



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

**CARRERA DE ECONOMIA
CASO DE ESTUDIO**

PREVIO A LA OBTENCION DE TITULO DE ECONOMISTA

TEMA :

**PLAN DE NEGOCIOS PARA REALIZAR ADECUACIONES
EN LA INFRAESTRUCTURA DEL “ASADERO REY POLLO”,
EN EL CANTÓN MILAGRO**

**ADRIANA GABRIELA RODRIGUEZ ZUÑIGA
GUAYAQUIL
2023**

PLAN DE NEGOCIOS PARA REALIZAR ADECUACIONES EN LA INFRAESTRUCTURA DEL ASADERO REY POLLO EN EL CANTON MILAGRO

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	1%
2	Submitted to upec Trabajo del estudiante	<1%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
4	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to IPChile Trabajo del estudiante	<1%
6	Submitted to Corporación Universitaria Iberoamericana Trabajo del estudiante	<1%
7	riunet.upv.es Fuente de Internet	<1%



MARICA JACQUELINE
CESAR LLERENA

8	Submitted to Universidad Tecnologica de Honduras Trabajo del estudiante	<1 %
9	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
10	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
11	www.e-campo.com Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.una.ac.cr Fuente de Internet	<1 %
13	www.pulsoslp.com Fuente de Internet	<1 %
14	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
15	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
16	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
17	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
18	issuu.com Fuente de Internet	<1 %

19	www.saa.unito.it Fuente de Internet	<1 %
20	bancaenglishemfloyerich.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
21	canalmetal.acambiode.com Fuente de Internet	<1 %
22	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
23	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
24	www.uhu.es Fuente de Internet	<1 %
25	docspike.com Fuente de Internet	<1 %
26	dokumen.pub Fuente de Internet	<1 %
27	explorapuebla.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.upec.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
30	www.avocadosource.com Fuente de Internet	<1 %

31

GOLDER ASSOCIATES PERU S.A.. "EIA-SD de la
Modificación del Proyecto de Exportación de
Gas Natural Licuado - Pampa Melchorita -
Perú-IGA0011336", R.D. N° 550-2006-
MEM/AAE, 2021

<1 %

Publicación

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado



ANUSCA JACKELINE
LEORO LLERENA

Índice General

Resumen Ejecutivo	1
Introducción.....	1
1.Contextualización de la Investigación.....	3
1.1.Planteamiento del Problema de Investigación	3
1.2.Justificación de la Investigación	3
1.3.Objetivos.....	3
1.3.1.Objetivo General	3
1.3.2.Objetivos Específicos	4
2.Análisis de la Propuesta.....	4
2.1.Caracterización de la Microempresa Objeto de Estudio	4
2.2.Localización Geográfica.....	4
2.3.Análisis del Contexto del Asadero Rey Pollo	5
2.4.Estudio de Mercado.....	6
2.4.1.Zona de Influencia de Mercado.....	7
2.4.2.Aspectos Demográficos	7
2.4.3.Perfil del Visitante	7
2.4.4.Demanda Potencial.....	8
2.4.5.Factores Que Afectan La Demanda.....	8
2.4.6.Segmentación del Mercado	8
2.4.7.Comportamiento Histórico de la Demanda	9
2.4.8.Oferta Actual del Proyecto.....	9
2.4.9.Los dos Principales Competidores	9
2.4.10.Ventaja en Relación a la Competencia	9
2.5.Análisis 4p 's.....	10
2.5.1.[1P] Definición de las Estrategias del Producto.....	10
2.5.2.[2P] Definición de las Estrategia De Precios	11

2.5.3.[3P] Definición de las Estrategia De Promoción	11
2.5.4.[4P] Definición de las Estrategia De Plaza	12
3.La Propuesta	13
3.1.Estructura Organizativa de la Empresa	13
3.2.La Misión.....	13
3.3.La Visión.....	13
3.4.Valores Empresariales	13
3.5.Factores Claves de Éxito	13
3.6.Estructura Organizacional.....	14
4.Estudio Financiero	14
4.1.Descripción del Estudio Financiero	14
4.1.1.Capital Propio Inicial.....	19
4.1.2.Apalancamiento Financiero	19
4.1.3.Recursos Tángibles.....	19
4.1.3.1.Equipos de Cómputo y Telecomunicaciones	15
4.1.3.2.Costos de Maquinarias y Equipos	16
4.1.3.3. Muebles y Enseres.....	16
4.1.3.4. Costos de Construcción	16
4.1.4.Recursos Intángibles.....	19
4.1.5. Presupuesto de Costos Fijos.....	19
4.1.5.1.Gastos Administrativos – Sueldos y Salarios	19
4.1.5.2.Otros gastos de Administración.....	19
4.2.Presupuesto de Inversión	20
4.2.Presupuestos de Costos Fijos	21
4.3.Presupuestos de Costos Variables	23
4.4.Presupuestos de Ventas.....	23
4.5.Estado de Resultados.....	24

4.6.Flujo de Efectivos	25
4.7.Indicadores de Rentabilidad.....	26
5.Conclusiones y Recomendaciones	28
5.1.Conclusiones	28
5.2.Recomendaciones.....	29
Bibliografía	30

Resumen Ejecutivo

El presente estudio pretende demostrar la factibilidad técnica para la puesta en marcha de un proyecto turístico consistente en la adecuación de la infraestructura de un restaurante ubicado en el Cantón Milagro, Provincia del Guayas, proyecto que se encuentra en funcionamiento y es administrado por su propietaria la Sra. Narcisa de Jesús Figueroa Montalván.

Con la información obtenida de fuentes primarias y secundarias, se ha logrado estructurar el presente plan en el cual se ha realizado los análisis pertinentes en áreas como mercado, competencia, área técnica del proyecto, aspectos administrativos y financieros, que posibilitarían determinar la viabilidad de otorgar el financiamiento necesario.

En el componente de mercado sobre la base de los recursos que se van a implementar, se identificó un nicho importante de visitantes marcados por sus características. Milagro cuenta con una población de aproximadamente 199.835 habitantes según datos publicados por la prefectura.

Para el diseño del servicio y su posicionamiento se realizó un análisis territorial, es decir se analizó a los principales competidores, definiendo que existen muy pocos competidores directos en la zona de influencia del proyecto, cabe indicar que existen negocios que prestan el servicio de venta de alimentos y bebidas, pero no con el concepto que se desea implementar.

Se intervendrán aproximadamente 400 mts. cuadrados, tanto a nivel de construcción de la infraestructura, así como la adecuación de ciertas áreas. Básicamente se pretende readecuar toda la planta baja y habilitar un piso adicional, el cual servirá como salón de eventos con capacidad instalada para atender a 200 personas adicionales.

El manejo del proyecto está a cargo de su propietaria que es la administradora del Asadero Rey Pollo y bajo esta un Contador y el resto de áreas administrativas y operativas del negocio para el correcto desempeño del Asadero Rey Pollo.

En cuanto al análisis financiero, parte de la determinación del costo total del proyecto, el total de la inversión se ha estimado en aproximadamente \$ 900.000, de los cuales, el aporte de capital propio se ha estimado en \$ 700.000 que esta dividido entre la edificación, muebles, enseres, equipos con los que viene funcionando el Asadero Rey Pollo en la actualidad, y la

diferencia de \$ 221.000, se financiará mediante un préstamo de largo plazo, con dividendos anuales.

Estas aseveraciones sumamente resumidas se encuentran demostradas en el presente documento en el mismo orden en el que han sido enumeradas y descritas.

Introducción

El presente proyecto de investigación es realizado al Asadero Rey Pollo, ubicado en la ciudad de Milagro, inicio sus actividades comerciales el 2 de febrero de 1190, se dedica a la venta de bebidas y comidas para restaurantes para consumo inmediato; actualmente se encuentra posicionada en el mercado, siendo uno de los lugares de preferencia de los hogares milagreños.

En la actualidad, los establecimientos de comida tienen severas deficiencias operativas, evidenciando una ausencia de orientación al cliente, generando deterioro en la imagen del negocio, afectando directamente su estado financiero, impidiendo su desarrollo y crecimiento. La mayoría de los emprendedores de este sector son empíricos, carecen de competencias en administración empresarial.

La gastronomía es sumamente importante en el turismo de una ciudad, contribuye al desarrollo de diferentes aspectos sociales, económicos y otros aspectos que intervienen en el entorno. Desde este punto de vista, la gastronomía puede convertirse en patrimonio turístico de una ciudad.

La actividad turística, como eje transversal a cada uno de los prestadores de servicios que dinamiza la economía, abarca también a la gastronomía. Son precisamente los establecimientos de alimentación colectiva, los que cada vez más adquieren conciencia social y sustentable, incorporando políticas en las operaciones organizacionales en pro del desarrollo sustentable (Proaño, 2019, pág. 3)

Los asaderos de pollo son negocios que tienen mucha competencia, las personas ven en ellos una oportunidad para emprender, ya que estos productos alimentarios tienen una alta demanda, debido a que los precios de venta son relativamente bajos, convirtiéndose en una de las primeras alternativas de comida preparada para las familias.

Asadero Rey Pollo ha crecido significativamente, en la actualidad el establecimiento no le permite atender a toda su clientela, generando malestar e insatisfacción a aquellas personas que no pudieron ser atendidos. Esto genera pérdidas financieras al negocio, producto de esa demanda insatisfecha.

En la actualidad gran parte de las organizaciones, sean grandes o pequeñas, mantienen un limitado manejo del sistema de planificación de la demanda e ignoran la importancia de poseer un nivel de producción que pueda ser pronosticado y que cumpla con el objetivo de cubrir las necesidades de los clientes que lo solicitan (ELITELOGIS, 2018)

De ahí surge la iniciativa del proyecto, el cual tiene el propósito de realizar adecuaciones al establecimiento, en el que se incluye la construcción de un salón de eventos, con la finalidad de satisfacer la demanda creciente del mercado, contribuir a la generación de empleo y mejorar la economía familiar.

La demanda de servicios de alimentación y de organización de eventos de calidad en el cantón Milagro es muy elevada, por lo que es de interés desarrollar este proyecto para ofrecer nuevas alternativas y estrategias para coadyuvar a la generación de nuevos empleos y solucionar la creciente demanda de pollo asado en el mercado local, por lo tanto, a través del presente proyecto se determinará las estrategias y alternativas para captar la demanda de pollos asados en los estratos medio y medio alto y aprovechar las ventajas existentes a través de un producto que satisfaga las necesidades de los paladares más exigentes.

1. Contextualización de la Investigación

1.1. Planteamiento del Problema de Investigación

Las microempresas del Cantón Milagro tienen severas deficiencias administrativas, son manejadas de manera empírica, no tienen el asesoramiento de expertos, sus actividades productivas carecen de planificación, esto incide directamente en su estado financiero, volviéndolos vulnerables, lo que conlleva en muchas ocasiones a que fracasen.

Las empresas en la ciudad de Milagro tienen una vida estimada de 10 años, encontrando su pico de utilidad en los 6 años, comenzando así una carrera decreciente, esto con excepciones que mantiene actividad por más de tres décadas en la ciudad. Sin embargo, las grandes compañías internacionales y también nacionales han eliminado sistemáticamente a negocios con una amplia trayectoria en el mercado de Milagro. (Moreira, Carvajal, & Barreno, 2020, pág. 85).

El Asadero Rey Pollo no es la excepción, es manejado de manera empírica y conforme a la experiencia adquirida por su propietaria, es cierto que lleva treinta años en el mercado y ha podido sortear las diferentes crisis políticas e inestabilidad económica del país; pero luego de más de tres décadas, no ha tenido el crecimiento esperado, no cumple con la demanda del mercado de su producto, el establecimiento actual no acoge a toda su clientela, esto genera pérdidas financieras, los clientes que no pueden ser atendidos van a la competencia.

1.2. Justificación de la Investigación

Ante el inminente crecimiento empresarial del Asadero Rey Pollo y la existencia de una demanda insatisfecha, surge la necesidad de expandirse y adecuar las instalaciones, de tal manera que pueda cumplir las necesidades y expectativas del mercado. Esto conllevará a que Asadero Rey Pollo mejore imagen empresarial, crezca su participación en el mercado, genere mayores ingresos y optimice su situación financiera.

El presente estudio servirá de guía para cualquier emprendedor que desee agrandar su negocio y cumplir con la demanda del mercado. Esta investigación muestra de forma clara y ordenada, el marco teórico para sea implementada de manera oportuna.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para realizar las adecuaciones de infraestructura al Asadero Rey Pollo ubicado en la ciudad de Milagro

1.3.2. *Objetivos Específicos*

- Realizar el análisis al contexto del Asadero Rey Pollo, utilizando la herramienta Matriz FODA.
- Realizar un estudio de mercado que permita obtener información del mercado, que contribuya a definir estrategias comerciales.
- Elaborar un estudio Técnico que permita determinar la viabilidad del proyecto.

2. **Análisis de la Propuesta**

2.1. **Caracterización de la Microempresa Objeto de Estudio**

ASADERO REY POLLO ofrece el servicio de restaurante de platos a la carta elaborados principalmente con pollo, la venta de almuerzos y bajo pedido la elaboración de bufetes para eventos, además de alquilar la terraza del amplio local donde funciona para organización de eventos, todo esto en un ambiente de altísima calidad y servicio, con amplios espacios para ofrecer los servicios que presta y todo esto a un precio justo, lo cual ha llevado a obtener la fidelidad de sus clientes que asiduamente acuden al lugar para degustar de tan deliciosos platos que se han convertido en una tradición en el cantón Milagro.

Tabla 1.

Descripción del Asadero “Rey Pollo”.

Razón Social	FIGUEROA MONTALVAN NARCISA DE JESUS
RUC	0908954811001
Inicio de actividades comerciales	2 de febrero de 1990
Actividad Económica	Venta de bebidas y comidas para restaurantes para consumo inmediato
Dirección	Av. 17 de septiembre S/N y Esmeraldas /

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

2.2. **Localización Geográfica**

En la figura 1 se puede observar la localización geográfica del asadero de “Rey Pollo”; en la figura 2 se muestra la vista frontal del establecimiento.

Figura 1.

Ubicación Geográfica.



Fuente: Tomado de Google Maps.

Figura 2.

Vista frontal del establecimiento.



Fuente: Tomado de la página Web de Rey Pollo.

2.3. Análisis del Contexto del Asadero Rey Pollo

La Matriz FODA es una herramienta de planificación estratégica que permite evaluar el contexto de una empresa; esto es, identificar los factores internos y externos que intervienen en las operaciones productivas de la empresa y que pueden llegar a afectar a al Asadero de Pollo Rey Pollo. Esta herramienta permite a la empresa realizar una planificación estratégica basada en las variables que intervienen en el mercado.

Tabla 2.

Matriz de Análisis FODA del Asadero “Rey Pollo”.

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F ₁ Experiencia mayor a 30 años	D ₁ Capacidad insuficiente del establecimiento
F ₂ Comida de alta calidad	D ₂ Recursos financieros limitados
F ₃ Competitividad en los precios	D ₃ Planificación deficiente de las actividades productivas
F ₄ Vías de acceso de primer orden	D ₄ Poca capacitación del personal en atención al cliente.
F ₅ Ubicación estratégica	D ₅ Deficiencias en los costos de operación
F ₆ Ambiente agradable	

- FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O ₁ Cubrir la demanda insatisfecha	A ₁ Inestabilidad política del país
O ₂ Plataformas digitales de entrega a domicilio	A ₂ Competidores directos e indirectos en el sector
O ₃ Presencia en redes sociales	A ₃ Inseguridad
O ₄ Alquiler de establecimiento para eventos especiales	A ₄ Costes elevados de los insumos, derivados del Fenómeno del Niño
O ₅ Creciente flujo de turistas	

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

2.4. Estudio de Mercado

Da Silva (2021) dice que un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por empresas comerciales cuyo objetivo es obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar (Da Silva, 2021).

El estudio de mercado permite obtener información del sector donde desarrolla sus actividades productivas y comerciales el Asadero Rey Pollo, contribuyendo a la toma de decisión si es conveniente o no realizar la ampliación del establecimiento.

En lo que se refiere al servicio de alimentación el cantón Milagro cuenta con una gran cantidad de establecimientos de alimentación que ofrecen una amplia gama de alimentos y bebidas al turista, como son comidas típicas de la zona, comidas rápidas, comidas vegetarianas, comidas internacionales y bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas.

A continuación, se presenta el análisis del estudio de mercado:

- La gran mayoría del cantón Milagro conocen al Asadero Rey Pollo, esto contribuye implementar estrategias de relanzamiento, ya que no es una marca nueva en el mercado.
- Existe una alta demanda de pollo asado en la ciudad de Milagro, actualmente no se abastece con la demanda, lo que quiere decir que el proyecto si es viable.
- Basada en la experiencia que tiene la propietaria del negocio, se puede establecer que las personas que más consumen pollo eligen el lugar por la calidad, sabor del producto, el precio y por la calidez del servicio.
- Así mismo, se pudo determinar que, de lunes a viernes la mayoría de clientes son estudiantes y trabajadores de organizaciones públicas o privadas del sector; mientras los fines de semana es visitada por familias.
- El volumen de producción va ligado al crecimiento del mercado.

2.4.1. Zona de Influencia de Mercado

El sector de influencia del Asadero Rey Pollo, es el cantón Milagro ya que se encuentra ubicado en pleno casco comercial del cantón el cual posee un efectivo flujo de visitantes relativamente constantes a largo de todo el año.

2.4.2. Aspectos Demográficos

Según datos publicados por la prefectura del Guayas, Milagro cuenta con una población de aproximadamente 199.835 habitantes.

2.4.3. Perfil del Visitante

Según un estudio realizado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (2015)

“El visitante que llega al cantón Milagro es en su mayoría de sexo masculino con una edad que va entre los 31 y 40 años de edad y un nivel de educación de secundaria. Se dedica a actividades de comercio y proviene de ciudades aledañas. Es un visitante que

ya ha estado en Milagro antes por motivos comerciales. Estos viajes los realiza la mayor parte del tiempo solo. Es una persona que no se queda a dormir a Milagro” (pág. 6).

Es importante recalcar, que un gran número de las personas que visitan la ciudad de Guayaquil provienen de la ciudad de Guayaquil, convirtiéndose en un objetivo potencial y al cual también deben ir dirigidas las estrategias de promoción.

2.4.4. Demanda Potencial

La ciudad de Guayaquil es un mercado potencial para el cantón Milagro por lo que se considera como el mercado objetivo potencial de Milagro y hacia el cual van a dirigidas las estrategias de promoción para así motivar a los habitantes de la ciudad de Guayaquil a que visiten el cantón Milagro.

Por otro lado este mercado potencial en alguna ocasión ya ha visitado el cantón sea por motivos comerciales, familiares o solo de paseo y a pesar de haber realizado dicha visita años atrás está interesado en volver a visitarlo mientras que aquellos que nunca han visitado el cantón antes muestran también un interés en conocerlo y visitarlo.

2.4.5. Factores Que Afectan La Demanda

En este mercado se presentan algunos factores que pueden influir o afectar a la cantidad demanda del producto, los principales factores que se pueden presentar son, un incremento en el ingreso de las personas, precios de los bienes, precio del bien sustituto, crecimiento de la población, hábitos de consumo, gustos y preferencias, etc.

2.4.6. Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado es una estrategia de marketing que consiste en dividir el público de una marca o negocio en grupos más pequeños, que se identifican por ciertas características que comparten entre sí. Con una segmentación es más fácil dirigir los esfuerzos de branding, ventas y seguimiento de forma personalizada (Pursell, 2023)

El producto es vendido en el cantón Milagro, en el centro de la ciudad, cerca de varias instituciones públicas y privadas, y dirigido a la población económicamente activa con edades comprendidas de entre los 18 y 45 años; del mismo modo, a las familias de clase media.

Es importante recalcar, la población tiene hábitos de consumo más o menos similares en su alimentación, lo que si varia es la forma de consumo que le dan a este producto, en los diferentes y muy variados platos que hay como preparar con los pollos.

2.4.7. Comportamiento Histórico de la Demanda

Como ya se mencionó, el pollo asado está presente en la alimentación cotidiana de la población ecuatoriana, y con el paso del tiempo ha ido creciendo su consumo. Actualmente se ha ido tecnificando su producción, lo cual acompañado de un marketing más riguroso ha dado como consecuencia un mayor consumo por habitante.

El consumo de pollos asados crece sostenidamente en el mercado ecuatoriano y se ha convertido en la fuente de proteína más barata. Según cifras de la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (CONAVE), para 2022 se produjeron casi 263 millones de pollos, de los cuales se consume anualmente por persona 27.31 Kg., de ahí las buenas expectativas que tienen los avicultores y vendedores de pollos (CONAVE, 2021)

2.4.8. Oferta Actual del Proyecto

La oferta total está compuesta por todas las empresas que venden los pollos asados, en donde podemos establecer que las empresas se diferencian unas de otras por la capacidad de venta, determinado por el espacio físico utilizado, la tecnología, el grado de posicionamiento, su tamaño, etc.

2.4.9. Los dos Principales Competidores

Los principales competidores de Rey Pollo son Asadero La Brasa y Pollo Dorado a la Brasa, los tres se encuentra ubicados por el sector y sus productos tienen aceptación en el mercado

Tabla 3.

Principales competidores de Rey Pollo

Asadero La Brasa	Pollo Dorado a La Brasa
Propietario: Angélica Bravo Figueroa	Propietario: Ángel Bravo Velásquez
Dirección: Av. Los Chirijos s/n y Los Ríos	Dirección: Av. Los Chirijos y El Oro
Categoría: Tercera	Categoría: Tercera
Mesas totales: 12	Mesas totales: 8
Sillas totales: 48	Sillas totales: 32

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

2.4.10. Ventaja en Relación a la Competencia

Asadero Rey Pollo, tiene como ventaja frente a la competencia los más de treinta años de experiencia que tiene en el mercado, los precios cómodos frente a otros competidores directos e indirectos, servicio de calidez que ofrece a sus visitantes y sobre todo la constante innovación en los servicios que ofrece a su distinguida clientela, en este caso una vez habilitada la planta alta va a superar largamente el servicio que ofrecen frente a sus competidores directos.

2.5. Análisis 4p's

Las 4p's o marketing mix, es un conjunto de acciones de marketing enfocadas en lograr el éxito de un producto o servicio, desde su fabricación o elaboración hasta su llegada al punto de venta y/o cliente final.

Esta herramienta permite al Asadero Rey Pollo definir estrategias comerciales que lo hagan más competitivo y acordes a las exigencias del mercado.

2.5.1. [1P] Definición de las Estrategias del Producto

La empresa Asadero Rey Pollo se dedica a la venta de pollo asado al carbón, las principales líneas de productos que se venden y que la empresa ofrece al mercado se pueden observar en la tabla 4.

Tabla 4.

Descripción de los productos

Producto	Descripción
Pollo entero	incluye las presas completas del pollo, una porción de chifles y ensalada
Medio pollo	Medio pollo, una porción de chifles y una porción de ensalada
Cuarto de pollo	Cuarto de pollo, una porción de chifles y una porción de ensalada
Arroz con menestra y 1/8 de pollo	Diversos platos como arroz con menestra y pescado, carne o chuleta, seco de pollo, seco de carne, guatita, moros, y también almuerzos.
Bufete	Se manejarán 4 opciones, selección a gusto del cliente
Alquiler del salón de eventos	Capacidad para 100 personas

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

2.5.2. [2P] Definición de las Estrategia De Precios

Para la venta de pollos vamos a utilizar una estrategia de precios bajos de acuerdo con los de la competencia es decir utilizaremos un margen menor de los que ellos establecen.

Para este análisis del bufete y el salón de eventos se usa un criterio conservador, se lo hace tomando como referencia que el establecimiento será alquilado solo una vez al mes y que aunque se tenga capacidad para cien personas, sólo se venderán cincuenta platos de

Tabla 5.

Estimación de precios y venta estimada.

Descripción del Producto	Precio (\$)	Venta Estimada	Días
Pollo entero	14.50	20 platos diarios	360
Medio pollo	7.50	30 platos diario	360
Cuarto de pollo	3.75	40 platos diarios	360
Arroz con menestra y 1/8 de pollo	3.00	40 platos diarios	360
Bufete	10.00	50 platos por evento	52
Alquiler del salón de eventos	300.00	1 vez a la semana	52

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

2.5.3. [3P] Definición de las Estrategia De Promoción

En lo que se refiere a publicidad se realizará campañas publicitarias en radio y periódicos locales y en las calles con el fin de que las personas puedan conocer del producto y de los beneficios de este se repartirán volantes.

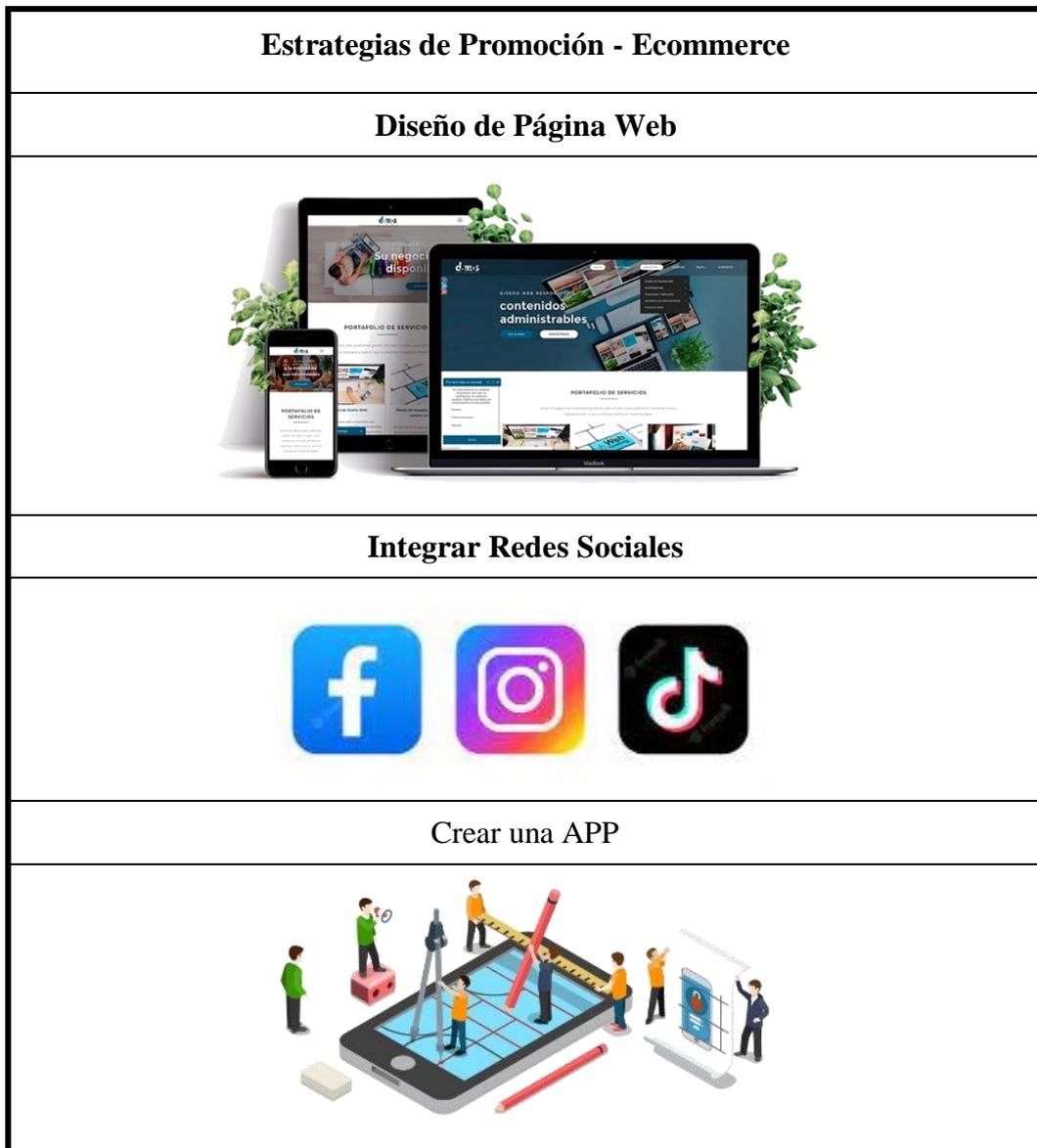
La pandemia cambio significativamente la forma de hacer empresa, antes del Covid-19 no se había desarrollado el E-commerce como canales de venta, había otra cultura y eso no permitía que se realicen ventas online; por lo que, una de las estrategias es tener presencia en la red, se diseñará una página web, será utilizada para informar acerca de las promociones, incluirá imágenes de los productos.

Se tendrá presencia en redes sociales, se abrirán páginas en Facebook, en Instagram y TikTok, se utilizarán publicidades pagas para aumentar la audiencia. También se utilizará whatsapp con el propósito de interactuar y consolidar la imagen de marca.

Por último, se creará una app con la finalidad de brindar un mejor servicio, que permita realizar el pedido satisfacer la necesidad del cliente.

Figura 3.

Estrategias de Promoción Ecommerce



Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

2.5.4. [4P] Definición de las Estrategia De Plaza

Un canal de distribución no es otra cosa que la forma de hacer llegar un producto desde su punto de origen hasta el consumidor final (Acosta, 2017, pág. 9)

Asadero Rey Pollo debe definir la distribución de los pollos, se pueden encontrar varias opciones, hasta que el producto llegue al consumidor final; pero tomando en cuenta la ubicación del negocio el canal principal de venta se realizará de forma directa a todas aquellas personas que deseen consumir el pollo asado.

3. La Propuesta

3.1.Estructura Organizativa de la Empresa

La empresa tiene como objetivo principal la venta de pollos asados y la implementación de un salón de eventos en el cantón Milagro, llegando al mismo con un producto de calidad, a un precio accesible al mercado; de esta forma lograr incentivar el consumo per cápita de este alimento proteico, que es actualmente muy bajo.

3.2.La Misión

Ofrecer una atención de calidad, calidez y amabilidad a los visitantes que llegan al Asadero Rey Pollo, y que solicitan ser atendidos y servidos con los productos y servicios disponibles.

3.3.La Visión

Ser un lugar de referencia turística a nivel local e Intercantonal, por el mérito de sus servicios de calidad y recomendaciones de clientes satisfechos.

3.4.Valores Empresariales

Los valores Empresariales de Asadero Rey Pollo son:

- Calidad.
- Responsabilidad.
- Innovación
- Honestidad.

3.5.Factores Claves de Éxito

Los factores claves de éxito son:

- Calidad, amabilidad, y entrega oportuna del servicio.
- Atención personalizada.
- Limpieza y máxima higiene en todas las facilidades ofrecidas.
- Personal atento y cortés
- Tranquilidad y ambiente relajado.

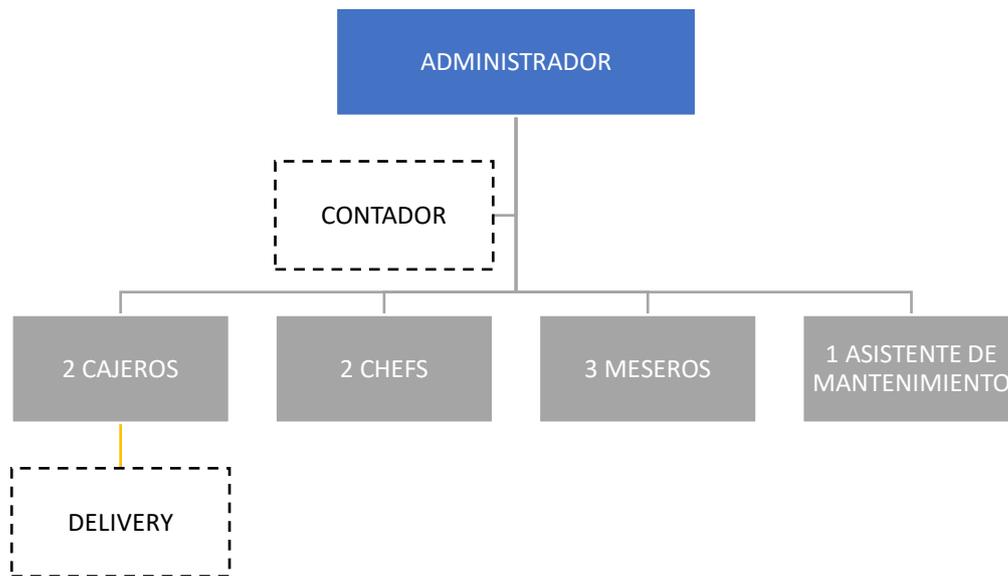
3.6. Estructura Organizacional

La estructura organizacional es el sistema jerárquico escogido para organizar a los trabajadores en un organigrama de una empresa. Gracias a ella, se abordan las formas de organización interna y administrativa (Bizneo HR, 2020).

El organigrama tiene el propósito de definir de forma clara, la distribución jerárquica del Asadero Rey Pollo, y se lo puede observar en la figura 4.

Figura 4.

Organigrama del Asadero Rey Pollo



Elaborado por: Rodríguez, A. (2023)

4. Estudio Financiero

4.1. Descripción del Estudio Financiero

El objetivo fundamental es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y condiciones de financiamiento, y las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes.

4.1.1. Capital Propio Inicial

Se contará con un capital inicial de \$25000.00.

4.1.2. Apalancamiento Financiero

Para contar con liquidez y poder ejecutar el proyecto de manera oportuna, es necesario un apalancamiento financiero que permita contar con el capital de inversión.

El banco de Guayaquil sería la entidad financiera con la que se realizaría el préstamo para el apalancamiento del proyecto, bajo las siguientes condiciones y conforme a la tabla 3:

- Sistema de amortización: francés.
- Monto solicitado: USD 139437.08
- Tasa: 17%.
- Tiempo: 60 meses.

Tabla 6.

Resumen por año del Apalancamiento Financiero.

AÑO	PAGO	INTERES	ABONO	DEUDA
AÑO 0				\$ 139,437.08
AÑO 1	\$ 49,023.75	\$ 21,136.34	\$ 27,887.42	\$ 111,549.66
AÑO 2	\$ 44,282.89	\$ 16,395.48	\$ 27,887.42	\$ 83,662.25
AÑO 3	\$ 39,542.03	\$ 11,654.62	\$ 27,887.42	\$ 55,774.83
AÑO 4	\$ 34,801.17	\$ 6,913.76	\$ 27,887.42	\$ 27,887.42
AÑO 5	\$ 30,060.31	\$ 2,172.89	\$ 27,887.42	\$ 0.00

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.1.3. Recursos Tangibles

4.1.3.1. Equipos de Cómputo y Telecomunicaciones

Los equipos de cómputo considerados para el presente proyecto son dos computadoras las cuales serán utilizadas para la facturación de los pedidos y control de inventarios, una impresora y dos celulares para el manejo de la APP, página web y redes sociales. Los costos de equipos de computación y telecomunicaciones estimados para la ejecución del plan de negocio se encuentran en la tabla 7.

Tabla 7.

Equipos de Computación y Telecomunicaciones.

Nº	Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo Total (\$)
1	HP Computadora All in one / 21-B0005LA / Intel® Pentium® J5040	2	600.00	1200.00
2	Impresora wifi Canon G3110 scanner	1	255.00	255.00
3	<i>Samsung Galaxy A12 Negro 64 GB</i>	2	250.00	500.00
Total, de Computación y Telecomunicaciones				1955.00

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.1.3.2. Costos de Maquinarias y Equipos

En esta parte del plan financiero, se estiman los equipos y maquinarias que se van a utilizar en el incremento de la producción. Ver tabla 8.

Tabla 8.

Costos de Maquinarias y Equipos

Nº	Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo Total (\$)
Equipos:				
1	Frigoríficos	3.00	2550.00	6750.00
2	Cámara de Frio	3.00	2800.00	8400.00
3	Horno de Parrilla	1.00	10500.00	10500.00
Total, costos de maquinarias y equipos				25650.00

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.1.3.3. Muebles y Enseres

Se consideran los muebles y enseres a utilizar en el establecimiento.

Tabla 9.

Muebles y Enseres

Nº	Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo Total (\$)
1	Mesas y Sillas Cromadas	40	450.00	18000.00
Total, costos de maquinarias y equipos				18000.00

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.1.3.4. Costos de Construcción

Para la ejecución del proyecto, se debe estimar los costos de adecuación del establecimiento, estos costos son aquellos costos de obra civil, materiales de construcción; también se consideran los costos de demolición.

Los costos estimados de construcción se los puede visualizar en la tabla 10.

Tabla 10.*Costos de Construcción.*

Nº	Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo Total (\$)
Preliminares				
1	Demolición y desalojo de paredes y mesones	228.7	8.50	1943.95
2	Demolición y desalojo de escaleras	4.75	135.50	643.63
3	Replanteo	464.00	1.50	696.00
Mampostería				
4	Ladrillos	182.25	16.50	3007.13
Hormigón en:				
5	Losa en entepiso nivel	42.5	325.00 455.00	13812.5 19337.50
6	Acero de refuerzo	3.5	185.50	649.25
7	En grada	5.75	185.50	1066.63
8	Otros enlucidos de gradas	17	12.50	212.50
9	Loseta de mesones	18.00	250.50	4509.00
Cubierta (descripción)				
10	Cielo raso	464.00	18.50 22.50	8584.00 10440.00
Revestimientos				
11	Enlucidos verticales	365.10	9.00 12.50	3285.90 4563.75
Pisos				
12	Embaldosados de pisos en porcelanato	464.00	52.72	24463.11
13	Revestimiento de escaleras	17.00	52.72	896.24
14	Pasamanos de: acero inoxidable	3.50	450.00	1575.00
Ventanas de:				
15	Vidrios	3.50	95.00	332.50
16	Hierro	3.50	85.00	297.50
Puertas				
17	Exteriores	2.00	850.00	1700.00
18	Interiores	8.00	90.00	720.00
Cerrajería				

Nº	Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo Total (\$)
19	Exteriores marca	1.00	850.50	850.50
20	Interiores marca	8.00	285.49	2283.92
Instalaciones				
21	Desagües de agua servida	12.00	39.00	468.00
22	Desagües de agua lluvia	2.00	39.00	78.00
23	Bajantes d agua lluvia	12.00	39.00	468.00
24	Canalización exterior			
25	Cajas de revisión	1.00	93.52	93.52
26	Agua potable	12.00	30.20	362.40
27	Tendida de tubería de desagüe	45.00	42.79	1925.55
28	Tendida de tubería de agua potable	45.00	30.20	1359.00
Eléctricas				
29	Luces y tomacorrientes	45.00	50.63	2278.35
30	Teléfonos y tv	2.00	50.10	100.20
31	Tablero de distribución	1.00	460.46	460.46
Piezas sanitarias				
32	Inodoros de tanque bajo	4.00	150.00	600.00
33	Lavabos	4.00	90.00	360.00
34	Urinarios	4.00	120.00	480.00
Pinturas de:				
35	Pinturas para interiores y exteriores	365.10	18.50	6754.35
Total, costos de construcción				93617.08

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.1.4. Recursos Intangibles

En este apartado se estiman los costos por licencias Microsoft, permisos de funcionamiento otorgado por el ARCSA, software administrativo y contable.

Los valores de los recursos intangibles se los puede observar en la tabla 11.

Tabla 11*Licencias y permisos.*

Nº	Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo Total (\$)
1	Licencia Microsoft 365 + 1 TB de almacenamiento en la nube	2	40.00	80.00
2	Software administrativo y contable	2	55.00	110.00
3	Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) otorgado por el ARCSA	1	25.00	25.00
Total, Licencias y Permisos				215.00

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.1.5. Presupuesto de Costos Fijos**4.1.5.1. Gastos de Administración – Sueldos y Salarios**

Se estiman los costos de pago de sueldos, para los cual se toma como referencia el organigrama.

Tabla 12*Gastos de Administración – Sueldos y Salarios*

Cargo	Nº	Sueldos (\$)	Aporte Patronal 11.15%	13avo Sueldo (\$)	14avo Sueldo (\$)	Fondos de Reserva (\$)	Total Mensual (\$)	Total Anual (\$)
Administrador	1	900.00	100.35	75.00	37.50	75.00	1187.85	14254.20
Chef	2	700.00	80.50	58.33	37.50	58.33	934.66	11215.92
Cajeros	2	450.00	50.18	37.50	37.50	37.50	1225.36	14704.32
Meseros	3	450.00	50.18	37.50	37.50	37.50	1840.74	22088.88
Asistente de Mantenimiento	1	450.00	50.18	37.50	37.50	37.50	612.68	7352.16
Total							5801.29	69615.48

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.1.5.2. Otros gastos de Administración

Aquí se estiman los gastos inherentes a los servicios básicos, planes de celular e internet.

Tabla 13.*Otros Gastos Administrativos.*

Nº	Descripción	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total Anual (\$)
1	Servicios básicos	12	150.00	1800.00
2	Plan de internet wifi + planes de celular	2	76.00	152.00
Total, de otros gastos administrativos				1952.00

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

Tabla 14.*Costos de Suministros.*

Nº	Descripción	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo Total anual (\$)
1	Resma de hojas bond A4 de 75 Grs.	5	4.00	20.00
2	Calculadora Casio fx-82MS	2	6.99	13.98
3	Caja de bolígrafos Bic PM x 24 U.	1	8.50	8.50
4	Grapadora Artesco M527	2	4.20	8.40
5	Perforadora Artesco M93 25 hojas	2	3.89	7.78
Total de Costos de Suministros				58.66

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.2.Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión es una herramienta empresarial que contribuye a planificar los recursos financieros en un proyecto; permite al Asadero Rey Pollo analizar y maximizar la utilidad del proyecto de negocio.

El presupuesto de inversión incluye las necesidades financieras para ser utilizadas en bienes de capital. El presupuesto debe desglosar los nuevos activos por categorías detallando la financiación o inversión necesarias de forma desglosada para cada uno de ellos y cuándo será necesaria en términos de flujos monetarios o desembolsos (Asturias Corporación Universitaria, S/F, pág. 3)

El presupuesto del proyecto incluye:

- Presupuesto de Costos Fijos (tabla 9).
- Presupuesto de Costos Variables (tabla 10).

- Presupuesto de Ventas (tabla 11).
- El estado de resultados (tabla 12).
- El flujo de efectivo (tabla 13).

Tabla 15.

Presupuesto de Inversión.

Inversión	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Activos Tangibles	139,222.08	-	-	1,200.00	18,000.00	-	158,422.08
Vehículo							-
Máquinas y equipo	25,650.00						25,650.00
Equipamiento de trabajo							-
Equipos de computación	1,955.00			1,200.00			3,155.00
Equipos de telecomunicación							-
Otros muebles y enseres	18,000.00				18000.00		36000.00
Equipamiento de seguridad							-
Refacciones y obras civiles	93,617.08						
Muebles de oficina							-
Activos Intangibles	215.00	215.00	215.00	215.00	215.00		1,075.00
Licencias y permisos	215.00	215.00	215.00	215.00	215.00		1,075.00
Patentes	208.00	-----	-----	-----	-----	-----	208.00
Capital de trabajo	25,000.00	-	-	-	-	-	25,000.00
Capital de trabajo inicial	25,000.00						25,000.00
Total, Inversiones	164,437.08	215.00	215.00	1,415.00	18,215.00	-	184,497.08

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.1. Presupuestos de Costos Fijos

Según Gasbarrino (2021) los costos fijos son los gastos que una empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación. Es decir, aquellos costos mensuales, bimestrales o anuales que debe cumplir sin importar su número de ventas alcanzadas

Los costos fijos son aquellos que no van a variar en las actividades productivas del Asadero Rey Pollo, permanecen constante, son independientes al volumen de producción, van ligados a los arriendos, servicios básicos, sueldos y salarios.

Tabla 16.

Costos de Costos fijos

Inversión	Costo mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	Costo mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administración	6,319.79	75,837.48	75,837.48	75,837.48	75,837.48	75,837.48
Sueldos y Salarios	5,801.29	69,615.48	69,615.48	69,615.48	69,615.48	69,615.48
Beneficios del personal	258.50	3,102.00	3,102.00	3,102.00	3,102.00	3,102.00
Servicios profesionales contratados	50.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Gastos indirectos de comercialización		-	-	-	-	-
Alquileres		-	-	-	-	-
Servicios Básicos	150.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Viajes y transporte		-	-	-	-	-
Material de oficina	10.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Gastos de Financiación	50.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Amortización a capital por préstamos		1,672.94	1,976.31	2,124.91	2,758.00	3,258.09
Intereses de préstamos		1,888.81	1,585.80	1,227.60	806.75	303.67
Otros gastos financieros		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Impuestos	-	-	-	-	-	-
Impuestos a la renta / utilidad						
Otros impuestos						
Total Costos Fijos		79,499.23	79,499.59	79,289.99	79,502.23	79,499.24

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.2. Presupuestos de Costos Variables

Los costos variables son aquellos costos que pueden variar dependiendo de la cantidad de bienes o servicios que una empresa produce. Esto significa que, cuanto mayor sea el volumen de producción, mayor será el valor de los costos variables (Torres, 2022).

Es decir, el presupuesto de los costos variables va a incrementar si la producción incrementa. Para el presente proyecto, el presupuesto de costos variables se calcula a cinco años.

Tabla 17.

Presupuesto de Costos Variables

Producto	Unidad de medida	Precio de venta unitario	Cantidad año 1	Cantidad año 2	Cantidad año 3	Cantidad año 4	Cantidad año 5
Pollo entero	unidad	14.50	10,800.00	11,340.00	11,907.00	12,502.35	13,127.47
Medio Pollo	unidad	7.50	10,800.00	11,340.00	11,907.00	12,502.35	13,127.47
cuarto de pollo	unidad	3.75	14,400.00	15,120.00	15,876.00	16,669.80	17,503.29
Arroz con menestra y 1/8 de pollo	unidad	3.00	14,400.00	15,120.00	15,876.00	16,669.80	17,503.29
Bufete	unidad	10.00	2,600.00	2,730.00	2,866.50	3,009.83	3,160.32
Alquiler de salón de eventos	Unidad	300.00	52.00	54.60	57.33	60.20	63.21
Total Ventas	N/A	N/A	53,052.00	55,704.60	58,489.83	61,414.32	64,485.04

Producto	Unidad de medida	Precio de venta unitario	Costos Variables año 1	Costos Variables año 2	Costos Variables año 3	Costos Variables año 4	Costos Variables año 5
Pollo entero	unidad	14.50	89,424.00	93,895.20	98,589.96	103,519.46	108,695.43
Medio Pollo	unidad	7.50	51,624.00	54,205.20	56,915.46	59,761.23	62,749.29
cuarto de pollo	unidad	3.75	30,384.00	31,903.20	33,498.36	35,173.28	36,931.94
Arroz con menestra y 1/8 de pollo	unidad	3.00	24,624.00	25,855.20	27,147.96	28,505.36	29,930.63
Bufete	unidad	10.00	12,506.00	13,131.30	13,787.87	14,477.26	15,201.12
Total Ventas	N/A	N/A	211,178.12	221,737.03	232,823.88	244,465.07	256,688.32

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.3. Presupuestos de Ventas

Mediante el presente presupuesto de ventas se podrá obtener estimación de ingresos por ventas que tendrá el Asadero Rey Pollo en un periodo de cinco años.

Para la proyección de ventas se ha considerado una penetración de mercado del 5%, considerando el número de habitantes de la ciudad de la ciudad de Milagro.

Tabla 18.
Presupuesto de Ventas

Producto	Unidad de medida	Precio de venta unitario	Cantidad año 1	Cantidad año 2	Cantidad año 3	Cantidad año 4	Cantidad año 5
Pollo entero	unidad	14.50	10,800.00	11,340.00	11,907.00	12,502.35	13,127.47
Medio Pollo	unidad	7.50	10,800.00	11,340.00	11,907.00	12,502.35	13,127.47
cuarto de pollo	unidad	3.75	14,400.00	15,120.00	15,876.00	16,669.80	17,503.29
Arroz con menestra y 1/8 de pollo	unidad	3.00	14,400.00	15,120.00	15,876.00	16,669.80	17,503.29
Bufete	unidad	10.00	2,600.00	2,730.00	2,866.50	3,009.83	3,160.32
Alquiler de salón de eventos	Unidad	300.00	52.00	54.60	57.33	60.20	63.21
Total Ventas	N/A	N/A	53,052.00	55,704.60	58,489.83	61,414.32	64,485.04

Producto	Unidad de medida	Precio de venta unitario	Ventas año 1	Ventas año 2	Ventas año 3	Ventas año 4	Ventas año 5
Pollo entero	unidad	14.50	156,600.00	164,430.00	172,651.50	181,284.08	190,348.28
Medio Pollo	unidad	7.50	81,000.00	85,050.00	89,302.50	93,767.63	98,456.01
cuarto de pollo	unidad	3.75	54,000.00	56,700.00	59,535.00	62,511.75	65,637.34
Arroz con menestra y 1/8 de pollo	unidad	3.00	43,200.00	45,360.00	47,628.00	50,009.40	52,509.87
Bufete	unidad	10.00	26,000.00	27,300.00	28,665.00	30,098.25	31,603.16
Total Ventas	N/A	N/A	376,400.00	395,220.00	414,981.00	435,730.05	457,516.55

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.4. Estado de Resultados

“El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de

tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio” (Castro, 2021).

El estado de resultado recopila todos los ingresos y gastos que tendría Rey Pollo durante los primeros cinco años.

Tabla 19.
Estado de Resultados Simplificados.

Cuenta	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Ventas brutas	376,400.00	395,220.00	414,981.00	435,730.05	457,516.55
Costos variables	211,178.12	221,737.03	232,823.88	244,465.07	256,688.32
Utilidad Bruta / Márgen Bruto	165,221.88	173,482.97	182,157.12	191,264.98	200,828.23
Gastos administrativos	75,237.48	75,237.48	75,237.48	75,237.48	75,237.48
Depreciación de Activos Fijos	-	-	-	-	-
Utilidad Operativa / Márgen Operativo (EBIT)	89,984.40	98,245.49	106,919.64	116,027.50	125,590.75
Impuestos a la renta / utilidad	-	-	-	-	-
Utilidad Neta después de impuestos (NOPAT)	89,984.40	98,245.49	106,919.64	116,027.50	125,590.75
Gastos financieros / intereses	1,988.81	1,685.80	1,327.60	906.75	403.67
Utilidad Neta / Resultado del Ejercicio	87,995.59	96,559.69	105,592.04	115,120.75	125,187.08

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.5. Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo es la proyección de la variación de efectivo del plan de negocio durante un período de tiempo; es decir, es la proyección de todos los gastos y ventas que tendrá Rey Pollo durante un período de cinco años.

Tabla 20.*Flujo de Efectivo.*

Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas brutas	-	376,400.00	395,220.00	414,981.00	435,730.05	457,516.55
Costos variables	-	211,178.12	221,737.03	232,823.88	244,465.07	256,688.32
Utilidad Bruta / Márgen Bruto	-	165,221.88	173,482.97	182,157.12	191,264.98	200,828.23
Gastos administrativos	-	75,237.48	75,237.48	75,237.48	75,237.48	75,237.48
Depreciación de Activos Fijos	-	-	-	-	-	-
Utilidad Operativa / Márgen Operativo (EBIT)	-	89,984.40	98,245.49	106,919.64	116,027.50	125,590.75
Impuestos a la renta / utilidad	-	-	-	-	-	-
Utilidad Neta después de impuestos (NOPAT)	-	89,984.40	98,245.49	106,919.64	116,027.50	125,590.75
Depreciación de Activos Fijos	-	-	-	-	-	-
Flujo de Efectivo Bruto \ Cash Flow	-	89,984.40	98,245.49	106,919.64	116,027.50	125,590.75
Inversión en Capital Operativo \ Capital de Trabajo	25,000.00	-	-	-	-	-
Flujo de Efectivo Bruto \ Cash Flow	(25,000.00)	89,984.40	98,245.49	106,919.64	116,027.50	125,590.75
Inversión en Capital Operativo \ Capital de Trabajo	139,437.08	215.00	215.00	1,415.00	18,215.00	-
Flujo de Efectivo Operativo \ Operating Cash Flow	-	-	-	-	-	158,422.08
Inversiones en Activo Fijo y Activo Intangible	(164,437.08)	89,769.40	98,030.49	105,504.64	97,812.50	284,012.83
Valor de Rescate (liquidación) de Activos Fijos		1,988.81	1,685.80	1,327.60	906.75	403.67
Flujo de Efectivo Neto \ Flujo Efectivo Económico \ Net Cash Flow		1,672.94	1,976.31	2,124.91	2,758.00	3,258.09
Costos Financieros \ intereses	(164,437.08)	86,107.65	94,368.38	102,052.13	94,147.75	280,351.07

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

4.6. Indicadores de Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad permiten estimar la eficacia con la que se está administrando Asadero Rey Pollo, permite controlar los costos y gastos, optimizando los beneficios económicos de la empresa.

Tabla 21.

Indicadores de Rentabilidad.

	Indicador	Valor	Referencia
Pto. Eq.	Punto de Equilibrio	186,598.58	Volumen de ventas en el que se logran cubrir todos los costos (fijos y variables)
i (desc)	Tasa de Descuento \ Interés	17%	Tasa de interés a la que se descuentan flujos proyectados
VAN	Valor Actual Neto	219,928.13	VAN > 0.00 = proyecto aceptable
TIR	Tasa Interna de Retorno	57%	TIR > i (desc) = proyecto aceptable
B/C	Índice Beneficio / Costo	2.34	B/C > 1.00 = proyecto aceptable
TRK	Tiempo de Recuperación del Capital	Año 2	Año durante el cual se recupera la inversión inicial (Flujo Acumulado > 0)

Elaborado por: Rodríguez, A. (2023).

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

De acuerdo al cálculo del VAN y la TIR el proyecto es viable, siendo el Valor Actual Neto USD 219,928.13 con una Tasa Interna de Retorno de 57%, recuperando la inversión en el primer año.

El análisis comercial del proyecto se lo hizo con un criterio conservador, pues, para se tomo como referencia que el salón de eventos solo será alquilado una vez por semana y de que se ofrecerán cincuenta platos bufet, es decir, solo se toma en cuenta la mitad de la capacidad del salón de eventos que es de 100 personas. Este servicio representa un rubro significativo de utilidad, pues, cada plato será comercializado en \$10.00, con un costo variable unitario de \$4,83.

Analizando el flujo de caja se establece que la empresa tendrá liquidez a partir del tercer año de ejecución del proyecto, durante el segundo año recupera la inversión final.

La aceptación del producto en el sector está garantizada en razón del cumplimiento de los estándares de calidad establecidos.

La diferencia en el precio con respecto al de otros pollos, y la disponibilidad de una oferta más diversificada de productos con mayor valor agregado para el consumidor, originarán una mayor demanda de esta carne.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda la puesta en marcha del proyecto, por cuanto el análisis financiero así lo demuestra. Para implementar el proyecto, se recomienda capacitar a los trabajadores, con la finalidad de optimizar su desempeño.

Mantener los índices de calidad del producto, realizar encuestas de satisfacción al cliente, con la finalidad de poder tomar cualquier acción correctiva o de mejora de manera oportuna y cumplir con sus necesidades y expectativas.

Realizar estudios de mercado en forma periódica, para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores oportunamente.

Cumplir con todas las normativas y disposiciones vigentes que regulan esta actividad económica y que el proceso de venta se desarrolle dentro de un sistema de cuidado y respeto al medio ambiente.

Bibliografía

- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución*. Recuperado el 22 de julio de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>
- Asturias Corporación Universitaria. (S/F). *Elabración de Presupuestos de Inversiones*. Recuperado el 01 de agosto de 2023, de https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/direccion_financiera/unidad2_pdf2.pdf
- Bizneo HR. (29 de Abril de 2020). *Qué es la estructura organizaciona*. Recuperado el 28 de JULIO de 2023, de <https://www.bizneo.com/blog/estructura-organizacional/>
- Castro, J. (09 de julio de 2021). *¿Qué es el estado de resultados y cuáles son sus objetivos?* Recuperado el 02 de agosto de 2023, de <https://blog.corponet.com/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- CONAVE. (28 de junio de 2021). *CONAVE presenta las Estadísticas del Sector Avícola*. Recuperado el 27 de julio de 2023, de <https://conave.org/conave-presenta-las-estadisticas-del-sector-avicola/>
- Da Silva, D. (4 de marzo de 2021). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*. Recuperado el 7 de julio de 2023, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>
- ELITELOGIS. (8 de octubre de 2018). *¿Qué es la planificación de demanda? ¿Cómo puedo planificar demanda y por dónde debo comenzar?* Recuperado el 7 de julio de 2023, de <https://www.elitelogis.com/que-es-la-planificacion-de-demanda-como-puedo-planificar-demanda-y-por-donde-debo-comenzar/>
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (2015). *Diagnóstico del Sistema Turístico del Cantón Milagro*. Recuperado el 22 de Julio de 2023
- Flores, J. (30 de enero de 2023). *Punto de equilibrio en una empresa: qué es y cómo se calcula*. Recuperado el 02 de agosto de 2023, de <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>
- Gasbarrino, S. (03 de agosto de 2021). Recuperado el 01 de agosto de 2023, de <https://blog.hubspot.es/sales/costos-fijos>

- Moreira, M., Carvajal, A., & Barreno, M. (16 de enero de 2020). *ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO ECONÓMICO-FINANCIERO DE LOS SECTORES EMPRESARIALES DE MILAGRO, ECUADOR*. Recuperado el 2023 de julio de 20, de <file:///C:/Users/Ronal/Downloads/1778-Art%C3%ADculo-7384-1-10-20200214.pdf>
- Proaño, J. (2019). *Deficiencias Operativas en establecimientos gastronómicos rurales: Caso Mindo*. Recuperado el 05 de julio de 2023
- Pursell, S. (19 de junio de 2023). *Qué es la segmentación de mercado: tipos, variables y ejemplos*. Recuperado el 27 de julio de 2023, de <https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-mercado>
- Torres, D. (7 de septiembre de 2022). *Qué son los costos variables, cómo calcularlos y ejemplos*. Recuperado el 01 de agosto de 2023, de <https://blog.hubspot.es/sales/costos-variables>
- Vásquez, C., Fajardo, L., & Vásquez, X. (9 de octubre de 2019). *EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS MICRONEGOCIOS Y SUS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS EN EL CANTÓN MILAGRO, ECUADOR*. Recuperado el 5 de julio de 2023, de <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2019/1.01.pdf>