia:

- Contar con experiencia.
- Haber recibido capacitaciones anteriormente.

Detalle de Tareas:

- Mantener el orden y la limpieza del establecimiento.

- Cuidar su área de trabajo.
- Atender de manera cordial y eficaz.
- Dejar limpia y ordenada su área de labores una vez terminada la jornada.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Ser eficiente y eficaz en el desarrollo de actividades.
- Cuidar el salón.
- Presentar buena disposición para atender a los clientes.
- Respetar el orden de atención de los clientes.

Responsabilidad y Deberes:

- Ser responsable y educado.
- Responder de forma apropiada ante las quejas presentadas por los clientes.
- Dar una buena atención a los comensales.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- El ambiente donde se desarrollarán labores es en el salón del restaurante.
- Desempeño de labores junto con otros meseros del local

Habilidades Físicas:

- Tener un estado de salud físico y mental bueno.
- Ostentar condiciones de motricidad apropiadas.

Condición del Cargo:

- Tener entre 20 a 40 años.
- Vivir en la ciudad de Durán.

Descripción del Puesto: Limpieza

Personal a Cargo: Cero (0)

Supervisor: Socios-gerentes

Educación:

- Secundaria completa.

Detalle de Tareas:

- Ordenar y limpiar el restaurante.
- Ordenar y limpiar de manera adecuada la cocina, baños y despensa.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar el horario de trabajo.
- Ser eficiente y eficaz en la realización de actividades.
- Cuidar el local.

Responsabilidad y Deberes:

- Realizar la limpieza del local diariamente.
- Limpiar las áreas de cocina y baños todos los días.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- El ambiente donde se desarrollarán las labores será el área de cocina del restaurante.

Habilidades Físicas:

- Tener buena salud.
- Condiciones de motricidad adecuadas.
- No tener problemas en las rodillas, piernas, brazos; o algún otro tipo de problema que impida el desarrollo de sus actividades diarias.

Condición del Cargo:

- Tener entre 20 a 45 años.
- Vivir en la ciudad de Durán.

Descripción del Puesto: Seguridad

Personal a Cargo: Cero (0)

Supervisor: Socios-gerentes

Educación:

- Secundaria completa.
- Curso especializado y capacitación.

Detalle de Tareas:

- Vigilar el restaurante tanto interna como externamente, manteniendo así la seguridad en el local.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar el horario de entrada y salida del trabajo.
- Cuidar el mobiliario del local.
- Cuidar las pertenencias de los clientes.

Responsabilidad y Deberes:

- Mantener la calma y tranquilidad en caso de problemas imprevistos.
- Realizar llamadas a la policía en caso de siniestro o cuando sea necesario.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- El ambiente de trabajo es el restaurante en su totalidad.

Habilidades Físicas:

- Contar con buena salud tanto física como mental.
- Presentar condiciones de motricidad apropiadas.

Condición del Cargo:

- Personas con edades entre 25 a 40 años.
- Vivir en la ciudad de Durán.

8.6 Análisis, descripción, especificaciones, proceso de selección y reclutamiento**Contratación**

Esta empresa anunciará las vacantes disponibles, a través de medios escritos convencionales como avisos de empleo, en los cuales se reseñará un poco sobre el tipo de establecimiento, condiciones para adquirir el cargo, y un número de contacto al que se puedan comunicar los interesados.

Selección

El procedimiento de selección de los trabajadores se realizará de la siguiente manera:

- La persona interesada en el puesto deberá llenar un formulario solicitando el mismo, y adjuntando su CV.
- Las referencias dadas por los jefes anteriores, respecto de su desempeño, valores y cumplimiento serán comprobadas cuidadosamente.
- Se realizarán entrevistas, basadas en preguntas abiertas, que le permitan al postulante expresarse.
- Se evaluará el desenvolvimiento tanto para las actividades propias de su labor como para relacionarse con los comensales y demás compañeros de trabajo.

En este contexto se especifica que hay una parte de los trabajadores a la cual se le considera clave ellos son el chef y el capitán de meseros, debido a que son ellos los que van a realizar la elaboración del menú, la supervisión de la remodelación del local, la compra de instrumentos y demás utensilios, además de encargarse de evaluar al personal que se desea contratar.

Orientación y entrenamiento

Habiéndose seleccionado al equipo de trabajadores del restaurante, se procederá a realizar el programa de orientación y entrenamiento. Este programa será desarrollado de la siguiente manera:

- El dueño (a) de este establecimiento se presentará por escrito, detallando la misión del negocio, la temática y la idea que se tiene con respecto a este.
- En este también se describirá el cargo que le será otorgado, así como una lista de actividades.
- Los planos del establecimiento, el menú que se servirá a los comensales y demás información que le ayude al trabajador a conocer prontamente el movimiento del restaurante.
- Y por último también serán adjuntados todos los documentos legales que le corresponda tener.

Estímulos y disciplina

En esta empresa a los colaboradores se les especifica cuáles son las expectativas que se tienen sobre ellos, así como la recompensa que recibirían de cumplir con las mismas; de igual forma son especificadas las consecuencias en caso realizaran un mal desempeño por negligencia o deshonestidad. Así mismo se deja establecido que Durán Chicken es una empresa basada en valores como la honestidad y respeto.

Evaluación del desempeño

La empresa Durán Chicken, será evaluada 2 veces por año, y ésta será realizada de la siguiente manera: la dueña conversará con cada empleado sobre su desempeño, realizando una comparación con las expectativas que se tienen sobre cada uno, siempre de manera constructiva, respetuosa y positiva.

Así mismo serán fijadas las metas y los plazos en que estas deberán ser cumplidas. Así también serán elogiados y recompensados aquellos colaboradores que realicen óptimamente sus funciones.

Dotación

Esta tiene como objetivo ofrecer al colaborador una vestimenta y calzado adecuados, en el caso del restaurante Durán Chicken, a cada colaborador se le otorgará su respectivo uniforme. (Petro, gorra), zapatos.

Siendo esta dotación una herramienta otorgada al trabajador para que tenga la comodidad al desarrollar sus distintas labores, por lo que, de ser necesario, se podrán incluso confeccionar distintas dotaciones según las actividades o labores desarrolladas en cada sección de la empresa.

Análisis Jurídico Legal

Dentro de un proceso de creación de nuevas empresas, el fundamento principal implica la formalización legal de la constitución de la persona jurídica, el cual es concebido como una obligación onerosa.

En el presente caso, la constitución de la empresa no será realizada por el momento, debido a que esto es aún parte del Plan de Negocios, el cual será utilizado posteriormente para su constitución y creación de esta; sin embargo, a pesar de ello si serán detallados cuales son los tramites que se requieren necesariamente para constituir esta empresa.

Dejando establecido que se ha decidido sobre el restaurante Durán Chicken que este será constituido como una Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Así mismo cabe resaltar que el tipo de sociedad escogido cuenta con una gran aceptación en el sector empresarial, debido a que es considerada una estructura societaria liviana, a la que se le suma el principio de limitación del riesgo, el cual rige este tipo de sociedad; siendo todas estas particularidades las que hacen a la sociedad de responsabilidad limitada ideal para la constitución de pequeñas y medianas empresas.

8.6.1. Sociedades Comerciales

Una sociedad es aquel contrato celebrado por dos o más individuos, mediante el cual éstos se obligan a realizar aportes ya sea en dinero, trabajo o bienes con valor económico; teniendo como fin la repartición de las utilidades que puedan obtener finalmente a partir de la empresa constituida.

Para su constitución

- Se verificará de manera previa en la Cámara de Comercio que no existe una sociedad o establecimiento comercial con un nombre igual al de la sociedad que se quiere registrar.
- La sociedad comercial o civil será constituida mediante escritura pública ante un notario, con las excepciones fijadas por ley, N° 1014 del año 2006:
- Así mismo para su constitución deberán especificarse los requisitos del artículo 110 del Código de Comercio:
- Comparecencia y firma de los socios apoderados.
- Nombre, domicilio e identificación de los socios.
- Nombre de la sociedad.

- Su domicilio social.
- El objeto social, enunciará de manera específica cuáles serán las actividades que se consideran principales y la pena por ineficacia.
- En cuanto al capital social, este se dividirá en un cierto número de cuotas, según el aporte realizado por de cada socio. Para las sociedades por acciones, el capital autorizado, suscrito y pagado, así como el número de acciones y el monto de las mismas, se debe tomar en cuenta que para ello no se requiere un monto mínimo o máximo de capital.
- La manera en cómo estará representada legalmente la sociedad, así como la forma en que esta será administrada y sus limitaciones con respecto al representante legal; de no ser especificadas las ultimas se tomaran las que estén previstas en la ley comercial.
- El tiempo de duración específico respecto de la sociedad.
- Los nombramientos correspondientes de los representantes legales, así como de los órganos de administración y fiscalización.
- Constancia en la que se dejen aceptados los cargos, así como las identificaciones.
- Cláusula compromisoria.

8.6.2. Particularidades de una Sociedad de Responsabilidad Limitada Constitución:

Una SRL deberá inscribirse mediante escritura pública en la cámara de comercio que le sea competente; debiendo encontrarse estipulado la responsabilidad de cada socio respecto de sus aportes, y especificando que los mismos ya fueron pagados en su integridad.

Situación Jurídica: En este aspecto la sociedad como tal al ser ya constituida legalmente pasa a formar una persona jurídica diferente de los socios, por la cual se paga un respectivo porcentaje sobre las utilidades.

Número de Socios: Desde dos hasta veinticinco.

Capital Social: Este será abonado apenas se haya constituido la sociedad; es importante precisar también que un socio que aporte bienes a la empresa es

únicamente responsable por el valor que se le atribuye a estos en la escritura pública.

Responsabilidad de cada uno de los Socios: Se encuentra limitada al aporte que cada uno haya realizado, y a lo establecido en el estatuto.

Negociabilidad de las Participaciones: La única forma de ceder una participación será mediante escritura pública. Las personas a las que se le puede ceder van desde los mismos socios hasta personas ajenas a la empresa, según lo indicado en el estatuto.

Razón Social: La sociedad gira bajo una denominación o razón social en ambos casos seguida de la palabra “limitada” o de su abreviatura “Ltda.”, que de no aparecer en los estatutos hará responsables a los asociados solidaria e ilimitadamente frente a terceros.

Administración: Les corresponde a los socios, los cuales también podrán delegarle esta responsabilidad a un gerente.

Funciones de los socios: En un año deberán reunirse al menos en una ocasión, la cual estará determinada en el estatuto. Serán los responsables de aprobar las reformas que se realicen al estatuto; deberán analizar los balances del fin de ejercicio; podrán disponer de las utilidades sociales.

Distribución de utilidades: Para esto se requerirá del voto mayoritario de socios, o de lo contrario que esta se encuentre estipulada en el estatuto de la empresa.

Reservas: Legal: 10% de las utilidades liquidas de cada ejercicio hasta que se complete al menos al 50% del capital suscrito.

Duración: Se deberá dejar constancia mediante escritura pública del tiempo determinado, pudiendo también en caso de fallecimiento del socio continuar con la sociedad los herederos.

Causales de disolución

- Cuando el término previsto ya venció.
- Al no ser posible desarrollar una empresa social.
- Al declararse en quiebra la sociedad.
- A decisión de los socios o de la autoridad.
- Debido a que se han producido ciertas pérdidas que redujeran el capital hasta por debajo del 50%.
- Al haber más de 25 socios. (Art. 370 de C de ECU)

Sobre la base de estudios realizados en esta investigación se ha determinado que el restaurante Durán Chicken debe conformarse como una sociedad de responsabilidad limitada, debido a que es la que encaja mejor con sus características a nivel de empresa.

Registro mercantil en la cámara de comercio

8.6.3. Registro Mercantil en La Cámara de Comercio

Es un registro llevado por disposición legal aplicado tanto para personas naturales como jurídicas cuando ejercen comercio.

Beneficios de este registró

- Protección del nombre comercial.
- Hace pública la calidad de comerciante.
- El comerciante se hace relevante ante potenciales clientes que consultan los registros.
- Le da la facilidad de poder participar en una licitación.
- Favorece obtener créditos.
- Facilita la inscripción en el Registro Único de Proponentes.
- Se le incluye dentro de la base de datos de la Cámara de Comercio, para invitaciones a eventos de tipo académico o cultural

8.7. Análisis Financiero

8.7.1. Inversión en Activos

Inversión en maquinaria

Implementar la cocina de este local es un punto fundamental para que este negocio de asaderos pueda llevarse a cabo, debido a que si se tienen los instrumentos adecuados el chef y sus ayudantes podrán cumplir sus labores de una manera óptima, que finalmente se verá reflejado en los ingresos. A continuación, se muestra un cuadro señalando cada instrumento y la función que desarrollara en el restaurante.

Tabla 17

Costo total de maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo	
Estufas	\$ 650,00
Máquina para el asador de pollos	\$ 5.000,00
Mesas para secar los pollos	\$ 2.000,00
Hornos	\$ 1.500,00
Horno microondas	\$ 200,00
Neveras +Congelador	\$ 800,00
Licadoras	\$ 120,00
Batidora industrial	\$ 120,00
Ollas Y Sartenes	\$ 300,00
Utensilios	\$ 200,00
Total	\$ 10.890,00

Inversión en muebles y enseres

En esta tabla se detalló el mobiliario, el cual sería utilizado para realizar distintas actividades propias de este negocio. En el siguiente recuadro se presenta todo lo referido a costos igualmente de forma detallada, sobre el cual finalmente se llega a un resultado numérico que vendría a ser la inversión que se necesita hacer para compra de este mobiliario.

Tabla 18**Accesorios del restaurante**

Muebles y mobiliario	
Mesas Y Sillas	\$ 2.400,00
Maseteros	\$ 100,00
Ventiladores	\$ 200,00
Mamparas	\$ 200,00
Manteles	\$ 100,00
Televisores	\$ 1.000,00
Reposteros de melanina	\$ 100,00
Cocinas	\$ 650,00
Letrero publicitario	\$ 500,00
Barra de atención	\$ 300,00
Caja registradora	\$ 500,00
Total	\$ 6.050,00

INVERSIÓN APROXIMADA:**Inversión y Viabilidad del negocio****Tabla 19****Ingresos**

Platos	Cantidad al día	Precio de venta dólares (\$)	Subtotal (\$)
Pollo asado	30	\$ 15,99	\$ 479,70
Bistec asado	25	\$ 12,99	\$ 324,75
Chorizo	20	\$ 12,99	\$ 259,80
Parrilladas	20	\$ 12,99	\$ 259,80
Cerdo asado	20	\$ 12,99	\$ 259,80
Total ingreso en platos, diarios (Cantidad en Dólares)			\$ 1.583,85
1538.85 dólares diarios por 30 días al mes			\$ 47.515,50

Bebidas	Cantidad al día	Precio dólares	Sub total bebidas
Kola de 1L	15	\$ 3,00	\$ 45,00
Kola de 1/2 L	30	\$ 2,00	\$ 60,00
Jugo natural	15	\$ 2,00	\$ 30,00
Agua 1L	15	\$ 1,00	\$ 15,00
Total ingreso en bebidas, diarias (Cantidad en Dólares)			\$ 150,00

150 Dólares en bebidas diarias por 30 días del mes \$ 4.500,00

TOTAL INGRESOS		
Comida	\$	47.515,50
Bebida	\$	4.500,00
Total ingresos mensual	\$	52.015,50

EGRESOS

Tabla 20

Pago a personal

Cargos	Cantidad	Sueldo en dólares	Subtotal
Chef principal	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Ayudante de cocina	2	\$ 398,00	\$ 796,00
Meseros	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Limpieza y mantenimiento	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Total egresos en sueldos al personal			\$ 2.296,00

Tabla 21

Costos de producción

Platos a la venta	Cantidad de platos vendidos	Costo de producción (en dólares)	Subtotal
Pollo	30	\$ 7,00	\$ 210,00
Bistec	25	\$ 5,00	\$ 125,00
Chorizo	20	\$ 4,00	\$ 80,00
Parrillas	20	\$ 15,00	\$ 300,00
Cerdo	20	\$ 4,00	\$ 80,00
Total egresos en producción, diaria			\$ 795,00
Total costos de producción al mes			\$ 23.850,00

Bebidas	Cantidad	Precio de compra	Subtotal
Kola de 1L	60	\$ 1,50	\$ 90,00
Kola de 1/2 L	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Jugo natural	15	\$ 1,00	\$ 15,00
Moradita 1L	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Total egresos en bebidas diarias			\$ 150,00
Total costos de bebidas al mes			\$ 4.500

Tabla 22**Costos Fijos**

Costos	C. Mensual (dólares)	
Energía eléctrica	\$	250,00
Agua	\$	100,00
Wifi	\$	70,00
Tvcable	\$	40,00
Teléfono	\$	20,00
TOTAL	\$	480,00

Egresos	Subtotal	
Planillas	\$	2.296,00
Costos de producción	\$	23.850,00
Costo de bebidas	\$	4.500,00
Servicios básicos	\$	480,00
TOTAL EGRESOS	\$	31.126,00

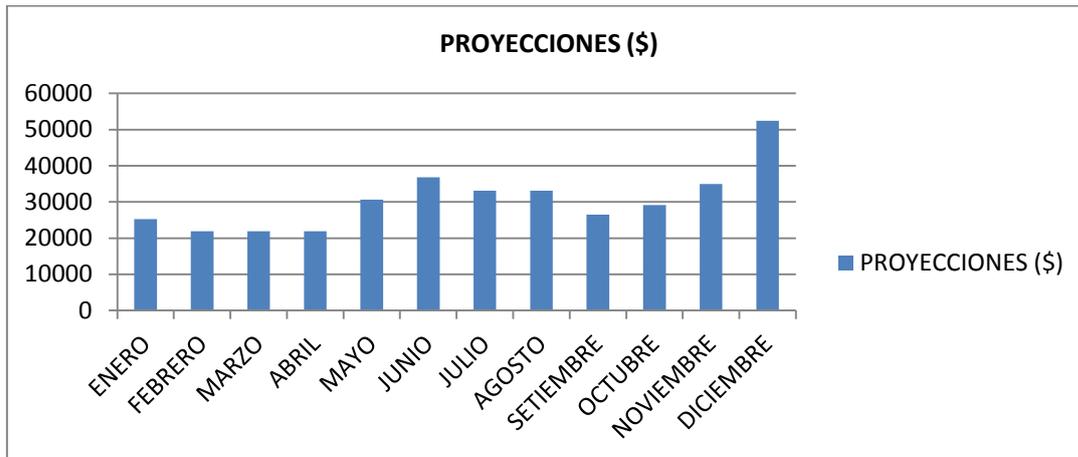
	Dólares	
Ingresos	\$	52.015,50
Egresos	\$	31.126,00
Utilidad mensual	\$	20.889,50
Utilidad %		40,00%

Proyecciones**Tabla N° 23****Proyección de Utilidad**

MES CERO	20.889,50	%	FINAL	
ENERO	-40%	\$ 8.355,80	\$	12.533,70
FEBRERO	-20%	\$ 1.671,16	\$	10.862,54
MARZO	0%	\$ 1.671,16	\$	10.862,54
ABRIL	0%	\$ 1.671,16	\$	10.862,54
MAYO	40%	\$ 4.345,02	\$	15.207,56
JUNIO	-20%	\$ 3.041,51	\$	18.249,07
JULIO	-10%	\$ 1.824,91	\$	16.424,16
AGOSTO	0%	\$ 1.824,91	\$	18.249,07
SEPTIEMBRE	-20%	\$ 3.649,81	\$	14.599,26
OCTUBRE	10%	\$ 1.459,93	\$	16.059,19
NOVIEMBRE	20%	\$ 3.211,84	\$	19.271,02
DICIEMBRE	50%	\$ 9.635,51	\$	30.525,01

Figura N° 18

Proyección de Utilidad



Fuente: Elaborada por la Autora VAN Y TIR

Inversión aproximada del proyecto	\$	52.015,50
Apalancamiento del 100%	\$	52.015,50
Tasa promedio del mercado bancario	\$	0,15
Cuota mensual aproximada del préstamo	\$	7.802,33
VAN	\$	78.023,15
TIR	\$	0,59

REFERENCIAS

- Alzate Jaime. Administración y costos de cocina; Jaime Alzate Editor 2002; Impreso en Colombia por MarvitelLtda.
- Cooper Brian, FLOODY Brian ;Mc NEIL Gina. Como iniciar y administrar un restaurante; Grupo Editorial Norma 2002; BogotáColombia.
- Cuevas Francisco José. Control de Costos y Gastos en los Restaurantes: Limusa2007
- Hernández, S. Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta. ed.). México: McGraw-Hill.
- L. Berry; Leonard. Un buen servicio ya no basta; Cuatro Principios del servicio excepcional al cliente; Grupo Editorial Norma 2002; Bogotá, Colombia.
- L. Pope Jeffrey. Investigación de Mercados, Grupo Editorial Norma;2002.
- Manosalvas, L. (2017). Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora. (Tesis de Doctorado). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Otsuka, Y. (2015). Marketing digital para el posicionamiento de los institutos superiores tecnológicos de lima metropolitana. (Tesis de Doctorado). Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Rada, C. (2015). Diseño, construcción y validación de un instrumento que evalúa clima organizacional en empresas colombianas, desde la teoría de respuesta al ítem. *Acta colombiana de psicología*, (11), 97-113.
- Revista EL GOURMET; Producción Rodrigo Garrillo. Grupo Q S.A.Pramer S.C.A titular de la marca *elgourmet.com* Amante del Buenvivir

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

TEMA	OBJETIVO GENERAL	PREGUNTA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
Plan de negocios para la creación de un asadero de pollo en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018.	Diseñar un Plan de negocios para la creación de un asadero de pollo en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018.	¿Cuál es el plan de negocios para la creación de un asadero de pollos en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018?.	El diseño de un plan de negocios proporcionará las herramientas e información necesaria para la creación de un asadero de pollo en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018
	OBJETIVO ESPECÍFICOS	PREGUNTAS ESPECÍFICAS	
	Determinar el mercado objetivo, y la mezcla de marketing. (Análisis de las 4 P's: Precio, Plaza, Producto, Promoción) Análisis mercado	¿Cuál es el mercado objetivo, y la mezcla de marketing? (Análisis de las 4 P's: Precio, Plaza, Producto, Promoción)	La determinación del mercado objetivo y la mezcla de marketing mix, conlleva a un buen análisis externo
	Establecer que maquinarias, enseres; son necesarios para la elaboración de cada plato, calidad- costo- cantidad requerida para la elaboración de cada plato. Análisis Técnico	¿Qué maquinarias, enseres; son necesarios para la elaboración de cada plato, calidad- costo- cantidad requerida para la elaboración de cada plato?	El establecer las maquinarias y enseres necesarios para la elaboración, influye directamente en el análisis técnico
	Determinar el ciclo de producción; así como cuál será el Recorrido de Planta Análisis Operativo.	¿Cuál es el ciclo de producción; así como cuál será el Recorrido de Planta?	La determinación del ciclo de producción como el del recorrido de la planta conlleva a un excelente análisis operativo
	Desarrollar una estructura administrativa tal que responda a los requerimientos del negocio y a las exigencias del mercado, definiendo para ello sus políticas, objetivos estratégicos, su estructura, y responsabilidades individuales. (Organigrama) Análisis Administrativo	¿Cuál es la estructura administrativa tal que responda a los requerimientos del negocio y a las exigencias del mercado, definiendo para ello sus políticas, objetivos estratégicos, su estructura, y responsabilidades individuales?	El desarrollo de una estructura administrativa conlleva a un buen análisis administrativo.
	Implantar el tipo de sociedad y los procedimientos para la conformación de la misma. Análisis Jurídico Legal	¿Cuál es el tipo de sociedad y los procedimientos para la conformación de la misma?	La implementación del tipo de sociedad y los procedimientos para la conformación de la misma influyen directamente en el análisis jurídico legal.
	Determinar la estrategia de financiación para el montaje del asadero y la estructura del mismo Análisis Financiero	¿Cuál es la estrategia de financiación para el montaje del asadero y la estructura del mismo?	La determinación de la estrategia de financiación y la estructura de la misma conlleva a un excelente análisis financiero.

ENCUESTA

Anexo 2. Encuesta



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Cordiales saludos, el siguiente cuestionario, de carácter confidencial, está destinado a recaudar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto al “Plan de negocios para la creación de un asadero de pollo en la ciudadela Abel Gilbert del cantón Durán Ecuador 2018.”. Se le agradece de antemano su valiosa participación.

I. INSTRUCCIONES

Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X) la calificación que considera adecuada teniendo en cuenta la siguientes escala de medida : (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indeciso (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

DATOS GENERALES

1. Sexo: M F:
2. Edad: 18 - 28 29 – 38 39 – 48 49 – 58 59 -68
3. ESTADO CIVIL: Soltero Casado Viudo Divorciado
4. HIJOS SI NO
5. Grado de Estudios: Post grado Superior Universitario Técnico Secundaria
6. Ocupación: Estudiante Dependiente Independiente Otros
7. Fecha de aplicación: ___/___/___

I. ¿Acostumbra a salir a un restaurante?

Si __

No__

II. ¿Si su respuesta es positiva por favor señale la frecuencia con que lo acostumbra a hacer?

1. Una vez a la semana ____
2. Dos veces a la semana ____
3. De tres a 5 veces a la semana ____
4. Una vez al mes ____
5. Dos veces al mes ____
6. Todos los días ____

III. ¿Por qué motivos usted asiste a un restaurante?

1. Por salir a distraerme ____
2. Porque simplemente me gusta ir ____
3. Allá me encuentro con mis amigos ____
4. Porque me invitan ____

5. No me gusta cocinar ____
6. No tengo tiempo ____
7. Otros, cuales ____

IV. Al escoger un restaurante lo que tengo en cuenta es:

1. Por el tipo de comida que ofrecen ____
2. Porque me lo recomendaron como bueno ____
3. Por la conveniencia de precios ____
4. Por el ambiente ____
5. Porque está de moda ____
6. Por su horario de atención ____
7. Por la facilidad de parquear ____
8. Otros, cuales ____

V. ¿le parece necesario que exista un asadero de pollos en la ciudad de Abel Gilbert?

1. SI ____
2. NO ____

VI. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pollo Asado?

1. \$ 15.00 ____
2. \$ 18.00 ____
3. \$ 20.00 ____
4. Otro precio, cuánto? ____

VII. ¿Qué productos desearías encontrar en nuestros Asadero?

1. Pollo Asado ____
2. Bistek Asado ____
3. Chorizo ____
4. Parrilla de carne ____
5. Cerdo Asado ____
6. Otros, cuales ____

VIII. ¿Qué promociones desearías encontrar en nuestro negocio?

1. 2x1 ____
2. El segundo plato a mitad de precio ____
3. Tragos gratis ____
4. Otros, cuales ____

IX. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría enterarse de nuestras promociones?

1. Redes sociales ____
2. TV ____
3. Diarios ____
4. Radios ____
5. Otros ____

X. ¿Considera importante la posibilidad de pagar con tarjeta de crédito?

1. SI ____
2. NO ____

Anexo 3 Validaciones por expertos del cuestionario aplicado:

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Alvarado Castoreña José Arturo con DNI N° 02112218
 Doctor en Administración N° ARH De profesión Administrador
 desempeñándome actualmente como Docente En Universidad Alas Peruanas

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el instrumento Plan de negocio para la creación de un negocio de pastas en la Cabaña del Asirbat del Cantón de Dura, Ecuador-2018

- Cuestionario
- Guía de entrevista

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACETABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1.- Claridad					X
2.- Objetividad				X	
3.- Actualidad					X
4.- Organización					X
5.- Suficiencia					X
6.- Intencionalidad					X
7.- Consistencia				X	
8.- Coherencia					X
9.- Metodología					X

 Mg. Alvarado Castoreña, José Arturo
 REG. UNIV. DE COLO. N° 19024

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Martín Valero Pardo Moral Con DNI N° 03694341
Magister Doctor en Administración N° ARN : De profesión
Administrador desempeñándome actualmente como
Docente En Universidad Los Ríos

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el
instrumento Plan de negocios para la creación de un negocio de venta en la
Ciudad de Abel Galindo del Canton Durán, Ecuador - 2018.

- Cuestionario ✓
- Guía de entrevista

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1.- Claridad					X
2.- Objetividad				✓	
3.- Actualidad					X
4.- Organización					X
5.- Suficiencia					X
6.- Intencionalidad					X
7.- Consistencia				X	
8.- Coherencia					X
9.- Metodología					X



Mag. Valero Pardo Moral
UNIVERSIDAD LOS RÍOS

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

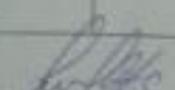
Yo Yolanda Cortez María E. Escobar Con DNI N° 02714301
 Máster Doctor en ADMINISTRACIÓN, N° ARN : _____, De profesión
ADMINISTRADORA, desempeñándome actualmente como
DOCENTE En UNIVERSIDAD ALAS PERUAS

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el
 instrumento: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN AJADO DE DE
 PASTAS EN LA CIUDAD DE AGUAS VIVAS DEL CANTÓN
 DURAN, ECUADOR - 2013

- Cuestionario
- Guía de entrevista

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
 apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1.- Claridad					/
2.- Objetividad					/
3.- Actualidad					/
4.- Organización				/	
5.- Suficiencia				/	
6.- Intencionalidad				/	
7.- Consistencia					/
8.- Coherencia					/
9.- Metodología					/


 Mg. Yolanda Cortez, María E. Escobar
 MSc. ADM. DE NEG. Y 2010