

REPÚBLICA DEL ECUADOR



INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE LA
TAQUERIA “EL CHULITO” EN LA CIUDAD DE TENA,
PROVINCIA DE NAPO.**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración.

AUTOR: Johnnathan Fabián Soria Mena

DIRECTOR: Ing. Jorge Iván Barahona Bonifaz, Mgs

Tena - Ecuador

2022

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

**ING. JORGE IVAN BARAHONA BONIFAZ, MGS.
DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.**

CERTIFICA:

En calidad de Director del Proyecto Integrador denominado: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE LA TAQUERIA “EL CHULITO” EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO”**, de autoría del **Sr. Johnathan Fabián Soria Mena**, con CC. 1500911050 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 15 de octubre del 2021

Ing. Jorge Iván Barahona Bonifaz, Mgs
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (TIC)

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 25 de enero del 2022

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE LA TAQUERIA “EL CHULITO” EN LA CIUDAD DE TENA PROVINCIA DE NAPO”, presentado por el señor: JOHNNATHAN FABIÁN SORIA MENA, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración, del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;

Mg. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Mg. Edwin Vicente Jara Frias
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Natali Maribel Freire Tixe
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, **JOHNNATHAN FABIÁN SORIA MENA**, declaro ser autor del presente Trabajo de Titulación denominado: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE LA TAQUERIA “EL CHULITO” EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO”**, y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTOR:

JOHNNATHAN FABIÁN SORIA MENA

CÉDULA: 150091105-0

FECHA: Tena, 25 de enero del 2022.

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Yo, JOHNNATHAN FABIÁN SORIA MENA, declaro ser autor del Trabajo de Titulación titulado: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE LA TAQUERIA “EL CHULITO” EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO”**, como requisito para la obtención del Título de: **TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto.

El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la Ciudad de Tena, 25 de enero de 2022, firma el autor.

AUTOR: Johnnathan Fabián Soria Mena

FIRMA:

CÉDULA: 1500911050

DIRECCIÓN: Barrio San Jorge

CORREO ELECTRÓNICO: johnnathansoria@hotmail.com

TELÉFONO: 062846079

CELULAR: 0984388060

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR: Ing. Jorge Iván Barahona Bonifaz, Mgs.

TRIBUNAL DEL GRADO:

Mg. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña (Presidente)

Mg. Edwin Vicente Jara Frias (Miembro)

Ing. Natali Maribel Freire Tixe (Miembro)

DEDICATORIA

Dedico este logro a mi madre que me ha apoyado y ha sido mi fortaleza para seguir superándome y llegar a alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco Dios por darme la sabiduría que necesitaba para alcanzar mis metas, a mi director de titulación por su guía y su paciencia en la realización del trabajo, al igual que a mis padres y hermanos por ser mi apoyo en todo momento.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
AUTORÍA	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ANEXOS	xi
A. TÍTULO	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA	4
2.1 Necesidad.....	4
2.2 Actualidad.....	5
2.3 Importancia	6
2.4 Presentación del problema profesional a responder	7
C. OBJETIVOS	9
3.1 Objetivo General.....	9
3.2 Objetivos Específicos	9
D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS	10
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
5.1 Investigación de mercado	11
5.1.1 Planificación estratégica	12
5.1.2 Administración.....	12

5.2	Plan de negocio	12
5.2.1	Nicho de mercado	13
5.2.2	Estudio de mercado.....	13
5.6.1	Estrategias Financieras	15
5.3	Marco Legal.....	16
	La Constitución de la República del Ecuador.....	16
	Ley de Régimen Tributario Interna	16
	Ley De Turismo	17
	Reglamento De Turismo	18
5.4	Marco Conceptual.....	18
F.	METODOLOGÍA.....	19
6.1	Materiales.....	19
6.1.1	Equipos y Herramientas.....	19
6.1.2	Insumos.....	19
6.1.3	Instrumentos.....	19
6.2	Ubicación del Área de estudio.....	19
6.2.1	Ubicación Política.....	20
6.3	Tipo de investigación / estudio	20
	Investigación documental	21
	Investigación de Campo.....	22
	Investigación Descriptiva	22
	Investigación Explicativa.....	22
6.4	Población	23
6.5	Muestra poblacional.....	23
6.6	Metodología para cada objetivo.....	24
G.	RESULTADOS	27
H.	CONCLUSIONES	74
I.	RECOMENDACIONES	75
J.	BIBLIOGRAFÍA	76
K.	ANEXOS.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Asignaturas integradoras.....	10
Tabla 2.	Género de la muestra poblacional.....	27
Tabla 3.	Rango de edad.....	28
Tabla 4.	Estado civil	29
Tabla 5.	Días de preferencia para comer fuera de casa.....	30
Tabla 6.	Consideraciones para asistir a un restaurante	31
Tabla 7.	Consumo de comida mexicana	32
Tabla 8.	Visitas de lugares que expendan comida mexicana.....	33
Tabla 9.	Comida mexicana más reconocida	34
Tabla 10.	Preferencia de variedad.....	35
Tabla 11.	Preferencia de tacos a consumir.....	36
Tabla 12.	Salsas de preferencias	37
Tabla 13.	Bebidas de preferencia.....	38
Tabla 14.	Gasto mensual en alimentación	39
Tabla 15.	Detalle de arriendo.....	42
Tabla 16.	Detalle de publicidad y propaganda.....	43
Tabla 17.	Detalle de servicios básicos	43
Tabla 18.	Detalle de internet.....	43
Tabla 19.	Detalle de uniformes	44
Tabla 20.	Detalle de suministros y materiales	44
Tabla 21.	Detalle de mantenimiento y reparación	44
Tabla 22.	Detalle de recipientes plásticos semanal.....	45
Tabla 23.	Gastos operacionales mensuales Taquería “El Chulito”.....	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Árbol de Problema	8
Figura 2.	Supra ordenación de Variables	11
Figura 3.	Ubicación zona de estudio	20
Figura 4.	Género de la muestra poblacional.....	28
Figura 5.	Rango de Edad	29
Figura 6.	Estado Civil.....	30
Figura 7.	Días de preferencia para comer fuera de casa.....	31
Figura 8.	Consideraciones para asistir a un restaurante	32
Figura 9.	Consumo de comida mexicana	33
Figura 10.	Visita de lugares que expendan comida mexicana	34
Figura 11.	Comida mexicana más reconocida	35
Figura 12.	Preferencia de variedad.....	36
Figura 13.	Preferencia de tacos a consumir.....	37
Figura 14.	Salsas de preferencias	38
Figura 15.	Bebidas de preferencia.....	39
Figura 16.	Gasto mensual en alimentación	40
Figura 17.	4P del Marketing Mix	60
Figura 18.	Estructura de capital.....	67

ANEXOS

Anexo 1 Carta de Solicitud.....	82
Anexo 2 Carta de Aceptación	83
Anexo 3 Encuesta	84

A. TÍTULO

LA TAQUERIA “EL CHULITO” EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE
NAPO

RESUMEN

En la actualidad los emprendimientos se desarrollan de acuerdo a las necesidades que enfrenta la sociedad, por eso muchos negocios han fracasado de manera prematura, ya que carecen de estudios técnicos para su viabilidad, el presente trabajo de integración curricular plantea un plan de negocios para la apertura de la taquería “EL CHULITO” en la Ciudad de Tena. En el cual se realizó una contextualización macro y micro del entorno para identificar la oferta y demanda; con ello también determinar los gastos operativos. El estudio nace al estructurarse un problema de investigación, estableciendo así una relación causa y efecto, posteriormente se sustenta el trabajo mediante el enfoque cualitativo con artículos científicos y libros que conceptualizan la literatura del estudio realizado, además se utiliza un enfoque metodológico cuantitativo apoyado de encuestas realizadas a una muestra poblacional, para finalmente realizar una planificación de negocios, la cual establece estrategias que ayudan a la estructuración de la gestión administrativa, operativa, organizacional, comercial y financiera, estos tipos de estrategias ayuda a que el plan de negocios tenga argumentos sólidos para la puesta en marcha de la actividad de negocio y así disminuya el riesgo de la inversión que se necesita, a través de ratios financieros que determinan la rentabilidad esperada, el costo beneficio y el periodo de recuperación de la inversión. Como resultados se obtuvo que la oferta tiene un 82% de la población que visita establecimientos de comida mexicana y la demanda es del 91% que la consume.

Palabras clave: Estudio, viabilidad, económico, operacional, financiero, rentabilidad, costo beneficio e inversión.

ABSTRACT

Nowadays, the enterprises have been developed according to the needs faced by society. In fact, many of the business ideas have failed prematurely; because of the lack of technical studies for its viability. The present curricular integration work proposes a business plan for the opening of taquería "EL CHULITO" in Tena city. The project was contextualized in macro and microenvironment to identify the supply and demand. In addition, to determine the operative expenses. The study was born when a research problem was structured, thus establishing a relationship of cause and effect. Later, scientific articles and books that conceptualize the literature of the study carried out support the work. Quantitative methodological approach is used to support by surveys carried out on a population sample of Tena city. Finally, to carry out a business planning, which it establishes strategies that help to structure administrative, operational, and organizational management, commercial and financial. These types of strategies help the business plan to have arguments for the start-up of the business activity and thus reduce the risk of the investment, through financial ratios that determine the expected profitability, cost benefit and investment payback period. As results, the findings pointed out that the supply has an 82% of the population who visit Mexican restaurants and the demand of 91% who eat them.

Keywords: Study, feasibility, economic, operational, financial, profitability, cost benefit and investment.

Reviewed by:

B.Ed. Jenniffer Valeria Vargas
Coordinator of Language Center ISTT

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Necesidad

En la actualidad el consumo de tacos se ha vuelto popular en la ciudad de Tena pese a no ser una comida oriunda de la gastronomía ecuatoriana se ha adaptado a los menús propios de la cocina tradicional, ya que se trata de una comida que representa una relación precio-valor muy buena ya que los productos que se necesitan para su elaboración son de fácil adquisición, tanto así que se puede decir que este negocio representa una buena oportunidad por considerar la comercialización de los famosos tacos como una comida que presenta una buena inversión.

A parte se puede mencionar que el consumo de este platillo tradicionalmente de origen mexicano es sumamente alto, esto implica que las personas al llegar a un local, realizan el pedido, consumen lo solicitado y se van, es decir su promedio de permanencia es rápido. Se puede agregar también que los tacos representan una comida completa muy nutritiva, ya que está compuesta por vegetales y proteínas, motivo por el cual es una opción ideal para el consumo de muchas personas, por lo cual el nicho de mercado se amplía generando mayor oferta en el mercado, finalmente se puede realizar la oferta de varios tipos de tacos para complacer gustos de clientes con gustos variados, como por ejemplo ofrecer las opciones light, veganas o variedad de aderezos, etc.

El plan de negocio se enfoca en la apertura de la Taquería “El Chulito”. El estudio pretende determinar la viabilidad existente para la creación de la unidad de negocio, Según (El Mercurio, 2021) menciona que Ecuador es uno de los países con mayor tasa de emprendimiento de la región latinoamericana: alrededor del 30 % de la población posee un negocio nuevo o reciente. Este espíritu emprendedor tiene dos motivaciones principales: la oportunidad y la necesidad.

Bajo este contexto se puede determinar que los emprendimientos a nivel nacional han tenido gran repercusión en la economía, por otro lado, también se puede mencionar que los emprendimientos que no tienen una estructura financiera establecida, la cual conlleva a que no perduran en el tiempo, es por eso que el plan de negocios evaluarán diferentes perspectivas administrativas y financieras, la cual ayudará a determinar de

forma técnica la puesta en marcha de la unidad económica, y así disminuir la probabilidad de fracasos de los emprendimientos que se desarrollan en la sociedad.

2.2 Actualidad

Los tacos son quizás uno de los productos culinarios más emblemáticos y consumidos en México. La venta de tacos en Ecuador se ha adaptado como un producto de venta de comida rápida ya que aparece en la parte baja de la pirámide social y su consumo es asociado a un estilo de vida popular, Sin embargo, los tacos se consumen prácticamente en todos los estratos sociales. En esta contribución intentamos demostrar como funcionaria la implementación de la nueva Taquería en la Ciudad de Tena.

Los tacos son un producto que en los últimos años ha aumentado su demanda a nivel nacional, dadas sus características nutricionales y de buen sabor, por lo que se ha presentado en el país un alto crecimiento de establecimientos que comercializan a nivel nacional, dado a este crecimiento en la demanda en todo el país, la oferta ha aumentado solo en las principales ciudades del país, sin embargo, en las ciudades con menor densidad poblacional, como es la ciudad de Tena la cual según el último censo poblacional se determina que existe una población de aproximadamente de 60.880 habitantes del cual el 40% está en el área urbana, Tena tiene una economía en expansión de donde se encuentran diferentes empresas, locales, comercio, generando gran afluencia de personas trabajadoras dentro de la ciudad. (INEC, 2018)

Desde la experiencia de los ciudadanos de Tena y desde la observación directa existen básicamente dos locales que ofertan el producto en estudio como son: “La Casona Lounge”, “Bristó Tequila y café”, en los cuales se evidencian aspectos como son variedad de Tacos, el precio y la atención al cliente.

La demanda del producto y la aceptabilidad de la población son factores importantes al momento de analizar una idea de negocio, por tal motivo el estudio a desarrollar se centra en investigar de manera cuantitativa cual es el grado de aceptabilidad que tiene el producto dentro de la ciudad de Tena y también se demostrará los costos y gastos que incurren al momento de la implementación de la unidad de negocios. En la

actualidad realizar estudios económicos para demostrar la viabilidad del negocio es sumamente importante ya disminuye el riesgo al momento de invertir un capital, motivo por el cual se decide elaborar el presente plan de negocios.

2.3 Importancia

A lo largo de los años se puede ver la importancia de desarrollar y aplicar un plan de negocios, es importante tanto para preparar con datos que acerquen a la realidad en que se quiere enfocar para la producción, comercialización de algún producto o servicio.

Bajo este contexto se alude que en Ecuador el emprendimiento es de vital importancia para el desarrollo económico, dado que aporta significativamente al desarrollo de la matriz productiva, pero antes de poner en práctica una idea de negocios es sumamente importante analizar el riesgo de la inversión, los cambios significativos en su entorno y el costo beneficio que genera el desarrollo de una actividad de negocio.

Aquí es donde se debe dar la importancia de aplicar un análisis tomando en cuenta los aspectos administrativos, contables y financieros, para analizar cada una de sus respuestas y poder enfocarse directo a la necesidad, gusto, preferencia y comportamiento del cliente, lo cual permitirá definir las estrategias o métodos para la apertura del negocio, sin olvidar que la investigación no termina solo al inicio de apertura, sino que se convierte en una actividad cotidiana.

Para E-nquest (2018) *“El mercado es muy cambiante y voluble, lo que hoy sirve mañana no y el consumidor de hoy no es el mismo que el de mañana”* (p. 3), el estudio de mercado básicamente se basa en recopilar, planificar, analizar y presentar la información para la diferente toma de decisiones dentro de las organizaciones, la cual sirva como base fundamental para mitigar los riesgos de la inversión, además ayuda a generar información general de la situación interna y externa de las organizaciones para así acciones correctivas que mejoren la situación económica, administrativa y financiera de las organizaciones.

2.4 Presentación del problema profesional a responder

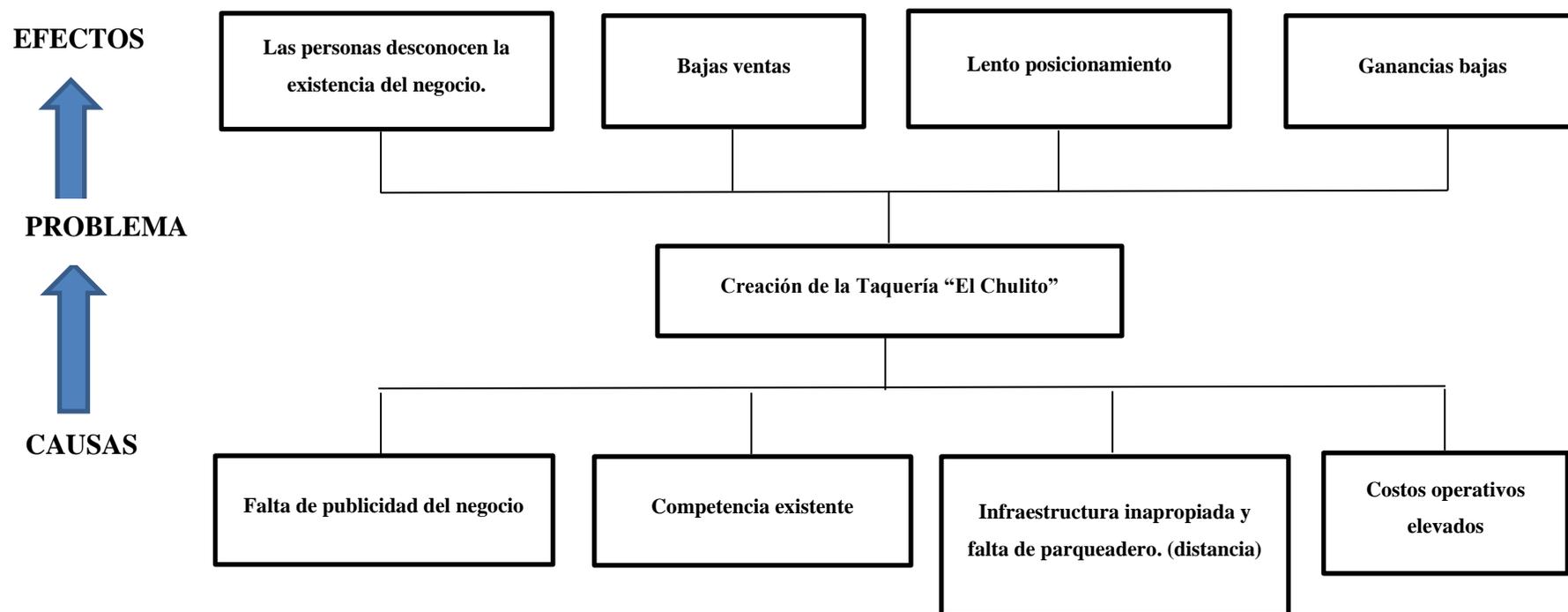
Actualmente en la Ciudad de Tena, Provincia de Napo cuenta con restaurantes, bares, asaderos, entre otros locales que ofertan una gran variedad de productos. Hoy en día se tiene la necesidad de apertura de negocios innovadores y que aporten con un servicio de calidad y una gran variedad en sabores siempre prevaleciendo la calidad y calidez.

En la Ciudad del Tena existe partiendo de la experiencia propia se evidencia que existe carencia de lugares en los cuales se oferta este tradicional platillo Mexicano como son los Tacos, y los lugares que los ofertan lo hacen a precios elevados y no presentan variedad ni versatilidad en sabores o combinaciones en su producto final, motivo por el cual se decide a implementar un plan de negocio para la creación de la taquería denominada “El Chulito” y así satisfacer diferentes paladares ofertando productos de calidad a precios accesibles para todo tipo de consumidores dentro de la Ciudad de Tena, adicionalmente analizando la situación actual donde hay escasas de trabajo, despidos masivos y leyes que no dan beneficios al empleado, emprender es una muy buena estrategia, y para que este emprendimiento no se inicie a ciegas es importante el estudio del mercado, de allí se plantea el realizar el plan de negocio para la apertura de la Taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena, Provincia de Napo, año 2021

Campo: Administración.
Área: Investigación de Mercado.
Aspecto: Negocio
Sector : Comercial

Seguidamente se presenta el árbol de problemas, con la finalidad de identificar el problema central, el mismo que se intentará solucionar analizando relaciones de tipo causa-efecto.

Figura 1. Árbol de Problema



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

C. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para la apertura de la taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena, Provincia de Napo.

3.2 Objetivos Específicos

- Aplicar un estudio de mercado que identifique la oferta y demanda para la apertura de la taquería “El Chulito” en la ciudad de Tena provincia de Napo.
- Determinar los costos administrativos, operativos, costos de producción para la apertura de la taquería “El Chulito”.
- Definir la estructura organizacional de la empresa facilitando la integración de los empleados con el cumplimiento de las metas planteadas para la misma.
- Elaborar los estados financieros proyectados a 5 años con el fin de identificar la viabilidad financiera a corto, mediano y largo plazo.
- Elaborar el plan de negocio para la creación de la taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena.

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Tabla 1. Asignaturas integradoras

Asignatura	Aplicación directa	Aplicación indirecta	Resultados de aprendizaje
Metodología de la Investigación.	X		Formular la solución de problemas de índole administrativo aplicando metodologías y técnicas de investigación.
Investigación de mercado.	X		Identificar el contexto de la organización, utilizando herramientas administrativas, para el correcto desempeño del área departamental de la empresa.
Métodos Estadísticos.	X		Aplicar métodos analíticos y estadísticos e interpretar sus resultados para una eficaz toma de decisiones en el contexto de la empresa
Planificación Estratégica.	X		Emprender y evaluar planes estratégicos que promuevan la productividad y contribuyan al crecimiento eficaz de la empresa, ejerciendo las actividades con liderazgo y compromiso ético

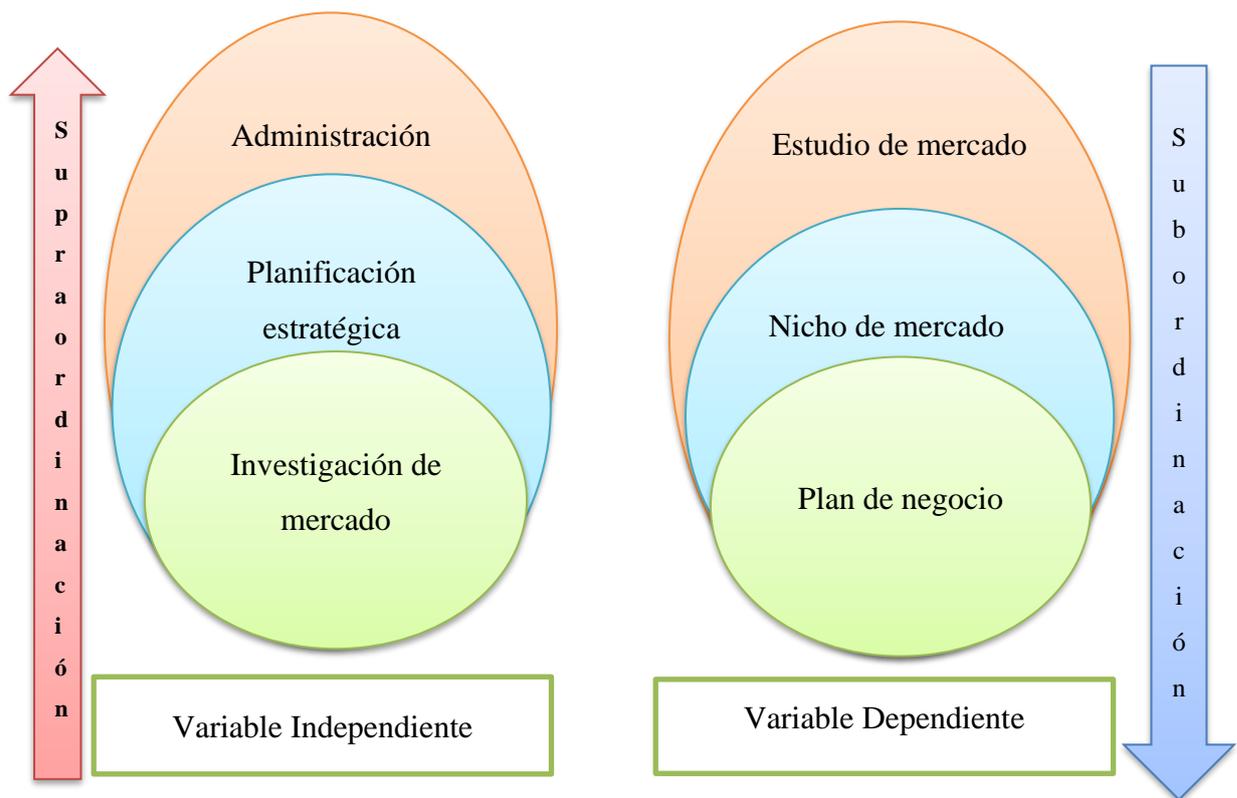
Fuente: Sílabos carrera de Administración ISTT 2021

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El estudio se sustancia mediante la definición y conceptualización de temáticas de acuerdo con las variables propuestas por el investigador, donde se realiza la jerarquización de variables.

Figura 2. Supra ordinación de Variables



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

5.1 Investigación de mercado

Según Hernández Espallardo (2012) menciona que *“la investigación de mercado es el diseño, obtención, análisis y comunicación sistemáticos de los datos y resultados pertinentes para una situación específica de mercadotecnia.”* (pág. 9)

5.1.1 Planificación estratégica

De acuerdo con Cruz (2013) *“La planeación estratégica es una actividad que constantemente han adoptado las empresas que desean identificar y seguir una visión a través del logro de objetivos y metas. Son estas herramientas administrativas que le dan una guía a las organizaciones que desean consolidarse en un mundo globalizado que requiere de marcos estratégicos para su desarrollo”* (pág. 54)

Se puede interpretar que un plan estratégico es un modelo de gestión administrativa adoptada por las instituciones, para la consecución de sus metas y objetivos planeados tanto a largo plazo como a corto plazo, por otro lado, se pudo aludir que un plan estratégico eficiente ayuda a las empresas a consolidarse en el mercado en base estudios técnicos y administrativos.

5.1.2 Administración

Según Olalde Ramos (2018) define que *“la administración es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos.”* (pág. 8), por lo cual se orienta a la ejecución de actividades en función departamentales buscando lograr un crecimiento eficaz de la empresa para cumplir con las metas planteadas.

5.2 Plan de negocio

Según Romero, Hidalgo, & Correa (2018) menciona que *“los planes de negocios se enfocan en una cadena de cuatro variables entre ellas las variables empresariales y de expertos, capacitación, situación real tanto como potencial de la empresa y el mercado que incluye acciones estratégicas con planes de marketing”* (pág. 63), se puede aludir que un plan de negocios es un documento donde el emprendedor detalla de manera sistemática el proceso de las ideas de negocios, la captación y análisis de la información, la oportunidad y riesgos que tienen los negocios y finalmente la toma de decisiones de la

puesta en marcha del negocio, la cual ayuda a los emprendedores a tener una idea preliminar de cómo será la viabilidad de la unidad económica de los emprendimientos.

5.2.1 Nicho de mercado

Según, Kotler (2013) “*Un nicho de mercado es el término de mercadotecnia utilizado para referirse a la porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades semejantes, y donde estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado*”. (pág. 49)

5.2.2 Estudio de mercado

Es el principal componente del estudio de un proyecto, como la misma palabra lo dice: estudio es igual a investigación o indagación de una cosa, en este caso del mercado. Este estudio permite recopilar, contar, clasificar y analizar los datos o cifras tomadas de alguna muestra específica donde se quiere proyectar.

Conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores. (Rguez, 2016)

a) Análisis del ambiente externo

Es el conjunto de condiciones ambientales o fuerzas sociales, culturales, de costumbre, legales, políticas, tecnológicas, económicas, etc., que modifica una empresa u organización, o que influyen en ellas.” (Muñoz, 2014)

En otras palabras, es todo aquello que es incontrolable por la empresa, pero puede incluir en ella tanto oportunidades como amenazas.

b) Macroambiente

Se define como el entorno que tiene relación directa e indirecta con la que funciona la empresa, hace alusión a muchos factores, además de tener características bastante interesantes que todo emprendedor con planes de expansión debe conocer. Estos factores son los demográficos, políticos, legales, etc. (Pacheco, 2020)

c) Micro ambiente

Son todos aquellos factores que ejercen un cierto control a la empresa o al sector en el que desarrolla su actividad. Afecta una empresa en particular y, a pesar de que generalmente no son controlables, se puede influir en ellos. (Jaramillo, 2017)

d) Las 5 fuerzas de Porter:

Este modelo investiga si es rentable crear una empresa en un determinado sector, su mayor objetivo es determinar las oportunidades e identificar las amenazas para las empresas que desean iniciar. Definen la probabilidad de mayor rentabilidad. (Ucha, 2015).

- **La rivalidad entre competidores:** “Generalmente la fuerza más poderosa de todas hace referencia a la rivalidad que existe entre empresas que compiten directamente en una misma industria ofreciendo el mismo tipo de producto” (K. Arturo, 2020).
- **La amenaza de entrada de nuevos competidores:** “Hace referencia a la entrada potencial a la industria de empresas que producen o venden el mismo tipo de producto” (K. Arturo, 2020).
- **La amenaza de ingreso de productos sustitutos:** “Son todo el ingreso potencial de empresas que producen o venden productos alternativos a los de la industria” (K. Arturo, 2020).

- **El poder de negociación de los proveedores:** “Son todos los posibles proveedores para el poder de negociación como empresa” (K. Arturo, 2020).
- **El poder de negociación de los consumidores:** “Permite formular estrategias para captar más clientes” (K. Arturo, 2020).

5.6.1 Estrategias Financieras

Para Terrzas (2009) *“La Gestión Financiera es la actividad que se realiza en una organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados”*. (pág. 84)

Del párrafo precedente se puede analizar que la gestión financiera cumple un rol estratégico dentro de las empresas formadas y por constituirse, ya que establece principalmente una estructura económica con la finalidad de evidenciar el manejo, la viabilidad y el aprovechamiento de los recursos que se emplea para el desarrollo de una empresa, así como también mide el cumplimiento de los objetivos de las empresas puestas en marcha.

Según Fuentes (2017) *“el análisis financiero como una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos”*

Finalmente, las estrategias de ratios financieros para medir la viabilidad de los proyectos están representados por el valor actual neto, tasa interna de retorno y costo beneficio, donde se puede aludir que la tasa interna de retorno es aquel valor relativo que iguala el valor actual de la corriente de ingresos con el valor actual de la corriente de egresos estimados. Es decir, este concepto envuelve criterios de matemáticas financieras al referirse a valores actuales, y criterios contables al mencionar o incluir corrientes de ingresos y egresos.

5.3 Marco Legal

El estudio del proyecto se sustentó y se argumentó mediante normativas legales vigentes en el Ecuador, la cual actúa como ente de control y regulación.

La Constitución de la República del Ecuador

En el artículo 13, declara el derecho básico a los alimentos de las personas *“Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”*.

Artículo 52, Expone el derecho de las personas para disponer de servicios y bienes. *Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.* (Ecuador C. d., 2008)

Ley de Régimen Tributario Interna

Según la Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo 97.17, menciona que *“Los Contribuyentes sujetos al Régimen. - Se sujetarán a este régimen los contribuyentes considerados microempresas, incluidos los emprendedores que cumplan con la condición de microempresas, según lo establecido en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y el Reglamento correspondiente, salvo aquellos que se encuentren sujetos al régimen impositivo simplificado.”* (Tributario, 2021)

Por otra parte, el artículo 97.19, alude que *“La Inclusión en el Régimen. - Los contribuyentes previstos en este título, deberán sujetarse obligatoriamente a este régimen mediante la actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC) para lo cual el*

Servicio de Rentas Internas implementará los sistemas necesarios para el efecto. El Servicio de Rentas Internas rechazará la sujeción al régimen cuando no se cumplan los requisitos establecidos en este Título. Sin perjuicio de lo anterior, el Servicio de Rentas Internas podrá realizar de oficio la inclusión a este Régimen, cuando el contribuyente cumpla las condiciones establecidas para el efecto. Los contribuyentes que se inscriban al RUC en este régimen iniciarán su actividad económica con sujeción al mismo, mientras que aquellos a los que corresponda actualización de su RUC, estarán sujetos a partir del primer día del ejercicio fiscal siguiente al de su inclusión. Las microempresas permanecerán en este régimen, mientras perdure su condición, sin que en ningún caso su permanencia sea mayor a cinco (5) ejercicios fiscales, posteriormente, se sujetarán al régimen general.”

Ley De Turismo

(LEY DE TURISMO 2001, 2014) Artículo 5, Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- A. Alojamiento;
- B. Servicio de alimentos y bebidas;
- C. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- D. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- E. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;
- F. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables

Reglamento De Turismo

Artículo 43, Define la actividad de servicios de bebidas y alimentos así: *“Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento”*

5.4 Marco Conceptual

A continuación, los términos que se emplearan a lo largo de este proyecto:

Demográfico: Es el análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística. El concepto procede de un vocablo griego compuesto que puede traducirse como “descripción del pueblo”.

Estudio: Es un análisis en la etapa preliminar de un proyecto potencial, que se realiza para determinar si valdría la pena proceder a la etapa de estudio de factibilidad.

Logo: Es el grafico para denotar rápidamente una marca o una empresa.

Marketing: Es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro.

Mercado: es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos.

Muestreo: Es un proceso que consiste en tomar un subgrupo de sujetos que sea representativo de toda la población.

Nicho de mercado: Es una porción o segmento de un mercado mayor que cuenta con consumidores que poseen características similares.

F. METODOLOGÍA

6.1 Materiales

En el estudio se utilizará, los siguientes equipos, insumos e instrumentos.

6.1.1 Equipos y Herramientas

- Computadora portátil (ASUS)
- Impresora (EPSON)
- Calculadora (CASIO)
- Memoria USB (Kingston)

6.1.2 Insumos

- Tinta de impresora
- Papel bond
- Cuaderno
- Esferográficos

6.1.3 Instrumentos

- Internet
- Encuestas
- Bibliografía o documental

6.2 Ubicación del Área de estudio.

El Trabajo de Integración Curricular se lo realizará en el Barrio Ciudadela del Chofer (Calle Gabriel Espinoza y Manuel María Rosales), Ciudad de Tena, Provincia de Napo.

Figura 3. Ubicación zona de estudio



Fuente: Google Maps 2021

Nota: En la ilustración se localiza la zona de estudio

6.2.1 Ubicación Política

- Provincia: Napo
- Cantón: Tena
- Parroquia: Tena

6.3 Tipo de investigación / estudio

A continuación, se detalla el enfoque de estudio que empleara el presente trabajo:

Según (Sampieri., 2014) menciona que *“La investigación cuantitativa debe ser lo más “objetiva” posible. Los fenómenos que se observan o miden no deben ser afectados por el investigador, quien debe evitar en lo posible que sus temores, creencias, deseos y tendencias influyan en los resultados del estudio o interfieran en los procesos y que tampoco sean alterados por las tendencias de otros.”* (pág. 34)

Del párrafo presente se puede mencionar que la investigación cuantitativa sigue patrones estructurados de acuerdo con el tipo de información que desea analizar, bajo este contexto se menciona que la investigación cuantitativa hace referencia al método de recolección de datos utilizado mediante encuestas, la cual permite interpretar el comportamiento de los individuos.

El enfoque cualitativo es utilizado para la recolección de información de manera verbal, es así como según (Sampieri., 2014) define *“los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos.”* (pág. 36)

Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.

Los tipos de investigación que utilizaran para sustentar el Trabajo de Integración Curricular son los siguientes:

Investigación documental

Según (Lara, 2011) asegura que: *“La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio. Los consultados documentales pueden ser de: libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, constituciones, etcétera.”* (pág. 25)

Se analizó que la investigación documental argumenta de manera científica los estudios que se están ejecutando.

Investigación de Campo

Según Corona (2012) menciona que: *“La Investigación de campo es la que se realiza en lugares no determinados específicamente creados al efecto, sino que corresponden al medio en donde se encuentran los sujetos o el objeto de la investigación, donde está ocurriendo los hechos y los fenómenos investigados en los campos de acción y objeto de estudio”*. (pág.25), en relación al contexto se puede interpretar que la investigación de campo se emplea en lugares determinados, en la cual ocurren los hechos y fenómenos que se está investigando, el objetivo principal de la investigación de campo es analizar el comportamiento a nivel general y específico de los sucesos que se están ejecutando.

Investigación Descriptiva

Un tipo de investigación muy utilizado para argumentar los estudios científicos es el tipo de investigación descriptivo, donde según (Lara, 2011) menciona que: *“La investigación descriptiva, según se mencionó, trabaja sobre realidades de hecho y característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Ésta puede incluir los siguientes tipos de estudios: encuestas, casos exploratorios, causales, de desarrollo, predictivos, de conjuntos de correlación”* (pág. 15), en relación a lo expuesto se puede interpretar que el método de investigación descriptivo analiza la realidad de los hechos que ocurren dentro de una investigación, este tipo de investigación proporciona información veraz y oportuna al lector, ya que se sustenta a través de diferentes fuentes de recolección de información, las cuales son encuestas, entrevistas y casos exploratorios.

Investigación Explicativa

Según lo expuesto por Bernal (2010) menciona que, *“Las investigaciones en que el investigador se plantea como objetivos estudiar el porqué de las cosas, los hechos, los fenómenos o las situaciones, se denominan explicativas, en la investigación explicativa se analizan causas y efectos de la relación entre variables”* (pág. 115), bajo este contexto se puede interpretar que la investigación explicativa detalla de manera estructurada y cronológica el proceso y realización del estudio que se está desarrollando, además analiza

aspectos externos e internos acerca de la problemática, para establecer un análisis crítico de la investigación y posteriormente la realización de una prognosis.

6.4 Población

Según Proaño citó a Herrera, Medina y Naranjo (2010) mencionan que: *“La población es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo, que consiste en seleccionar una parte de los elementos de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio”* (pág. 98)

Para la realización del trabajo se tomó en consideración la población económicamente activa total de la encuesta tomada del INEC 2010 en la Ciudad de Tena, Provincia de Napo es de 23.307 habitantes, y según datos del GAD Municipal de Tena.

6.5 Muestra poblacional

Según Proaño como se citó en Herrera, Medina y Naranjo (2010) mencionan que *“la muestra, para ser confiable, debe ser representativa, y además ofrecer la ventaja de ser la más práctica, la más económica y la más eficiente en su aplicación”* (pág. 102), por lo tanto no se debe perder de vista que por más perfecta que sea la muestra, siempre habrá una diferencia entre el resultado que se obtiene de esta y el resultado del universo, esta discrepancia es lo que se conoce como error de muestreo (E); por esta razón, mientras más grande es la muestra es menor el error de muestreo, y por lo tanto existe mayor confiabilidad en los resultados.

Para la muestra poblacional del presente estudio se tomó en consideración la población de Tena, los mismos que ascienden a un total de 23.307 habitantes, al ser una población finita se aplicó un muestreo estratificado con la fórmula infinita y el tamaño de la muestra se hizo utilizando un nivel de confianza del 85% y un error máximo aceptable de 5%.

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}$$

Donde:

n= Tamaño muestral

N= Universo o población

z= Valor asociado al nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

e=Error de estimación

Parámetros estadísticos:

Datos:

N= 23307

Z= 95%: 1,96

p=0,5

q= 0,5

e=0,05

$$n = \frac{(23.307)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(23.307 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 379$$

En base a la aplicación de la fórmula se obtuvo que el tamaño de la muestra está conformado por 379 habitantes a quienes se les aplicó la encuesta.

6.6 Metodología para cada objetivo

- **Objetivo 1:** Aplicar un estudio de mercado que identifique la oferta y demanda para la apertura de la taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena, Provincia de Napo.

Para el desarrollo del estudio de mercado se empleará un tipo de investigación de campo, apoyado por el enfoque metodológico cuantitativo, donde se utilizará una técnica de recopilación de datos mediante encuestas, las cuales van dirigidas a una muestra poblacional de 379 personas, donde se evidenciará la viabilidad de la apertura de la unidad

de negocio. (**Anexo 1 - 2**)

- **Objetivo 2:** Determinar los costos administrativos, operativos, costos de producción para la apertura de la taquería “El Chulito”.

Para solventar el segundo objetivo se aplicó estudios bibliográficos y de campo, donde se determinó los costos que inciden en la producción de la taquería “El Chulito”, aplicando un sistema de costeo en base a los costos de producción y venta, en la cual se verificó los costos totales de producción de la actividad económica en referencia a la metodología de Pedro Zapata.

- **Objetivo 3:** Definir la estructura organizacional de la empresa facilitando la integración de los empleados con el cumplimiento de las metas planteadas para la misma.

Se refiere a implementar una estructura organizacional que permita identificar los responsables, dividir el trabajo y tener claridad en sus funciones, para esto se diseñó una propuesta de estructura organizacional por procesos previos a la apertura de la Taquería el Chulito.

- **Objetivo 4:** Elaborar los estados financieros proyectados a 5 años con el fin de identificar la viabilidad financiera a corto, mediano y largo plazo.

Para la consecución del objetivo se plantea realizar una proyección de los estados financieros a cinco periodos económicos, la proyección se realizará mediante el método de incremento porcentual, la cual establecerá de manera general los costos presupuestados y la rentabilidad que generará la taquería “El Chulito”.

- **Objetivo 5:** Elaborar el plan de negocio para la creación de la taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena.

En base a la consecución de los objetivos previos se elabora un plan de negocio el cual será entregado a los propietarios de la taquería para su ejecución, donde se establecerá la factibilidad de implementar la actividad, apoyados de un estudio financiero.

Estructura básica del Plan de Negocio según (Cruz, 2013)

1. Resumen ejecutivo.
2. Descripción de la actividad económica.
3. Descripción del servicio / producto.
4. Análisis de mercado.
5. Estructura de la administración.
6. Plan de marketing.
7. Financiación.

G. RESULTADOS

Objetivo 1.- Aplicar un estudio de mercado que identifique la oferta y demanda para la apertura de la taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena, Provincia de Napo.

Se desarrolló un enfoque de investigación cuantitativo aplicando la herramienta de encuestas para la recopilación de información e identificar la oferta y demanda en la Ciudad de Tena, donde los resultados obtenidos se detallan a continuación.

Para ello el propietario se encaminó en el desarrollo del tema de investigación para el fortalecimiento de la productividad y eficiencia del emprendimiento, dando un crecimiento económico a esta unidad.

Para hacer efectiva esta investigación se realizó la siguiente encuesta:

Pregunta N.-1 ¿Indique cuál es su sexo?

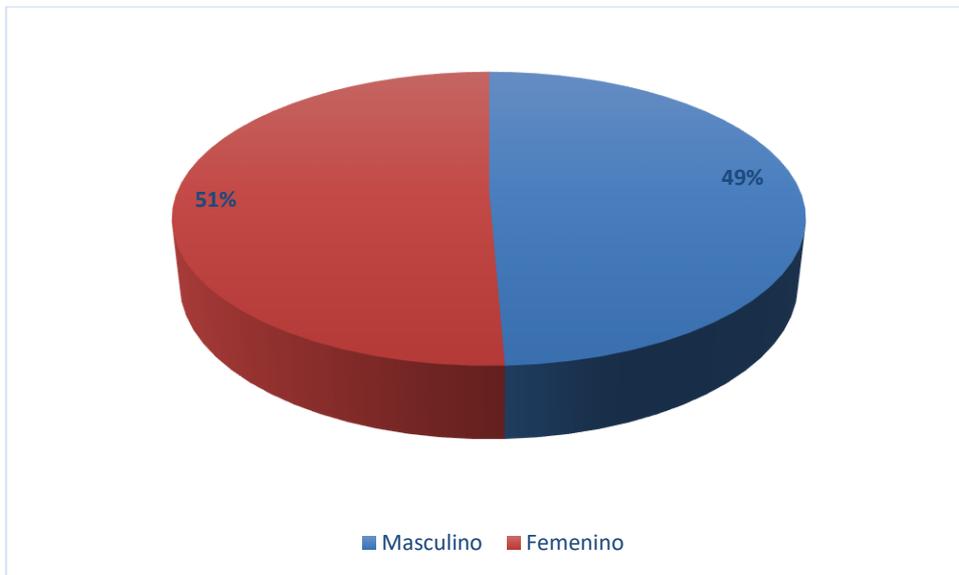
Tabla 2. Género de la muestra poblacional

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	187	49%
Femenino	192	51%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 4. Género de la muestra poblacional



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 4, se puede analizar que de un total de 379 personas encuestadas el 49% de la muestra poblacional pertenece al género masculino, mientras que el 51% pertenece al género femenino, donde se puede aludir que el género predominante para el estudio de mercado es el femenino.

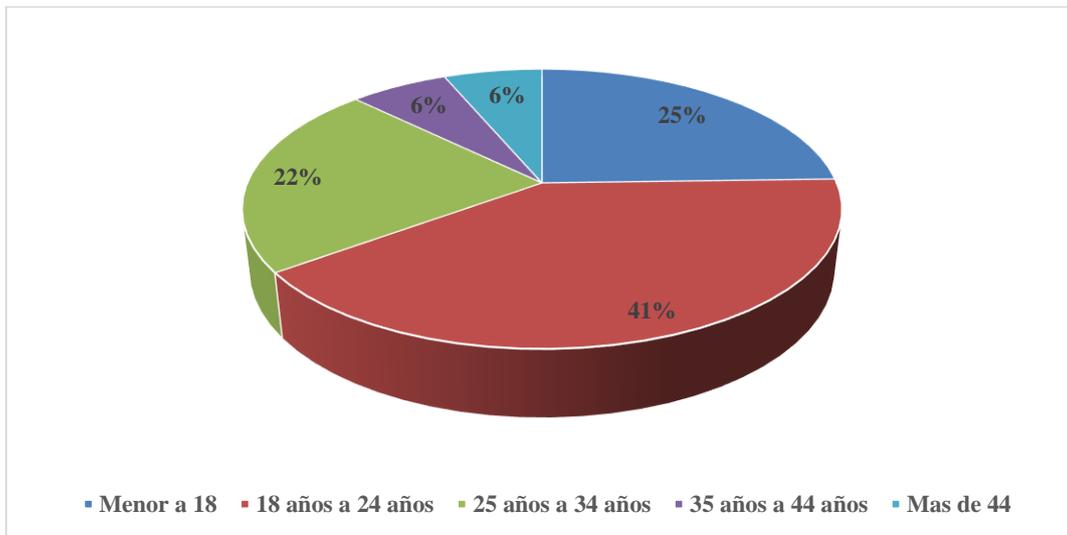
Pregunta N.-2 ¿Indique en que rango se encuentra su edad?

Tabla 3. Rango de edad

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menor a 18	93	25%
18 años a 24 años	153	41%
25 años a 34 años	85	22%
35 años a 44 años	24	6%
Más de 44	24	6%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 5. Rango de Edad



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 5, se puede interpretar que el rango de edad de las personas encuestadas son las siguientes: menor a 18 años de edad representa el 25%, entre 18 años a 24 años el porcentaje es de 41%, entre 25 años a 34 años el valor porcentual es de 22%, entre 35 años a 44 años representa el 6% y finalmente el 6% representa a más de 44 años.

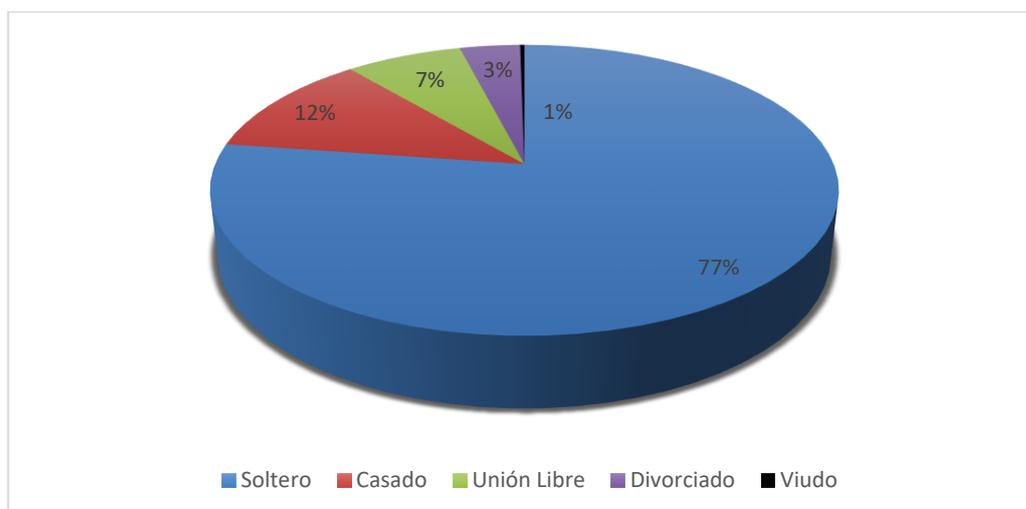
Pregunta N.-3 ¿Cuál es su estado civil?

Tabla 4. Estado civil

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Soltero	293	77%
Casado	44	12%
Unión Libre	27	7%
Divorciado	14	3%
Viudo	1	1%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 6. Estado Civil



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 6, se puede interpretar que de la encuesta realizada el estado civil de las personas solteras es de un 77%, mientras que las personas casadas ascienden a un 12%, las personas con unión libre representan un porcentaje del 7%, las personas divorciadas alcanzan un porcentaje de 3% y finalmente las personas viudas alcanzan un porcentaje de 1%.

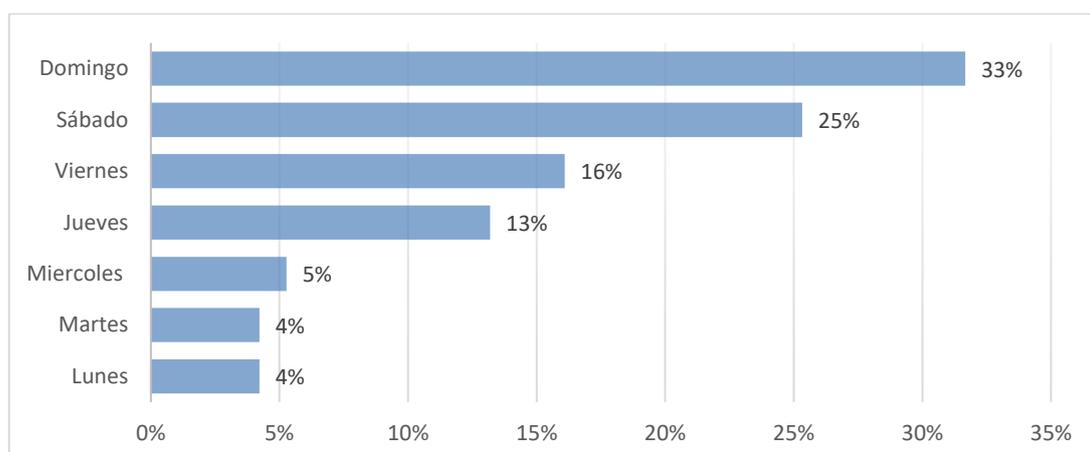
Pregunta N.-4 ¿Qué días son de su preferencia para comer fuera de casa?

Tabla 5. Días de preferencia para comer fuera de casa

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Lunes	16	4%
Martes	16	4%
Miércoles	20	5%
Jueves	50	13%
Viernes	61	16%
Sábado	96	25%
Domingo	120	33%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 7. Días de preferencia para comer fuera de casa



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 7, los resultados obtenidos para medir la preferencia de comer fuera de casa se interpretaron de la siguiente manera: el día lunes el 4% prefiere comer fuera de casa, el día martes el 4% prefiere comer afuera, el día miércoles el 5% prefiere comer fuera de casa, el día jueves el 13% prefiere salir, el día viernes el 16% prefiere salir, el día sábado el 25% prefiere comer fuera y finalmente el día domingo el 33% prefiere salir a comer fuera de casa.

Pregunta N.-5 ¿Para asistir a un restaurante usted toma en consideración? (marque una o más de una)

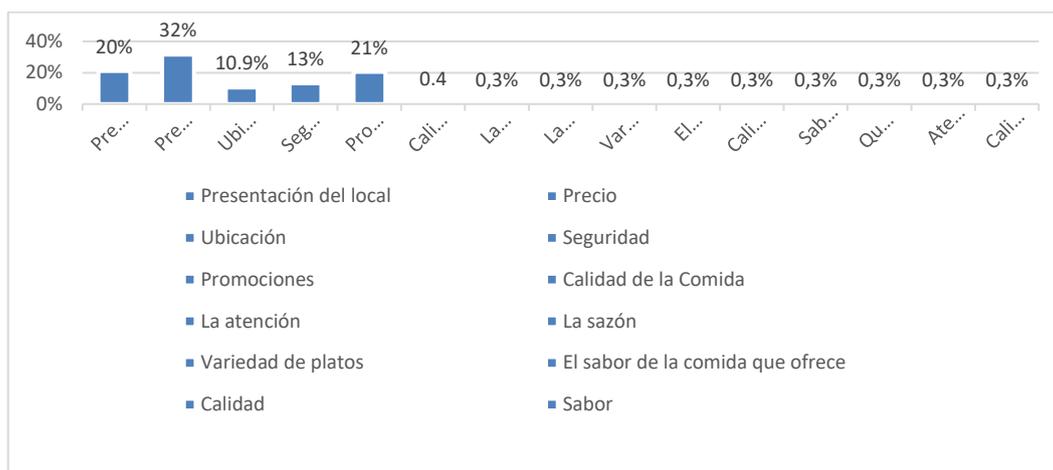
Tabla 6. Consideraciones para asistir a un restaurante

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Presentación del local	80	20%
Precio	120	32%
Ubicación	40	10.9%
Seguridad	50	13%
Promociones	78	21%
Calidad de la Comida	2	0,4%
La atención	1	0,3%
La sazón	1	0,3%
Variedad de platos	1	0,3%
El sabor de la comida que ofrece	1	0,3%
Calidad	1	0,3%
Sabor	1	0,3%
Que sea rico y fresco	1	0,3%
Atención al cliente, tiempo de entrega	1	0,3%

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Calidad del Producto	1	0,3%
TOTAL	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 8. Consideraciones para asistir a un restaurante



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 8, se puede interpretar que la población encuestada mantiene consideraciones estrictas antes de asistir a un restaurante, donde la presentación del local, el precio, la ubicación, la seguridad y promociones son estándares de mayor consideración por parte de las personas, con una representación porcentual de 20%, 32%, 10.9%, 13%, 21% respectivamente, sin embargo existen otras consideraciones que mantienen un bajo impacto en la encuesta realizada.

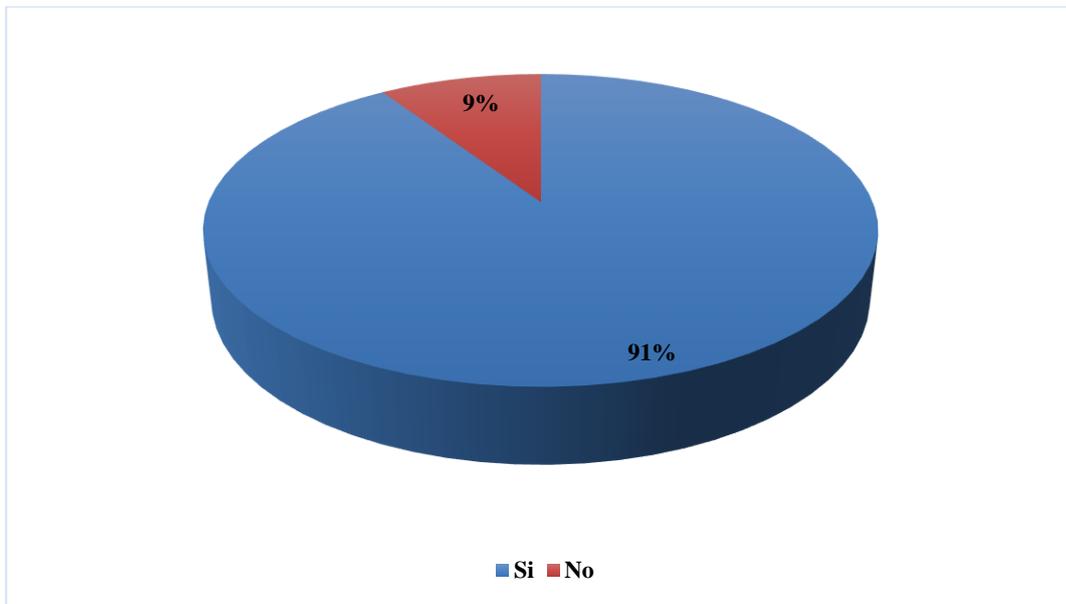
Pregunta N.-6 ¿Ha consumido comida mexicana?

Tabla 7. Consumo de comida mexicana

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	344	91%
No	35	9%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 9. Consumo de comida mexicana



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 9, al analizar las respuestas acerca del consumo de la comida mexicana se mencionó que el 91% de las personas han consumido comida mexicana, mientras que el 9% no ha consumido comida mexicana.

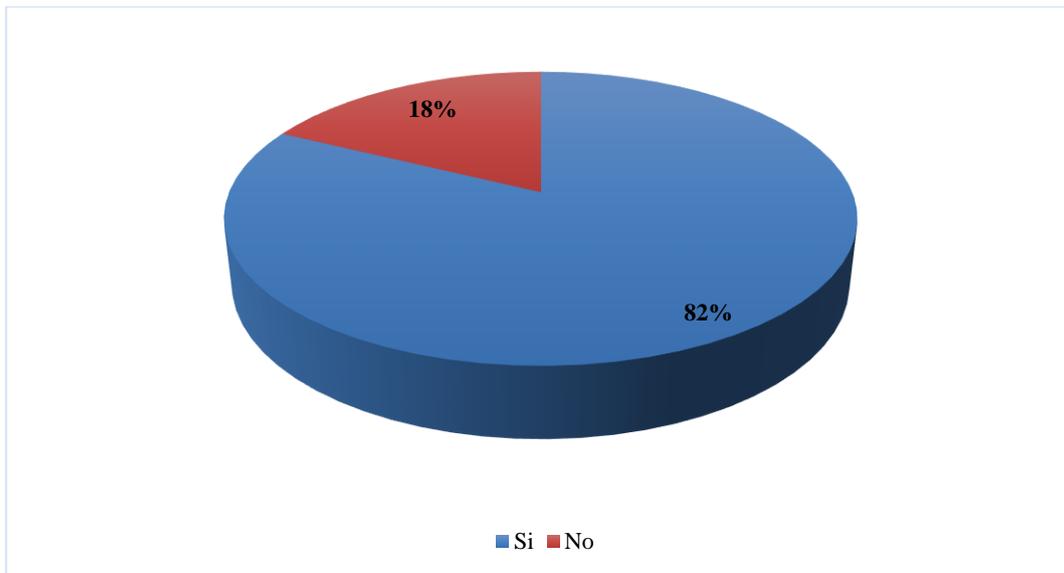
Pregunta N.-7 ¿Usted ha visitado algunos lugares dentro de la Ciudad de Tena que ofrezcan comida mexicana?

Tabla 8. Visitas de lugares que expendan comida mexicana

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	312	82%
No	67	18%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 10. Visita de lugares que expendan comida mexicana



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 10, con relación a los lugares que expendan comida mexicana en la Ciudad de Tena se pudo interpretar que el 82% de la población ha visitado lugares que vendan la comida mexicana, mientras que el 18% no conoce ni ha visitado lugares que comercialicen comida mexicana.

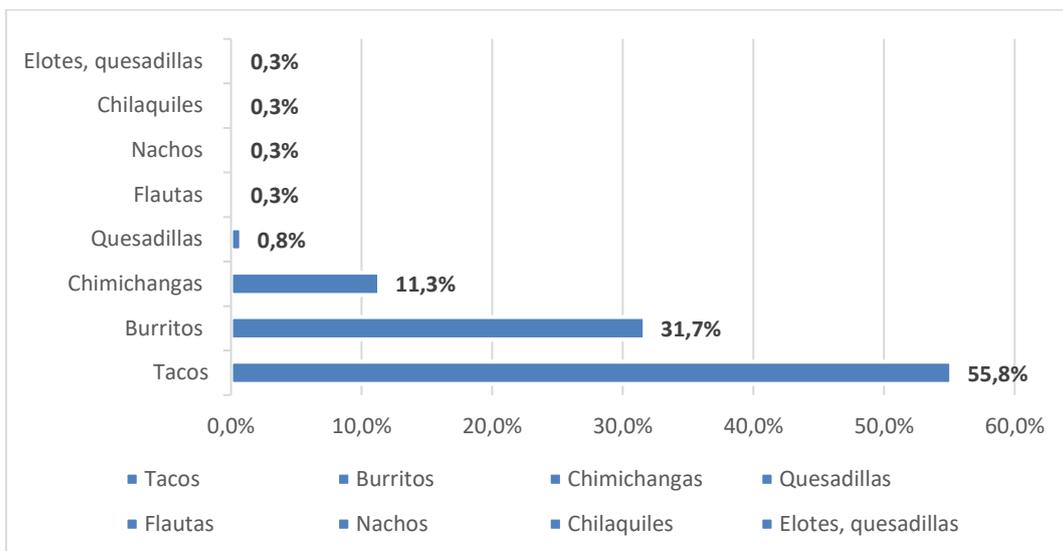
Pregunta N.-8 ¿Dentro de la comida mexicana cuál es la más conocida?

Tabla 9. Comida mexicana más reconocida

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tacos	209	55,8%
Burritos	120	31,7%
Chimichangas	43	11,3%
Quesadillas	3	0,8%
Flautas	1	0,3%
Nachos	1	0,3%
Chilaquiles	1	0,3%
Elotes, quesadillas	1	0,3%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 11. Comida mexicana más reconocida



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 11, se puede mencionar que la comida mexicana más reconocida es el Taco, con una representación porcentual de 55,8%, también el burrito alcanza un reconocimiento alto con un porcentaje de 31,7%, además las chimichangas y quesadillas mantienen un grado de reconocimiento, alcanzando un porcentaje de 11,3% y 0,8% respectivamente.

Pregunta N.-9 ¿Le gustaría asistir a un lugar en el cual se ofrezca una gran variedad de Tacos en la Ciudad de Tena?

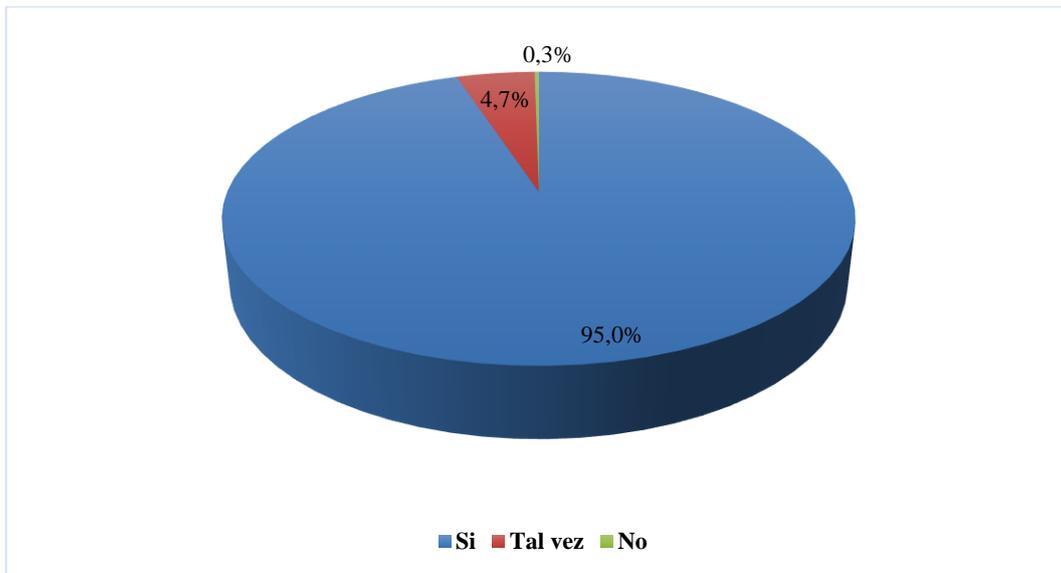
Tabla 10. Preferencia de variedad

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	360	95,0%
Tal vez	18	4,7%
No	1	0,3%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 12. Preferencia de variedad



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 12, se puede interpretar que el 95% de población le gustaría asistir a locales donde expendan gran variedad de tacos mexicanos, sin embargo, el 4.7% tal vez asistiría a lugares donde vendan tacos mexicanos, finalmente el 03% de la población no desea asistir a lugares donde vendan comida mexicana.

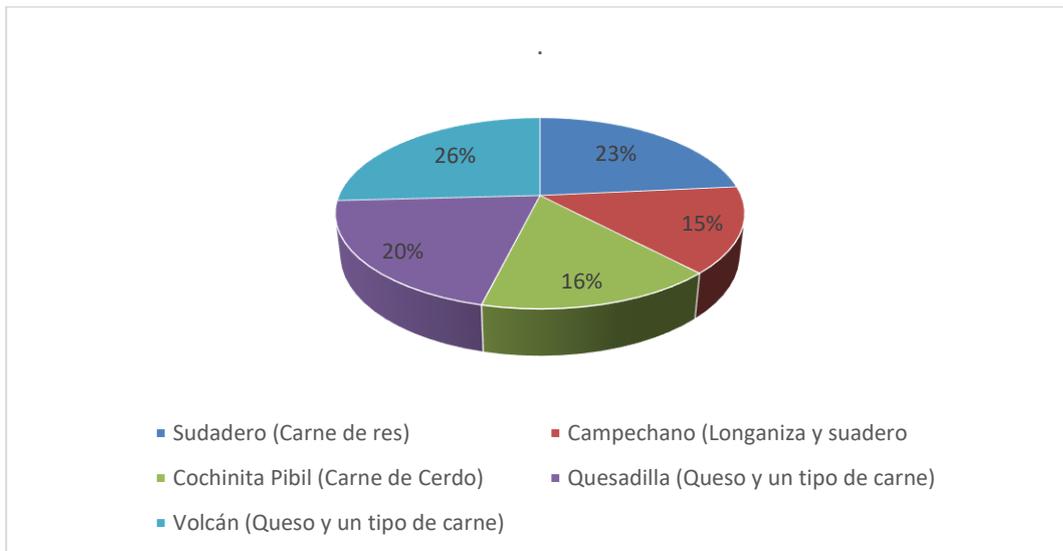
Pregunta N.-10 ¿De la siguiente variedad de tacos? ¿Cuál preferiría consumir?

Tabla 11. Preferencia de tacos a consumir

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sudadero (Carne de res)	89	23%
Campechano (Longaniza y suadero)	55	15%
Cochinita Pibil (Carne de Cerdo)	60	16%
Quesadilla (Queso y un tipo de carne)	77	20%
Volcán (Queso y un tipo de carne)	98	26%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 13. Preferencia de tacos a consumir



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 13, de acuerdo a la encuesta realizada sobre el consumo de diferentes variedades de tacos, se puede mencionar que el 16% consumiría el taco de cochinita pibil, el 15% degustaría del taco de campechano, el 23% del taco sudadero, el 26% del taco volcán y el 20% del taco de quesadilla. Al analizar la preferencia se aludió a que existe acogida externa para la comercialización y venta de comida mexicana en la ciudad.

Pregunta N.-11 ¿Cuáles son las salsas con las que usted acompañaría a su taco?

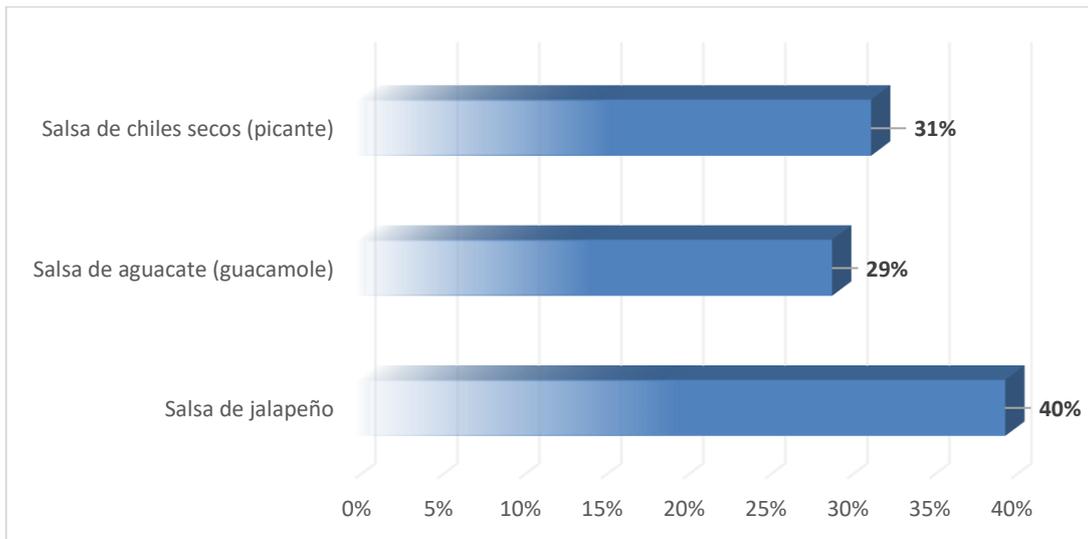
Tabla 12. Salsas de preferencias

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Salsa de jalapeño	150	40%
Salsa de aguacate (guacamole)	110	29%
Salsa de chiles secos (picante)	119	31%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 14. Salsas de preferencias



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 14, acerca de la preferencia de salsa para acompañar al taco, se puede interpretar que la salsa de jalapeño sería la más apetecida para acompañar al taco mexicano, alcanzando un porcentaje de 40%, la salsa de chile es apetecido en un 31% y finalmente la salsa de guacamole es apetecida en un 29%.

Pregunta N.-12 ¿Con qué tipo de bebida le gustaría degustar su taco?

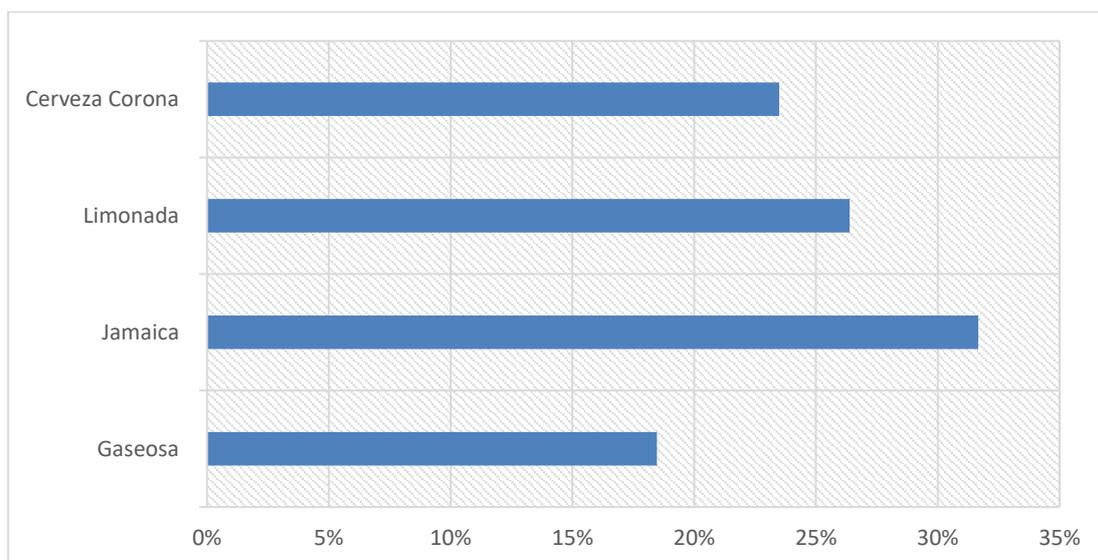
Tabla 13. Bebidas de preferencia

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Gaseosa	70	18%
Jamaica	120	32%
Limonada	100	27%
Cerveza Corona	89	23%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 15. Bebidas de preferencia



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 15, de acuerdo con la encuesta realizada sobre la preferencia de bebidas para degustar con el taco mexicano, se puede interpretar que el agua de Jamaica es la bebida más apetecida con un valor porcentual de 32%, seguido de la limonada con un 27%, la cerveza corona con un valor porcentual de 23% y finalmente la gaseosa con el 18%.

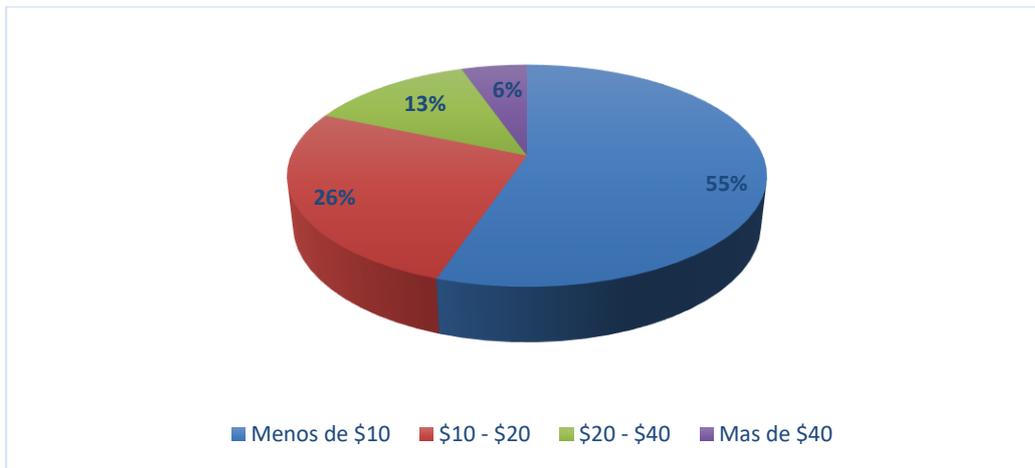
Pregunta N.-13 ¿Cuánto gasta en promedio mensualmente en alimentación fuera de casa?

Tabla 14. Gasto mensual en alimentación

Características	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de \$10	209	55%
\$10 - \$20	100	26%
\$20 - \$40	50	13%
Más de \$40	20	6%
Total	379	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Figura 16. Gasto mensual en alimentación



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra poblacional de los habitantes de la Ciudad de Tena
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación: En la figura 16, una vez planteada la encuesta en base al gasto mensual de alimentación fuera de casa se puede interpretar que existen gastos relativos en la población de Tena, donde las personas mantienen un gasto promedio de menos de \$10 con una representación porcentual de 55%, así mismo se pudo analizar que el 26% gasta entre \$10 a 20%, el 13% gasta entre \$20 a \$40 y finalmente el 6% gasta más de \$40.

Interpretación de oferta y demanda

Para realizar un análisis de oferta y demanda se tomó en consideración la encuesta realizada de la muestra poblacional de 379 habitantes.

Interpretación de la oferta

Para analizar la oferta de mercado que tiene el plan de negocios se determinó mediante la aplicación de una encuesta, donde se aplicó las siguientes preguntas.

¿Usted ha visitado algunos lugares dentro de la Ciudad de Tena que ofrezcan comida mexicana?

Dando como resultados lo siguiente:

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia Absoluta</i>	<i>Frecuencia Relativa</i>
<i>Sí</i>	312	82%
<i>No</i>	67	18%
Total	379	100%

La oferta que tiene el plan de negocios de la taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena, Provincia de Napo, está determinada mediante la competencia de rivales directos, donde la oferta que tiene la producción de comida mexicana es elevada, dando como resultado que un total de 312 personas visitan lugares que expenden comida mexicana, alcanzando un valor porcentual del 82%.

Interpretación de la demanda

Para el análisis de la demanda se planteó preguntas que determinan la demanda potencial de la taquería “El Chulito”, la cual fueron planteadas mediante las siguientes preguntas:

¿Ha consumido comida mexicana?

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	344	91%
No	35	9%
Total	379	100%

¿Dentro de la comida mexicana cuál es la más conocida?

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tacos	209	55,1%
Burritos	120	31,7%
Chimichangas	43	11,3%
Quesadillas	3	0,8%
Flautas	1	0,3%
Nachos	1	0,3%

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Chilaquiles	1	0,3%
Elotes, quesadillas	1	0,3%
Total	379	100%

¿Le gustaría asistir a un lugar en el cual se ofrezca una gran variedad de Tacos en la Ciudad de Tena?

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	360	95,0%
Tal vez	18	4,7%
No	1	0,3%
Total	379	100%

La demanda potencial que tiene la producción y comercialización de comida mexicana es elevada ya que de las 379 personas encuestadas 344 personas consumen comida mexicana, alcanzando un porcentaje del 91%, también se pudo determinar la demanda de la comida mexicana más conocida, donde 209 personas conocen el taco mexicano, la cual representa el 55,10%, finalmente se identificó la demanda de los lugares que ofrezcan una gran variedad de Tacos mexicanos, donde el 95% de la población respondió que si le gustaría asistir.

Objetivo 2.- Determinar los costos administrativos, operativos, costos de producción e infraestructura para la apertura de la taquería “El Chulito”.

Para el desarrollo del presente objetivo se empleó una clasificación de costos y gastos para la apertura de la taquería “El Chulito. Los gastos operacionales que incurren en el proceso de fabricación de la taquería “El Chulito”. Son los siguientes:

Tabla 15. Detalle de arriendo

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Arriendo	\$200,00	\$200,00
Total arriendo			\$200,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo mensual del local de arriendo por un valor de \$200 dólares americanos, la cual es necesaria para el inicio de la producción de tacos.

Tabla 16. Detalle de publicidad y propaganda

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Redes sociales	\$10,00	\$10,00
1	Volantes publicitarios	\$30,00	\$30,00
Publicidad y propaganda			\$40,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo de publicidad y propaganda que utilizará la taquería para su asentamiento en el mercado, el costo es de \$40,00 dólares mensuales

Tabla 17. Detalle de servicios básicos

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Agua	\$10,00	\$10,00
1	Luz	\$20,00	\$20,00
Servicios básicos		\$30,00	\$30,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo mensual de los servicios básicos, la cual asciende a \$10,00 para el servicio de agua y \$20 dólares para el servicio de Luz.

Tabla 18. Detalle de internet

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Internet mensual	\$25,12	\$25,12
Total Internet mensual		\$25,12	\$25,12

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo mensual de servicio de internet, la cual asciende a \$25,12.

Tabla 19. Detalle de uniformes

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Uniformes para la producción	\$30,00	\$30,00
Total, uniformes para la producción		\$30,00	\$30,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo de los uniformes que utilizaran los empleados para la producción y comercialización de tacos, la cual asciende a \$30,00

Tabla 20. Detalle de suministros y materiales

Unidades	Detalle	Valor Unitario	Valor total
2	Escoba	\$3,25	\$6,50
2	Trapeador	\$5,00	\$10,00
2	Basurero	\$5,00	\$10,00
2	Desinfectante	\$7,50	\$15,00
Suministro y materiales		\$20,75	\$41,50

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo de los suministros y materiales utilizados para la limpieza de local, la cual asciende a un valor total de \$41,50

Tabla 21. Detalle de mantenimiento y reparación

Unidades	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Mantenimiento y reparación	\$50,00	\$50,00
Total mantenimiento y reparación		\$50,00	\$50,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo de mantenimiento y reparación que necesitará el local, la cual asciende a un valor total de \$50,00

Tabla 22. Detalle de recipientes plásticos semanal

Unidades	Detalle	Valor Unitario	Valor total
4	Contenedor 2ltrs	\$10,00	\$40,00
4	Contenedor 1,5ltrs	\$5,00	\$20,00
Total recipientes plásticos		\$15,00	\$60,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo de los recipientes plásticos que necesitará el local, la cual asciende a un valor total semanal de \$60,00

Tabla 23. Detalle de recipientes plásticos

Rubros de gastos operacionales	Valor mensual
Arriendo	\$200,00
Publicidad y propaganda	\$40,00
Internet	\$25,12
Servicios básicos	\$30,00
Uniformes	\$30,00
Rubros de gastos operacionales	Valor mensual
Suministro y materiales	\$46,43
Suministro de oficina	\$15,00
Instalaciones	\$350,00
Mantenimiento y reparación	\$50,00
Recipientes de plásticos	\$60,00
Total gastos operacionales	\$846,55

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se observó el total de gastos operacionales que se empleó para la fabricación y comercialización de tacos mexicanos con un valor de \$846,55 dólares americanos.

Tabla 23. Gastos operacionales mensuales Taquería “El Chulito”

Egresos	AÑO 1												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Arriendo	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$2.400,00
Publicidad y propaganda	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$480,00
Internet	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$25,12	\$301,44
Servicios basicos	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$360,00
Uniformes	\$30,00												\$30,00
Suminitro y materiales	\$46,43	\$43,15	\$44,50	\$48,60	\$50,60	\$44,00	\$52,30	\$41,20	\$48,60	\$47,50	\$49,50	\$45,67	\$562,05
Suministro de oficina	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$180,00
Instalaciones	\$50,00												\$50,00
Mantenimiento y reparación	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$600,00
Recipientes de plasticos	\$60,00						\$60,00						\$120,00
Total Egresos	\$546,55	\$403,27	\$404,62	\$408,72	\$410,72	\$404,12	\$472,42	\$401,32	\$408,72	\$407,62	\$409,62	\$405,79	\$5.083,49

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

Se detalló los gastos operacionales que incurre la taquería el "CHULITO", se tomaron en consideración todos los componentes que inciden en el gasto operacional, además se pudo observar que se detalla de manera mensual cada uno de los egresos, donde se puede aludir que se proyectó los valores fijos a un año, determinando un costo anual de \$5.083,49 dólares americanos.

Tabla 25. Gastos de ventas mensuales taquería “El Chulito”

Egresos	AÑO 1												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldos y salarios	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$14.400,00
XIII Sueldo	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$1.600,00
XIV Sueldo	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$1.599,96
Fondo de Reserva	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$1.599,95
Aporte Patronal	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$150,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$1.910,00
Movilizacion	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$370,00
Total Egresos	\$1.780,00	\$1.779,99	\$21.479,91										

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

Se detalló los gastos de ventas que incurre la TAQUERIA EL "CHULITO", donde se pudo observar el total de sueldos y salarios de dos trabajadores, además se define los beneficios de ley que debe pagar el empleador conjunto el aporte patronal, finalmente se muestra el valor de las comisiones y movilizaciones que tendrán los empleados dentro del establecimiento, donde los dos trabajadores tendrán un costo de \$1.779,99 dólares mensuales y un costo total al año de \$21.479,91 dólares mensuales

Tabla 26. Gastos de administración mensuales taquería “El Chulito”

Egresos	AÑO 1												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Remuneración	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$14.400,00
XIII Sueldo	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$1.300,00
XIV Sueldo	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$66,67	\$800,00
Fondo de Reserva	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$1.299,98
Aporte Patronal	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$144,95	\$1.739,40
Materiales y suministro	\$40,00	\$41,50	\$42,20	\$35,12	\$22,15	\$24,52	\$12,36	\$15,60	\$14,70	\$14,50	\$18,20	\$19,60	\$300,45
Impuestos municipales y prediales	\$70,00												\$70,00
Permiso de funcionamiento	\$50,00												\$50,00
Impuestos SRI	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$180,00
Total Egresos	\$1.803,28	\$1.684,78	\$1.685,48	\$1.678,40	\$1.665,43	\$1.667,80	\$1.655,64	\$1.658,88	\$1.657,98	\$1.657,78	\$1.661,48	\$1.662,88	\$20.139,83

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

Se detalló los gastos de administración, las cuales están integradas por los sueldos y salarios y beneficios de ley del personal administrativo de la empresa TAQUERIA EL "CHULITO", además se detalla los diferentes tipos de impuestos a las entidades públicas, dando un total de egresos administrativos de \$20.139,83 dólares americano

Tabla 27. Costo de la materia prima

Materia prima	Tortilla	Carne	Cerdo	Longaniza	Frijoles	Aderezos	Queso	Total
Sudadero (Carne de res)	\$0,15	\$0,80			\$0,20	\$0,35		\$1,50
Campechano (Longaniza y suadero)	\$0,15	\$0,40		\$0,60	\$0,20	\$0,35		\$1,70
Cochinita Pibil (Carne de Cerdo)	\$0,15	\$0,40	\$0,51		\$0,20	\$0,35		\$1,61
Quesadilla (Queso y un tipo de carne)	\$0,15		\$0,51		\$0,20	\$0,35	\$0,50	\$1,71
Volcán (Queso y un tipo de carne)	\$0,15	\$0,40			\$0,20	\$0,35	\$0,50	\$1,60
Total costo de Materia Prima	\$0,75	\$2,00	\$1,00	\$0,60	\$1,00	\$1,75	\$1,00	\$8,12

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se puede observar el costo de la materia prima, la cual se utilizará para la elaboración de diferentes variedades de tacos.

Tabla 28. Costos indirectos de fabricación.

Costo Indirecto de Fabricación	Costo Mensual	Costo Anual
Arriendo	\$200,00	\$2.400,00
Publicidad y propaganda	\$40,00	\$480,00
Internet	\$25,12	\$301,44
Servicios basicos	\$30,00	\$360,00
Uniformes	\$30,00	\$360,00
Suministro y materiales	\$46,43	\$557,16
Suministro de oficina	\$15,00	\$180,00
Mantenimiento de instalaciones	\$50,00	\$600,00
Recipientes de plasticos	\$60,00	\$720,00
Total	\$496,55	\$5.958,60

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el costo indirecto de fabricación que necesitará el local, la cual asciende a un valor total de \$5.958,60 anualmente.

Tabla 29. Rol de pagos

Detalle	Remuneración	Aporte Patronal	Beneficios de ley				Costo Mensual	Costo Anual
		11,15%	XIII	XIV	Fondos de reserva	Vacaciones		
Cocinero 1	\$400,00	\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$33,33	\$26,04	\$570,64	\$6.847,68
Cocinero 2	\$400,00	\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$33,33	\$26,04	\$570,64	\$6.847,66
Cajera	\$400,00	\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$33,33	\$20,83	\$565,43	\$6.785,14
Mesera	\$400,00	\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$33,33	\$20,83	\$565,43	\$6.785,14
TOTAL	\$1.600,00	\$178,40	\$133,33	\$133,33	\$133,33	\$93,74	\$2.272,14	\$27.265,63

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

Se puede observar el costo de rol de pagos de los trabajadores, la cual asciende a un valor \$2.272,24 mensual, estableciendo así el costo anual a un valor de \$27.265,63.

Tabla 30. Estado de costo de producción y venta

**ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA
TAQUERIA EL "CHULITO"
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021**

MATERIA PRIMA A UTILIZAR	\$38.880,00
(+) Inv. Ini. De Materia Prima	\$0,00
(+) Compras de MP	\$38.880,00
(=) Disponible para la Producción	\$38.880,00
(-) Inv. Final. De Materia Prima	\$0,00
MANO DE OBRA	\$21.726,63
Trabajadores	\$21.726,63
COSTOS INDIRECTO DE FABR. (CIF)	\$5.958,60
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$66.565,23
(+) Inv. Ini. De Productos proceso	\$0,00
(=) Costo total de Productos en Proceso	\$66.565,23
(-) Inv. final. De Productos proceso	\$0,00
COSTO DE ARTICULOS TERMINADOS	\$66.565,23
(+) Inv. Ini. De Articulos Terminados	\$0,00
(=) Articulos Terminados Disponible V	\$66.565,23
(-) Inv. final. De Articulos Terminados	\$0,00
COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTA	\$66.565,23

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

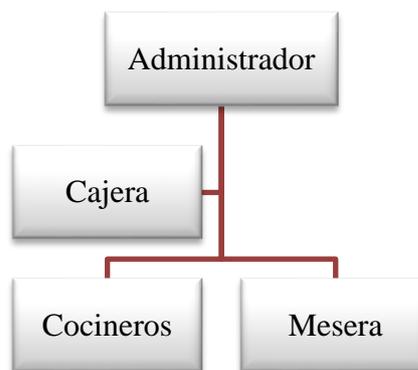
Para demostrar el resultado del presente objetivo se realizó el cálculo de gastos operativos, gastos de ventas y gastos administrativos, donde se pudo establecer el costo de producción, determinando los costos necesarios para la producción de diferentes variedades de tacos, llegando a demostrar que para la elaboración de 180 tacos diarios la empresa tendrá un costo de producción de \$66.565,23 de manera anual.

Objetivo 3: Definir la estructura organizacional de la empresa facilitando la integración de los empleados con el cumplimiento de las metas planteadas para la misma.

A continuación, se desarrolló una estructura organizacional de la Taquería el Chulito.

La empresa cuenta con 2 personas relacionadas al área de producción, venta y 1 persona en el área administrativa. Las cuales desempeñarán su trabajo durante las 8 horas reglamentarias del trabajo, por lo que su hora de entrada será a las 16:00 pm y su hora de salida será a las 00:00 am.

Tabla 32. Estructura organizacional



Fuente: Formación de Emprendedores (Dr. Ramón Ignacio Castillo López)
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

La estructura organizacional detalla en la forma como opera la Taquería el chulito teniendo así una mayor eficiencia en las áreas designadas por actividades operacionales.

El Administrador: Planifica, controla el cumplimiento del plan de acción del negocio, y así adaptarlo conforme a las necesidades que se vayan presentando en la empresa y vigilar el desempeño financiero de tacos, el estará involucrado directamente en mantener los estándares de calidad de los productos, delegando las responsabilidades a cada operario.

Cajera: comunicar pedido a la cocina, cobrar la orden, cuadre de caja, Arqueo de caja, en horarios fuera de la atención al público deberá asistir en la limpieza del lugar.

Cocinero: Preparación de los tacos bajo pedido correspondientes, además procesar los ingredientes y aderezos necesarios como salsas y diferentes tipos de tacos.

Mesera: trabajo en equipo, buenas relaciones interpersonales, destreza manual en el manejo de los equipos e instrumentos de cocina y limpieza, seguir instrucciones orales y escritas, servicio al cliente.

Objetivo 4: Elaborar los estados financieros proyectados a 5 años con el fin de identificar la viabilidad financiera a corto, mediano y largo plazo.

A continuación, se determinó los estados financieros proyectados a 5 periodos de tiempo.

Tabla 33. Estado de situación financiera

TAQUERIA EL "CHULITO" S.A					
DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVOS CORRIENTES					
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	\$6.500,00	\$6.597,50	\$6.696,46	\$6.796,91	\$6.898,86
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	\$205,00	\$208,08	\$211,20	\$214,36	\$217,58
INVENTARIOS	\$38.880,00	\$39.463,20	\$40.055,15	\$40.655,98	\$41.265,81
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO (PREPAGADOS)	\$20,00	\$20,30	\$20,60	\$20,91	\$21,23
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$45.605,00	\$46.289,08	\$46.983,41	\$47.688,16	\$48.403,48
ACTIVOS NO CORRIENTES					
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO					
MUEBLES Y ENSERES	\$7.270,00	\$7.379,05	\$7.489,74	\$7.602,08	\$7.716,11
ACTIVOS INTANGIBLES	\$1.500,00	\$1.522,50	\$1.545,34	\$1.568,52	\$1.592,05
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$8.770,00	\$8.901,55	\$9.035,07	\$9.170,60	\$9.308,16
TOTAL ACTIVO	\$54.375,00	\$55.190,63	\$56.018,48	\$56.858,76	\$57.711,64
PASIVO					
PASIVOS CORRIENTES					
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$1.200,00	\$1.218,00	\$1.236,27	\$1.254,81	\$1.273,64
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	\$1.800,00	\$1.827,00	\$1.854,41	\$1.882,22	\$1.910,45
OBLIGACIONES CON EL IESS	\$727,77	\$738,69	\$749,77	\$761,01	\$772,43
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$3.727,77	\$3.783,69	\$3.840,44	\$3.898,05	\$3.956,52

PASIVOS NO CORRIENTES

OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES	\$1.294,19	\$1.313,60	\$1.333,31	\$1.353,31	\$1.373,61
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$1.294,19	\$1.313,60	\$1.333,31	\$1.353,31	\$1.373,61
TOTAL PASIVOS	\$5.021,96	\$5.097,29	\$5.173,75	\$5.251,35	\$5.330,13

PATRIMONIO

CAPITAL SUSCRITO Y/O ASIGNADO	\$1.100,00	\$1.116,50	\$1.133,25	\$1.150,25	\$1.167,50
RESERVA LEGAL	\$400,00	\$406,00	\$412,09	\$418,27	\$424,55
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$6.200,00	\$6.293,00	\$6.387,40	\$6.483,21	\$6.580,45
TOTAL PATRIMONIO	\$7.700,00	\$7.815,50	\$7.932,73	\$8.051,72	\$8.172,50
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$12.721,96	\$12.912,79	\$13.106,48	\$13.303,08	\$13.502,62

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el estado de situación financiera proyectado bajo el método de un incremento porcentual de 1,5%, la cual fue considerada por un valor de inflación a nivel macroeconómico del país, obteniendo los siguientes resultados para el total de activo corriente del año 1 fue \$45.605,00, el año 2 es de \$46.289,08, el año 3 alcanzó un valor de \$46.983,41, el año 4 asciende a \$47.688,16 y finalmente el año 5 es de \$48.403,48, el activo no corriente está integrado por los activos fijos que posee la empresa, con los siguientes valores proyectados, para el año 1 su valor es de \$8.770,00, el año 2 el valor es de \$8.901,55, mientras que para el año 3 \$9.035,07, asimismo para el año 4 es de \$9.170,60, y finalmente el año 5 el valor alcanza a \$9.308,16, además se detalló los pasivos que posee la empresa dando como resultado los totales pasivos proyectados para el año 1 con un valor de \$5.021,96, para el año 2 \$5.097,29, para el año 3 \$5.173,75, para el año 4 \$5.251,35, y para el año 5 \$5.330,13, finalmente se detalló el total patrimonio proyectado, determinando los siguientes valores año 1 \$7.700,00, año 2 \$7.815,50, año 3 \$7.932,73, año 4 \$8.051,72, y año 5 \$8.172,50.

Tabla 34. Estado de resultados

TAQUERIA EL "CHULITO" S.A					
DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS NETAS	\$69.000,00	\$70.500,00	\$71.200,00	\$73.500,00	\$75.200,00
TOTAL INGRESOS	\$69.000,00	\$70.500,00	\$71.200,00	\$73.500,00	\$75.200,00
COSTOS					
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$18.000,00	\$18.270,00	\$18.544,05	\$18.822,21	\$19.104,54
COSTO DE MATERIA PRIMA UTILIZADA	\$18.000,00	\$18.270,00	\$18.544,05	\$18.822,21	\$19.104,54
MANO DE OBRA DIRECTA	\$21.580,80	\$21.904,51	\$22.233,08	\$22.566,58	\$22.905,07
SUELDOS Y SALARIOS	\$19.200,00	\$19.488,00	\$19.780,32	\$20.077,02	\$20.378,18
APORTE SEGURIDAD SOCIAL	\$2.140,80	\$2.172,91	\$2.205,51	\$2.238,59	\$2.272,17
COMISIONES Y MOVILIZACIONES	\$240,00	\$243,60	\$247,25	\$250,96	\$254,73
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$5.958,60	\$6.047,98	\$6.138,70	\$6.230,78	\$6.324,24
ARRIENDO	\$2.400,00	\$2.436,00	\$2.472,54	\$2.509,63	\$2.547,27
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$480,00	\$487,20	\$494,51	\$501,93	\$509,45
INTERNET	\$301,44	\$305,96	\$310,55	\$315,21	\$319,94
SERVICIOS BÁSICOS	\$360,00	\$365,40	\$370,88	\$376,44	\$382,09
UNIFORMES	\$360,00	\$365,40	\$370,88	\$376,44	\$382,09
SUMINISTRO Y MATERIALES	\$557,16	\$565,52	\$574,00	\$582,61	\$591,35
SUMINISTRO DE OFICINA	\$180,00	\$182,70	\$185,44	\$188,22	\$191,05
MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES	\$600,00	\$609,00	\$618,14	\$627,41	\$636,82
RECIPIENTES DE PLÁSTICOS	\$720,00	\$730,80	\$741,76	\$752,89	\$764,18
(=) COSTO DE PRODUCCION	\$45.539,40	\$46.222,49	\$46.915,83	\$47.619,57	\$48.333,86
(=) COSTO DE PRODUCCION EN PROCESO	\$45.539,40	\$46.222,49	\$46.915,83	\$47.619,57	\$48.333,86
(=) COSTO DE PRODUCCION Y VENTAS	\$45.539,40	\$46.222,49	\$46.915,83	\$47.619,57	\$48.333,86
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$23.460,60	\$23.812,51	\$24.169,70	\$24.532,24	\$24.900,23
GASTO DE ADMINISTRACIÓN	\$14.364,79	\$14.580,26	\$14.798,96	\$15.020,95	\$15.246,26
REMUNERACIÓN	\$8.000,00	\$8.120,00	\$8.241,80	\$8.365,43	\$8.490,91
XIII SUELDO	\$1.300,00	\$1.319,50	\$1.339,29	\$1.359,38	\$1.379,77
XIV SUELDO	\$800,00	\$812,00	\$824,18	\$836,54	\$849,09
VACACIONES	\$624,96	\$634,33	\$643,85	\$653,51	\$663,31

FONDO DE RESERVA	\$1.299,98	\$1.319,48	\$1.339,27	\$1.359,36	\$1.379,75
APORTE PATRONAL	\$1.739,40	\$1.765,49	\$1.791,97	\$1.818,85	\$1.846,14
MATERIALES Y SUMINISTRO	\$300,45	\$304,96	\$309,53	\$314,17	\$318,89
IMPUESTOS MUNICIPALES Y PREDIALES	\$70,00	\$71,05	\$72,12	\$73,20	\$74,30
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	\$50,00	\$50,75	\$51,51	\$52,28	\$53,07
IMPUESTOS SRI	\$180,00	\$182,70	\$185,44	\$188,22	\$191,05
TOTAL GASTOS	\$14.364,79	\$14.580,26	\$14.798,96	\$15.020,95	\$15.246,26
UTILIDAD OPERATIVA	\$9.095,81	\$9.232,25	\$9.370,73	\$9.511,30	\$9.653,96
(-) 15% PART. TRABAJADORES	-\$1.364,37	-\$1.384,84	-\$1.405,61	-\$1.426,69	-\$1.448,09
(=) UTILIDAD GRAVABLE	\$7.731,44	\$7.847,41	\$7.965,12	\$8.084,60	\$8.205,87
(-) IMPT. RTA POR PAGAR 25%	-\$1.700,92	-\$1.726,43	-\$1.752,33	-\$1.778,61	-\$1.805,29
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$6.030,52	\$6.120,98	\$6.212,80	\$6.305,99	\$6.400,58

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

Se detalló el estado de resultado proyectado bajo el método de un incremento porcentual de 1,5%, la cual fue considerada por un valor de inflación a nivel macroeconómico del país, donde se determinó los ingresos proyectados que ascienden para el año 1 \$69.000,00, el año 2 \$70.500,00, el año 3 \$71.200,00, el año 4 \$73.500,00, y el año 5 \$75.200,00, también se calculó los diferentes tipos de gastos que inciden en la actividad financiera del negocio alcanzando un valor para el año 1 de \$14.364,79, para el año 2 \$14.580,26, para el año 3 \$14.798,96, para el año 4 \$15.020,95, para el año 5 \$15.246,26, finalmente dado como resultado la utilidad o pérdida del ejercicio con los siguientes valores proyectados para el año 1 de \$6.030,52, año 2 \$6.120,98, el año 3 \$6.212,80, el año 4 \$6.305,99y para el año 5 un valor de \$6.400,58.

Se determinó la viabilidad financiera con la realización de los estados financieros, dando como resultados una rentabilidad optima a diferentes periodos de tiempos, donde la utilidad esperada para el año 2 es de \$6.120,98, lo cual significa que la empresa una vez calculado el total de ingresos y deducido el costo de producción, los diferentes tipos de gastos y calculado los impuestos a pagar genera una utilidad positiva, esto también se puede evidenciar a largo plazo, siempre y cuando la empresa mantenga un alto nivel de ventas y sus administración sea llevada de manera eficaz y eficiente, para así generar dividendos para accionistas.

Objetivo 5: Elaborar el plan de negocio para la creación de la taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena.

PLAN DE NEGOCIO

Nombre del negocio: La TAQUERÍA “EL CHULITO” EN LA CIUDAD DE TENA.

La TAQUERÍA “EL CHULITO” es una unidad de negocio dedicado a elaboración de Tacos mexicanos, la microempresa ofrece productos frescos y de calidad, donde su principal atractivo es el sabor de sus productos y la atención al cliente.

Misión: satisfacer el gusto y preferencia de nuestros clientes ofreciendo tacos de calidad proporcionando un buen servicio, en un establecimiento con un ambiente familiar.

Visión: ser una taquería reconocida en toda la Ciudad de Tena donde nuestros clientes puedan disfrutar de un sabor original con la más alta calidad y el excelente servicio que ofrece nuestra taquería.

Valores empresariales:

Honestidad: Compromiso con nuestros clientes, trabajadores y proveedores a dar un manejo transparente y eficaz, haciendo prevalecer la lealtad y la verdad.

Respeto: Cordialidad en las relaciones laborales y comerciales con nuestros clientes y trabajadores.

Trabajo en equipo: Compromiso de nuestro personal a brindar el mejor servicio a nuestros distinguidos clientes y compromiso de mantener en las mejores condiciones el ambiente laboral.

Responsabilidad; La TAQUERÍA “EL CHULITO”, tiene la responsabilidad de ofrecer servicios de calidad y calidez a los clientes internos y externos con compromisos positivos y relevantes.

Puntualidad: Un equipo de trabajo comprometido con la puntualidad de entrega de los productos a nuestros clientes, comprometidos con la formalidad en el cumplimiento de las obligaciones con nuestros proveedores y con nuestro equipo de trabajo.

Análisis situacional de la TAQUERÍA “EL CHULITO”

Tabla 35. Análisis FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buen trato al cliente • Productos exquisitos • Precios Razonables • Comodidad y limpieza 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos saludables • Proveedores potenciales • Crecimiento en el mercado • Deficiente competencia
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carece de servicio a domicilio • Inexperiencia en este tipo de negocio • Carencia de publicidad • Inexistente participación en el mercado 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambio de reformas tributarias • Inflación creciente • No se cuenta con una infraestructura propia (se renta) • Aparición de variante del COVID 19

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Interpretación:

Dentro de un análisis con un enfoque interno y externo de la Taquería “El Chulito” se determinó que la unidad de negocio cruza una de sus mejores situaciones en referencia al posicionamiento del mercado local, para ello se puede concluir que a pesar de la crisis económica originada por la pandemia esta mantiene una estabilidad funcional operativa.

Objetivos estratégicos de la TAQUERÍA “EL CHULITO”

Comercial: Realizar y expender los tacos mexicanos hacia la población de Tena y posteriormente en toda la Provincia de Napo.

Operativo: Desarrollar procesos de producción bajo órdenes específicas satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Persona: Satisfacer los gustos y preferencia de los clientes.

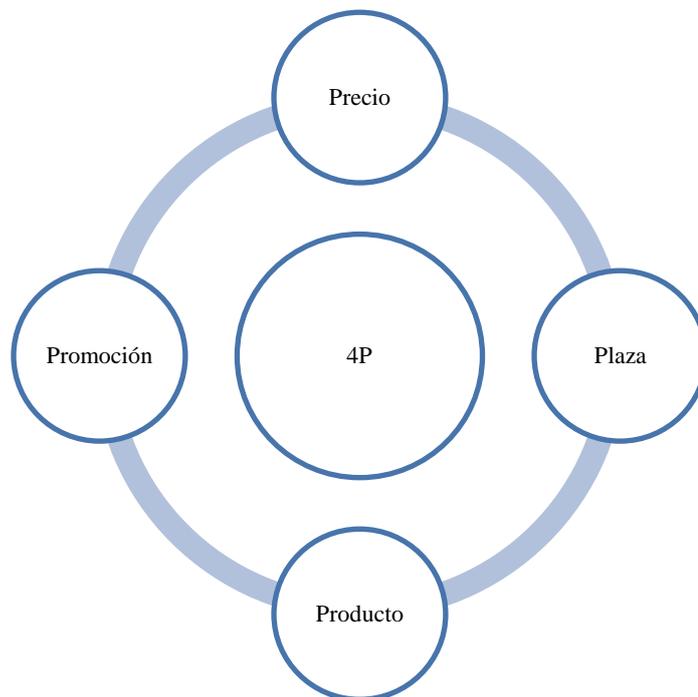
Legal: cumplir con todas las exigencias municipales y contribuir al estado mediante las declaraciones de impuestos establecida en Ecuador.

Financiero: Obtener márgenes de utilidades estables a través del tiempo y recuperar la inversión que se empleara.

2.- ANÁLISIS DE MERCADOTECNIA

Para la realización del análisis de mercadotecnia se empleará el modelo de las 4 P del Marketing mix, donde establece el: Precio, Plaza, Producto y Promoción.

Figura 17. 4P del Marketing Mix



Fuente: Fundamentos de Marketing (Kotler / Armstrong)
Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Producto: la TAQUERÍA “EL CHULITO” mantiene a su disposición tacos de diversa variedad para brindar a sus clientes y satisfacer las necesidades de su paladar, donde el cliente es el espectador principal, contando con un personal calificado que minimiza el tiempo de entrega de su producto, resaltando su sabor, calidad, firmeza y textura e inigualable atención a los clientes, determinando la elección de compra y ganando así participación en el mercado con una variedad de tacos.

Precio: Se fijará de acuerdo al costo, demanda y a la competencia que existe en el mercado, mediante este método se llegará a establecer el precio más adecuado del producto, sin afectar en gran medida la economía de los clientes, además se establecerá un margen de utilidad para cubrir los gastos y tener una rentabilidad idónea para la unidad económica.

Plaza: Se captará clientes mediante publicidad y propaganda, la cual ayudará a los tacos “EL CHULITO” a tener una mayor aceptación en el mercado ofreciendo productos de calidad y una excelente atención al público en general.

Promoción: Para una mejor aceptación y darse a conocer en el mercado, se harán campañas de degustaciones en las que se ofrecerán el producto de forma gratuita a las personas que transiten por el lugar donde estará ubicado el local.

Luego de lo cual se adoptará la estrategia de ofrecer promociones tales como el segundo taco a mitad de precio en determinados días de la semana donde las ventas sean más bajas.

Esto se deberá establecer una vez que el negocio tenga un tiempo prudencial de funcionamiento y que le permita determinar los días en los que las ventas disminuyen.

Así también, el negocio hará uso de las redes sociales más populares para los potenciales clientes, como lo son Facebook e Instagram para darse a conocer, así como letreros que indiquen dónde queda el lugar.

3.- GESTIÓN OPERATIVA Y FINANCIERA

Materias primas y materiales

Las materias primas y materiales serán adquiridas a través de proveedores especialista en la realización de sus productos, estos proveedores se encontrarán en los mercados más populares del Cantón, los productos para la elaboración de tacos se adquirirán un día antes de la elaboración para mantener los productos frescos y libre de contaminación.

A continuación, se detalla la materia prima e ingredientes necesarios para la producción de tacos.

Tabla 36. Materia prima e ingredientes

Tortilla para tacos	Harina
Manteca vegetal	Sal
Polvo de hornear	Pimienta molida
Comino molido	Aceite de oliva
Salsa china	Ajo
Carne	Cerdo
Camarón	Apanadura
Huevos	Longaniza
Frijoles rojos	Cebolla paiteña
Pimiento verde	Tomate
Hojas de laurel seca	Aguacates
Jugo de limón	Ají
Pimientos	Tomates verdes
Hierbita	Cebolla perla
Culantro	Hojas de albahaca
Tomates de árbol	Cilantro
Mostaza	Queso

Fuente: El propietario

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Tabla 37. Materiales e insumos

Congelador	Planchero
Olla de presión	Licuadora
Microondas	Refrigeradora
Impresora	Portátil
Coche de escurridor trapeador	Caja registradora
Aire acondicionado	Teléfono
Lavadero de plato	Letrero luminoso
Chapana de extractor	Remodelación
Extintor	Trampa de grasa
Mesa de acero tipo chef	Cocina industrial
Sillas 16 y mesas 4 (sencillas)	Mostrador de salsas
Bandeja metálica	Sartén
Olla	Juego de tazas medidoras
Cucharitas	Jarra
Tabla de picar	Exprimidor manual
Cucharon	Colador de malla meta
Cuchillo picador	Recipiente para conservar frejoles
Platos medianos	Espátula
Servilletero	Recipiente para salsas

Fuente: El propietario

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

Proveedores de suministros: Los proveedores de las materias primas, serán las personas que se dediquen a la venta de productos alimenticios de primera necesidad, estos deberán ser elegidos por el administrador del negocio, quien tiene los conocimientos necesarios acerca de gastronomía y la forma correcta de preparación de los productos que se venderán, con la finalidad de velar por la buena calidad de los mismos. En cuanto a los productos cárnicos, también serán elegidos por la misma persona. Los proveedores de los materiales serán especializados en la venta de equipo y utensilios de cocina.

Infraestructuras: La infraestructura del local será de un tamaño pequeño de 60m² que posea un baño, un espacio para la cocina (el área de producción) y el espacio para la estancia de los consumidores.

Recursos técnicos: Por la naturaleza del negocio, no se empleará ninguna clase de tecnología en la elaboración de sus productos, esta se llevará a cabo de forma artesanal (manual), por lo cual el método de producción es producción por órdenes de producción o trabajo, dado que por cada pedido que realice el cliente se procederá a elaborar el producto.

Equipamiento: constará de delantales para los que se encargan de la producción de los tacos y mallas para el cabello. Así como de los utensilios necesarios para la preparación de los tacos, además se contará con una trampa de grasa para que el agua que se deseché sea menos densa y tenga menos desechos sólidos. Así como también un extractor para la cocina, lo que evitará que el humo se mantenga dentro del local. Será necesario que el local se encuentre equipado con el respectivo extintor que exige el cuerpo de bomberos.

3.1 GESTIÓN FINANCIERA

El estudio financiero proporcionará información técnica relevante para medir el retorno de la inversión, el valor neto que genera la empresa y el costo beneficio al elaborar y comercializar sus productos, además ayuda a disminuir diferentes tipos de riesgos, mediante proyecciones del efectivos y flujos de caja.

A continuación, se detalla los Datos de las tasas impositivas que rigen en la actualidad en Ecuador.

Tabla 38. Datos impositivos

Detalle	Valor
Tasa Impositiva (Imp. Renta)	25%
Tasa pasiva	4%
Riesgo país	5%
Recurso propio	\$ 7.540,00
Tasa Préstamo	14,3%
Tasa de inflación	1,5%
Tasa de Crecimiento "g"	1,50%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Tabla 39. Plan de inversión

CANT	DESCRIP.	VALOR UNIT.	TOTAL (USD)	DEP'N %	DEP'N \$	VALOR RESCATE %	VALOR RESCATE \$
1	Congelador	\$ 500,00	\$ 500,00	10%			\$ -
2	Microondas	\$ 300,00	\$ 600,00	10%	\$ 60,00	10%	\$ 60,00
3	Lavadero de plato	\$ 100,00	\$ 300,00	0%	-		\$ -
1	Chapana de extractor	\$ 100,00	\$ 100,00	0%	-		\$ -
3	Extintor	\$ 50,00	\$ 150,00	0%	-		\$ -
2	Mesa de acero tipo chef	\$ 200,00	\$ 400,00	10%	\$ 40,00	10%	\$ 40,00
1	Sillas 16 y mesas 4 (sencillas)	\$ 250,00	\$ 250,00	10%	\$ 25,00	10%	\$ 25,00
1	Bandeja metálica	\$ 80,00	\$ 80,00	10%	\$ 8,00	10%	\$ 8,00
24	Cucharitas	\$ 2,50	\$ 60,00	0%	-		\$ -
3	Tabla de picar	\$ 20,00	\$ 60,00	0%	-		\$ -
3	Cucharon	\$ 10,00	\$ 30,00	0%	-		\$ -
3	Cuchillo picador	\$ 20,00	\$ 60,00	0%	-		\$ -
24	Platos medianos	\$ 5,00	\$ 120,00	0%	-		\$ -
12	Servilletero	\$ 5,00	\$ 60,00	0%	-		\$ -
1	Planchero	\$ 180,00	\$ 180,00	10%	\$ 18,00	10%	\$ 18,00
3	Licuadaora	\$ 80,00	\$ 240,00	10%	\$ 24,00	10%	\$ 24,00
1	Refrigeradora	\$ 480,00	\$ 480,00	10%	\$ 48,00	10%	\$ 48,00
2	Letrero luminoso	\$ 240,00	\$ 480,00	0%	-		\$ -
1	Remodelación	\$ 200,00	\$ 200,00	0%	-		\$ -
3	Cocina industrial	\$ 330,00	\$ 990,00	10%	\$ 99,00	10%	\$ 99,00
12	Mostrador de salsas	\$ 100,00	\$ 1.200,00	0%	-		\$ -
3	Sartén	\$ 70,00	\$ 210,00	0%	-		\$ -
24	Juego de tazas medidoras	\$ 5,00	\$ 120,00	0%	-		\$ -
12	Jarra	\$ 10,00	\$ 120,00	0%	-		\$ -
12	Exprimidor manual	\$ 2,50	\$ 30,00	0%	-		\$ -
2	Colador de malla meta	\$ 5,00	\$ 10,00	0%	-		\$ -
6	Recipiente para conservar frejoles	\$ 20,00	\$ 120,00	0%	-		\$ -
6	Espátula	\$ 5,00	\$ 30,00	0%	-		\$ -

CANT	DESCRIP.	VALOR UNIT.	TOTAL (USD)	DEP'N %	DEP'N \$	VALOR RESCATE %	VALOR RESCATE \$
6	Recipiente para salsas	\$ 15,00	\$ 90,00	0%	\$ -		\$ -
1	Otros activos	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	0%	\$ -		\$ -
1	Capital de trabajo	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	0%	\$ -		\$ -
TOTAL		\$ 11.385,00	\$ 15.270,00		\$ 322,00		\$ 322,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se representó el detalle de los activos fijos, otros activos y el capital de trabajo con el que inicia la unidad de negocio.

Tabla 40. Plan de financiación

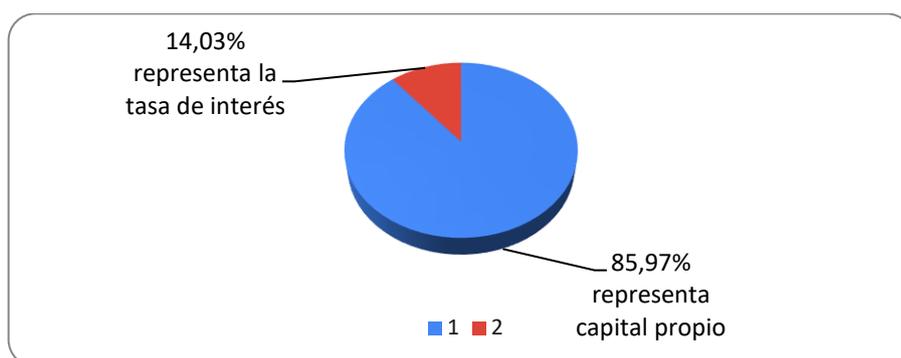
	\$	%
I. Inversiones		
Activo Fijo	7.270,00	83%
Otros Activos	1.500,00	17%
TOTAL	8.770,00	100%
II. Financiamiento		
Capital (propio)	7.540,00	85,97%
Tasa de interés / préstamo	1.230,00	14,03%
TOTAL	8.770,00	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló el plan de financiamiento donde los activos fijos ascienden a \$ 7.270,00 y otros activos relacionados son de \$1.500,00, dando como resultado un valor de \$ 8.770,00 dólares americanos, mientras que el financiamiento inicia con un capital propio de \$7.540,00, el cuál se hizo un préstamo de \$ 1.230,00 para completar dicha inversión a una tasa de interés del 14,03% a 12 meses esto representa el apalancamiento financiero que necesita la organización.

Figura 18. Estructura de capital



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se puede identificar en la figura 18, que el 85,97% representa al capital propio con el que inicia la empresa, mientras que el 14,03% representa el apalancamiento financiero que necesita la organización dando un total del 100%.

Tabla 41. Tabla de Amortización método francés

DATOS	
Tasa de Interés Anual	14,03%
Tasa de Interés Mensual	1,17%
Préstamo	1.230,00
N (meses)	12
M (Capitalización)	1
Periodos n*m NPER	12
Pago	\$ 217,59

No.	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				\$ 1.230,00
1	\$ 45,02	\$ 172,57	\$ 217,59	\$ 1.184,98
2	\$ 51,34	\$ 166,25	\$ 217,59	\$ 1.133,64
3	\$ 58,54	\$ 159,05	\$ 217,59	\$ 1.075,10
4	\$ 66,75	\$ 150,84	\$ 217,59	\$ 1.008,35
5	\$ 76,12	\$ 141,47	\$ 217,59	\$ 932,23
6	\$ 86,80	\$ 130,79	\$ 217,59	\$ 845,44
7	\$ 98,97	\$ 118,61	\$ 217,59	\$ 746,46
8	\$ 112,86	\$ 104,73	\$ 217,59	\$ 633,60
9	\$ 128,69	\$ 88,89	\$ 217,59	\$ 504,91
10	\$ 146,75	\$ 70,84	\$ 217,59	\$ 358,16
11	\$ 167,34	\$ 50,25	\$ 217,59	\$ 190,82
12	\$ 190,82	\$ 26,77	\$ 217,59	\$ -

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se representa el crédito bajo el método francés, la cual está establecida con una tasa de interés anual del 14,03%, calculado de manera mensual de 1,17%, para 12 meses de tiempo, pagando un saldo de \$ 217,59 dólares americanos de manera mensual.

Tabla 42. Costos variables

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INV. MATERIA PRIMA	\$ 18.000,00	\$ 18.270,00	\$ 18.544,05	\$ 18.822,21	\$ 19.104,54
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 21.580,80	\$ 21.904,51	\$ 22.233,08	\$ 22.566,58	\$ 22.905,07
OTROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 39.580,80	\$ 40.174,51	\$ 40.777,13	\$ 41.388,79	\$ 42.009,62
Tasa de Inflación (f)		1,5%	1,5%	1,5%	1,5%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló los costos variables proyectado bajo el método de incremento porcentual del 1,5%, la cual fue considerada por un valor de inflación a nivel macroeconómico del país, donde se presupuestó para 5 periodos de tiempo, tomando como base el año 1 y estableciendo los rubros de materia prima, mano de obra y otros costos como valores.

Tabla 43. Costo fijos

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos y salarios	\$ 19.200,00	\$ 19.200,00	\$ 19.200,00	\$ 19.200,00	\$ 19.200,00
Servicios basicos	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Internet	\$ 301,44	\$ 301,44	\$ 301,44	\$ 301,44	\$ 301,44
Suministros y materiales	\$ 557,16	\$ 557,16	\$ 557,16	\$ 557,16	\$ 557,16
Suministro de oficina	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Mantenimiento y reparación	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 21.198,60				

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se estableció cada rubro que integra los costos fijos proyectados a cinco periodos, bajo el método de incremento porcentual del 1,5%, la cual fue considerada por un valor de inflación a nivel macroeconómico del país, se toma en consideración los rubros fijos que mantendrá la empresa, los cuales son; sueldos y salarios, servicios básicos, internet, suministros y materiales, suministro de oficina y mantenimiento y reparación.

Una vez establecido los costos variables y costos fijos, se determinará las unidades a producir de manera anual, las cuales ayudaran a establecer los ingresos que tendrá la empresa durante los periodos proyectados que se está analizando.

Tabla 44. Cantidad

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Cantidad (Q)	35.000	35.525	36.058	36.599	37.148
Tasa sustentable de Crecimiento (g)		1,5%	1,5%	1,5%	1,5%

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se detalló la cantidad de ventas que se realizará en un periodo anual con una proyección de cinco años, estableciendo un margen de incremento del 1,5% anual.

Tabla 45. Precios

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Precios		\$2,00	\$2,02	\$2,06	\$2,09	\$2,12
Tasa de Inflación (f%)		1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%
COSTOS VARIABLES		\$39.580,80				
COSTOS FIJOS		\$21.198,60				
CANTIDAD		\$34.560,00				
CTU=	\$2,00	\$1,50				
Mg%	33%	\$0,50				
PRECIO		\$2,00				

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se estableció el precio al analizar los costos variables y fijos de la taquería “EL CHULITO”, donde se pudo apreciar que los precios son proyectados con una tasa de inflación del 1,5%.

Tabla 46. Ingresos

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS/VENTAS/COSTOS AHORRADOS	\$69.825,00	\$71.935,46	\$74.109,71	\$76.349,68	\$78.657,34
Cantidad (Q)	35.000	35.525	36.058	36.599	37.148
Precio (Px)	\$2,00	\$2,02	\$2,06	\$2,09	\$2,12

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se estableció los ingresos proyectados a cinco periodos, bajo el método de incremento porcentual del 1,5%, la cual fue considerada por un valor de inflación a nivel macroeconómico del país, se detalló la cantidad que se va a producir de manera anual y el precio de comercialización.

Tabla 47. Flujo neto de efectivo

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos/Ventas/Costos Ahorrados	\$69.825,00	\$71.935,46	\$74.109,71	\$76.349,68	\$78.657,34
-Costos variables prod/comer/serv	\$39.580,80	\$40.174,51	\$40.777,13	\$41.388,79	\$42.009,62
-Costos Fijos	\$21.198,60	\$21.198,60	\$21.198,60	\$21.198,60	\$21.198,60
(=) Utilidad de Operación	\$9.045,60	\$10.562,35	\$12.133,98	\$13.762,29	\$15.449,13
-Depreciaciones	\$322,00	\$322,00	\$322,00	\$322,00	\$322,00
+Ingresos no Operacionales Gravable					
(=) Utilidad antes de interese e impuestos (UAI)	\$8.723,60	\$10.240,35	\$11.811,98	\$13.440,29	\$15.127,13
(-) Costos financieros	\$172,57	\$166,25	\$159,05	\$150,84	\$141,47
(=) Utilidad antes de impuestos (UAI)	\$8.551,03	\$10.074,10	\$11.652,93	\$13.289,45	\$14.985,65
(-) Impuestos % Renta	\$2.137,76	\$2.518,52	\$2.913,23	\$3.322,36	\$3.746,41
(=) Utilidad despues de impuestos (UDI)	\$6.413,27	\$7.555,57	\$8.739,70	\$9.967,09	\$11.239,24
(+)Depreciaciones	\$322,00	\$322,00	\$322,00	\$322,00	\$322,00
(+)Ingresos no Operacionales no Gravable					
(-) Capital financiero	\$45,02	\$51,34	\$58,54	\$66,75	\$76,12
(-) Capital de trabajo					
(+) Valor de rescate					\$322,00
Inversión					
(=) Flujo neto (FNE)	\$6.690,25	\$7.826,24	\$9.003,16	\$10.222,34	\$11.807,12
(=) Flujo neto descontado (FNED)	\$6.125,85	\$6.561,45	\$6.911,39	\$7.185,29	\$7.599,09

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

En la tabla 47, se detalló el estado de flujo del efectivo proyectado, tomando en consideración la inversión inicial, la cual siempre se mantiene en negativo para efectos de cálculo \$6.690,25, además se evidencia el total de ingreso proyectado a cinco años y se deduce los costos fijos y variables proyectados a cinco años, para obtener un utilidad operacional proyectada a cinco años, la cual asciende a \$9.045,60 para el año 1, mientras que para el año 2 \$10.562,35, para el año 3 \$12.133,98, para el año 4 \$13.762,29 y para el año 5 \$15.449,13. Para finalmente obtener flujos proyectados a cinco periodos de tiempo.

Tabla 48. Indicadores

RUBROS	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) Flujo neto Efectivo (FNE)	\$6.690,25	\$7.826,24	\$9.003,16	\$10.222,34	\$11.807,12
(=) Flujo neto descontado (FNED)	\$6.125,85	\$6.561,45	\$6.911,39	\$7.185,29	\$7.599,09

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnathan, (2021)

Se determinó los flujos proyectados desde su inversión inicial hasta el quinto periodo proyectado, los flujos netos ayudan a determinar la viabilidad financiera del proyecto.

A continuación, se detalló el cálculo de los indicadores de evaluación de proyecto:

- Valor Actual
- Valor Actual neto
- Tasa Interna de Retorno.

El valor actual se calcula media la sumatoria de todos los flujos netos descontados:

$$\text{Valor actual} = \sum FND1 + FND2 + FND3 + FND4 + FND5$$

$$\text{Valor actual} = \$6.125,85 + \$6.561,45 + \$6.911,39 + \$7.185,29 + \$7.599,09$$

$$\text{Valor actual} = \$34.383,08$$

Valor Actual Neto

$$VAN = Inversión Inicial + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FN4}{(1+i)^4} + \frac{FN5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -\$15.270,00 + \frac{\$6.125,85}{(1+0.10)^1} + \frac{\$6.561,45}{(1+0.10)^2} + \frac{\$6.911,39}{(1+0.10)^3} + \frac{\$7.185,29}{(1+0.10)^4} + \frac{\$7.599,09}{(1+0.10)^5}$$

$$VAN = \$19.113,08$$

Tasa Interna de Retorno

$$TIR = -\lg + \sum_{t=1}^n \frac{FN1}{(1+i)^t} + \frac{FN2}{(1+i)^t} + \frac{FN3}{(1+i)^t} + \frac{FN4}{(1+i)^t} + \frac{FN5}{(1+i)^t}$$

$$TIR = -15.270,00 + \frac{\$6.125,85}{(1+0.10)^1} + \frac{\$6.561,45}{(1+0.10)^2} + \frac{\$6.911,39}{(1+0.10)^3} + \frac{\$7.185,29}{(1+0.10)^4} + \frac{\$7.599,09}{(1+0.10)^5}$$

$$TIR = 45,65\%$$

Tabla 49. Tabla de evaluación financiera

INDICADOR	RESULTADO
VALOR ACTUAL (VA)	\$34.383,08
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$19.113,08
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	45,65%
VAN CERO (COMPROBACIÓN)	\$ 0,00
RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)	\$ 2,25
PAY BACK(AÑOS)	3 años, 5 meses, 6 días
VALOR ECONÓMICO AGREGADO EVA	\$5.377,29
ROIC	\$0,44
Utilidad Opretativa Dep Imp.	\$6.784,20

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Soria Mena Johnnathan, (2021)

Se detalló el resultado de la evaluación financiera, donde se puede observar que el valor actual neto (VAN) es positivo, con un valor que asciende a \$19.113,08, mientras que la tasa interna de retorno (TIR) alcanza un porcentaje de 45,65% y finalmente la relación costo beneficio (RBC) es de \$2,25.

H. CONCLUSIONES

- Se aplicó un estudio de mercado, en la cual se identificó la oferta y demanda para la apertura de la taquería “El Chulito” en la Ciudad de Tena, Provincia de Napo, se pudo determinar que la actividad de negocio mantiene una oferta competitiva entre rivales directos, donde el 82% de la población visita diferentes tipos de establecimientos de comida mexicana, también se pudo interpretar que la demanda que tiene la comida mexicana es elevada, donde el 91% de la población consume comida mexicana, y el 55.1% consume tacos mexicanos.
- Se empleó un análisis de costeo para determinar los costos de producción y costos operativos que incurrió la taquería “El Chulito”, además se estructuró el estado de costos de producción y venta, tomando en consideración la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, determinando así, el costo de producción y venta real que la empresa tiene al desarrollar su actividad económica, la cual asciende a \$66.565,23.
- Se realizó una estructura organizacional, la cual permitió atribuir diferentes tipos de responsabilidades al personal de trabajo de la empresa, para un mayor rendimiento operativo y funcional.
- Se elaboró los estados financieros proyectados, mediante el método de incremento porcentual, tomando en consideración el 1,5%, a través de la información financiera proyectada se determinó la situación económica a largo y corto plazo, además se pudo evidenciar el nivel de rentabilidad que tendrá la empresa, la cual asciende a los siguientes resultados; año 1 de \$6.030,52, año 2 \$6.120,98, el año 3 \$6.212,80, el año 4 \$6.305,99 y para el año 5 un valor de \$6.400,58.
- Finalmente se elaboró el plan de negocios para la apertura de la taquería “El Chulito”, donde se planteó la gestión estratégica, administrativa, comercial y financiera, dando como resultado más importante el cálculo de los indicadores de evaluación de proyectos, donde el valor actual neto asciende a \$19.113,08, con una tasa interna de retorno de 45,65%

I. RECOMENDACIONES

- Se propone aplicar a la Taquería “El Chulito” ubicada en la Ciudad de Tena, se realice una encuesta a nivel población local para medir las deficiencias del producto y así ir mejorando paulatinamente dentro de un periodo ya sea trimestral, semestral o anual, mediante la aplicación de entrevistas estructurada tomando todas las medidas de bioseguridad que establece el país.
- Tomar en consideración el análisis de costeo más robusto como el presupuesto maestro, para verificar el costo de producción que se efectúa dentro de un periodo económico.
- Se invita a implantar la base de la estructura organizacional que se planteó para la realización de los productos, la cual ayuda a establecer responsabilidades y mantener el puesto de trabajo en constante producción.
- Se sugiere analizar la información financiera aplicada y tomar una decisión de invertir, apoyado en información técnica relevante para la puesta en marcha de la taquería “El Chulito”.
- Se recomienda tomar en consideración el estudio técnico de proyección bajo el método de mínimos cuadrados para determinar la producción exacta en las unidades a producir y así, mejorar de la viabilidad del negocio para la toma de decisiones mitigando los riesgos de inversión y saber el periodo de recuperación de la inversión inicial.

J. BIBLIOGRAFÍA

- A., J. C. (29 de 10 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Modelo Canvas: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Abambari, M. (2019). *El emprendimiento y el perfil del emprendedor*. Obtenido de <https://marioabambari.files.wordpress.com/2015/01/el-emprendimiento-y-el-perfil-del-emprendedor.pdf>
- Altuve, J. (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. *Actualidad Contable Faces*, 7-17.
- Arias. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. En A. F. 6ta.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN .
- Bragg, S. M. (2012). *Business ratios and formulas*. Jhon Wiley & Sons.
- BurbanoRuiz, J. E. (2011). *Presupuestos un enfoque de direccionamiento estrategico, gestion, y control de recursos*. Bogota, Colombia: Mc Graw Hill Education.
- Cóndor, W. (2017). *TODO SOBRE EL RISE* . Obtenido de Boletín Contable: <https://boletincontable.com/wp-content/uploads/2017/11/Curso-RISE-Junio-2017.pdf>
- Conexionesan. (9 de agosto de 2017). *Conexionesan*. Obtenido de Emprender sin investigar el mercado es como caminar a ciegas: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/08/emprender-sin-investigar-el-mercado-es-como-caminar-a-ciegas/>
- Corvo, H. S. (2019). *lifeder.com*. Obtenido de Administración y finanzas: <https://www.lifeder.com/estudio-de-prefactibilidad/>
- Cruz, I. (2013). *Planeación estratégica un pilar en la gestión empresarial* . Mexico: Instituto Tecnológico de Sonora .
- Darwin, A. (2011). *La teoría de la organizacion*. Peru: Universidad Nacional.
- Díaz, J. (2014). Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: retos y perspectiva. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 21-24.
- Ecuador, C. d. (2008). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf.
- Ecuador, C. d. (2008). *Registro Oficial 449 de 20-oct-2008*.
- El Mercurio. (06 de 09 de 2021). Cerca del 30 % de emprendimiento en Ecuador surgen de la necesidad.

- E-nquest. (10 de 04 de 2018). Obtenido de E-nquest: <https://www.e-nquest.com/investigacion-de-mercado-ventajas-y-beneficios/>
- Equipo Pensemos. (27 de Noviembre de 2020). *Pensemos*. Obtenido de 5 fuerzas de Porter: ¿qué son y cómo usarlas a partir de ejemplos?: <https://gestion.pensemos.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos>
- Fisher de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Fuentes, M. (2017). Financial management applied to organizations. *Dominio de las Ciencias*, 3, 220-232.
- GAD Municipal Tena. (2020). *Datos Estadísticos*. Obtenido de <https://tena.gob.ec/index.php/tena/datos-estadisticos>
- Garcia, I. d. (2001). *Plan de Negocio*. Obtenido de Instituto de Empresas-Escuela de negocios de España: www.ie.edu
- Gardey, J. P. (2012). *Definicion de*. Obtenido de <https://definicion.de/demografia/>
- Gardey, J. P. (2014). *Definicion de* . Obtenido de <https://definicion.de/comparacion/>
- Gestión Digital. (Octubre de 2020). *Gestión Digital*. Obtenido de Multiplica Ediciones: <https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/la-pobreza-el-saldo-mas-tragico-que-dejara-el-covid-en-el-pais#:~:text=La%20pobreza%20por%20ingresos%20se,%2C6%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n>.
- Gil, S. (2010). *Empleo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/empleo.html>
- Guide, S. (26 de 04 de 2019). *Starpus Guide*. Obtenido de Starpus Guide: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/que-es-el-analisis-de-mercado/>
- Hernández, L. (2015). *El emprendedor se beneficia con el RISE*. Obtenido de Tus Finanzas: <https://tusfinanzas.ec/el-emprendedor-se-beneficia-con-el-rise/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1les%20son%20los%20beneficios%20del,nuevo%20que%20afilie%20al%20IESS>.
- Herrera Aráuz, D. (2015). *Matemática Financiera*. Quito.
- Herrera, M. &. (2010). *Tutoria de la Investigación Científica*. Quito.
- Hurtado de Barrera, J. (2010). *Metodología de la Investigación Holística*. Venezuela: Sypal.
- INEC. (2016). *Encuesta Naciona de Empleo, Subempleo y Desempleo*. Obtenido de

- https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- INEC. (2018). Censo población y vivienda . *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS*.
- Internacional, C. d. (Noviembre de 2017). *Laguia del café*. Obtenido de Robusta en el café exprés y otros elaborados de café: <https://www.laguiaadelcafe.org/guia-del-cafe/calidad-del-cafe/Robusta-en-el-cafe-expres-y-otros-elaborados-de-cafe/>
- Jaramillo, C. A. (19 de 02 de 2017). *Analisis de la empresa y su entorno*. Obtenido de Macro y Microambiente: <http://werobe01.blogspot.com/2013/02/macro-y-microambiente.html>
- K. Arturo. (24 de 06 de 2020). *CreceNegocios*. Obtenido de Las 5 fuerzas de Porter: <https://www.crecenegocios.com/fuerzas-de-porter/>
- Koch, A. (24 de Junio de 2020). *Las 5 fuerzas de Porter: definición, características y estrategias*. Obtenido de Crece Negocios: <https://www.crecenegocios.com/fuerzas-de-porter/>
- Lamas, V. (2010). ELABORACIÓN DE UN ARTÍCULO CIENTÍFICO DE INVESTIGACIÓN. *SCIELO*, 17-21.
- Lara, E. (2011). *Fundamentos de Investigación* . Mexico: Alfaomega grupo editor s.a.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana., X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor 2019 / 2020. *Escuela de Negocios*, 18.
- Ley de Regimen Tributario Interno. (31 de Diciembre de 2019). *Lexis*. Obtenido de www.lexis.com.ec
- LEY DE TURISMO 2001, R. O. (29 de 12 de 2014). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Malhotra, N. K. (2016). *Investigacion de Mercados*. Mexico: Pearson Education, Quinta.
- management, R. e. (05 de noviembre de 2017). *Recursos en projec management*. Obtenido de Metodología, proceso y herramientas: <https://www.recursosenprojectmanagement.com/metodologia-proceso-y-herramientas/>
- Marcial, C. P. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota, D.C., Colombia: Ecoe ediciones.
- Maroto, J. C. (2007). ESTRATEGIA: DE LA VISION A LA ACCION. En J. C. Maroto, *ESTRATEGIA: DE LA VISION A LA ACCION*. 2da Ed.

- Melara, J. (13 de febrero de 2020). *Cosina Fasil*. Obtenido de TIPOS DE CAFÉ: GUÍA PRÁCTICA PARA DISFRUTAR TU BEBIDA FAVORITA: <https://www.cocinafacil.com.mx/tips-de-cocina/tipos-de-cafe/>
- Mercado Libre. (10 de 03 de 2021). *Comercializacion de celulares y telefonos*. Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-605715465-celular-xiaomi-redmi-note-7-_JM?searchVariation=75022597628#searchVariation=75022597628&position=1&type=item&tracking_id=e45a530a-6a8f-4481-bab7-42c3d1e48905
- Mete, M. (2014). NET PRESENT VALUE AND INTERNAL RATE OF RETURN: ITS UTILITY AS TOOLS FOR ANALYSIS AND EVALUATION OF. *Fides Et Ratio*, 67-85.
- Muñoz, A. (13 de 05 de 2014). *Gestiopolis*. Obtenido de Analisis del ambiente interno: <https://www.gestiopolis.com/analisis-del-ambiente-externo-de-una-organizacion/>
- Mustelie, R., & Vargas, D. (2017). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas en el mercado agropecuario estatal derreiro de Cuba. *Ciencia en su PC*, 91-102.
- Nardi, G. (2015). ¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN MARKETING? Obtenido de DESANUDANDO EL MARKETING: https://desnudandoelmarketing.com/3-tipos-de-investigacion-de-mercados/#¿Que_tipos_de_investigacion_de_mercados_existen
- Naresh, M. K. (2007). *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*. Madrid: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- NEWSLETTER. (2018). *El Autentico Cafe*. Obtenido de NEWSLETTER: <https://elautenticocafe.es/datos-de-consumo-de-cafe-en-el-mundo/#:~:text=¿Cuánto%20café%20se%20consume%20en,de%20café%20en%20365%20días>.
- Olalde Ramos, T. (2018). *Administración del Diseño*. Mexico: creative commons.
- Ossorio, A. (2010). *Planeamiento Estratégico*. Buenos Aires: CLACSO.
- Pacheco, J. (01 de 04 de 2020). *WeB y Empresas*. Obtenido de Macroambiente: <https://www.webyempresas.com/macroambiente/>
- Paturel, R. (2006). Por una nueva metodología de análisis del entorno de las organizaciones. *Innovar*, 33-42.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2012). *Concepto de Población*. Obtenido de Definición.de:

<https://definicion.de/poblacion/#:~:text=En%20su%20uso%20m%C3%A1s%20habitual,y%20las%20consecuencias%20de%20poblar.>

Quiroa, M. (s.f.). *Conomipedia*. Obtenido de Estudio de factibilidad.

Rguez, I. H. (26 de 06 de 2016). *VILLANETT*. Obtenido de EL ESTUDIO DE MERCADO EN LAS EMPRESAS: <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/#:~:text=Para%20Kotler%2C%20Bloom%20y%20Hayes,específica%20que%20afrenta%20una%20organización>“.

Rodríguez Peñuelas, M. A. (2010). Métodos de investigación. En M. A. Rodríguez Peñuelas, *Métodos de investigación* (pág. 32). 4ta edición Universidad Autónoma de Sinaloa.

Romero, O., Hidalgo, A., & Correa., H. (2018). *Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector de coemrcio*. Machala: UTMACH, 2018.

Rosillon, N., & Marbelis , A. (2010). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestion financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24.

Rugel Pérez, D. J. (2011). *Desarrollo de Productos Turísticos - Gastronómicos del Cantón Tena*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/9565/1/84T00174.pdf>

S.A., B. C. (13 de febrero de 2020). *hogarmania*. Obtenido de Cafe, diferentes formas de prepararlo: <https://www.cocinafacil.com.mx/tips-de-cocina/tipos-de-cafe/>

Sampieri., R. (2014). *Metodología de la Investigación* . Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Significados. (10 de 12 de 2019). *Significados*. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/benchmarking/>

Tamayo, M. (2007). El proceso de la investigación científica. En M. Tamayo, *El proceso de la investigación científica*. 4ta edición.

Tamayo, M. (2012). 180.

Terrzas, R. (2009). Modelo de Gestión Financiera Para una Organización . *Perpectivas*, 55-72.

Torres, M. (13 de mayo de 2020). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

Tributario, L. d. (15 de 10 de 2021). <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/d8f9b3b5-c13b-4450-9dc8->

20e86b282b93/Enlace%203.pdf.

Ucha, A. P. (21 de 09 de 2015). *Economipedia*. Obtenido de 5 fuerzas de Porter:
<https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>

Ucha, A. P. (2020). *Economipedia*. Obtenido de Demanada:
<https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios* . Lima: Printed in Peru.

K. ANEXOS

Anexo 1 Carta de Solicitud

Tena, 17 de junio de 2021

Tnlgo.
Diego Marcelo Chávez Ulloa
Propietario de Tacos "El Chulito"

De mi consideración,

Yo, **Johnnathan Fabián Soria Mena**, portador de C.I. 1500911050, estudiante de la carrera de Tecnología Superior en Administración, Quinto "A" perteneciente al Instituto Superior Tecnológico Tena, solicito ante usted, el permiso pertinente para la realización del Trabajo de Integración Curricular "PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE LA TAQUERIA "EL CHULITO" EN LA CIUDAD DE TENA.", con el fin de cumplir mis requisitos académicos, beneficiando en gran medida a su negocio, para lo cuál de manera gentil y atenta, me permita hacer uso de información de carácter reservado y cualquier otro recurso que se disponga, para la elaboración de dicha propuesta y resguardando la confidencialidad profesional.

Agradeciendo su gentileza



Johnnathan Fabián Soria Mena
C.I. 150091105 - 0
**ESTUDIANTE DE QUINTO "A" DE LA CARRERA TECNOLOGÍA
SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

Anexo 2 Carta de Aceptación

Tena, 18 de junio de 2021

Sr.

Johnnathan Fabián Soria Mena

ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

Presente. –

Yo, **DIEGO MARCELO CHÁVEZ ULLOA**, con número de C.I. 1500905391, autorizo que el Sr. **JOHNNATHAN FABIÁN SORIA MENA** portador de C.I. 1500911050, estudiante de la carrera de Tecnología Superior en Administración, Quinto “A” perteneciente al Instituto Superior Tecnológico Tena, hacer uso de la información reservada de la empresa exclusivamente para la realización del Trabajo de Integración Curricular “PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE LA TAQUERIA “EL CHULITO” EN LA CIUDAD DE TENA.”, ubicada en el barrio Ciudadela del Chofer, negocio que es de mi propiedad.

Por la atención que se digne brindar al presente, hago llegar el debido agradecimiento.

Tnlgo. Diego Marcelo Chávez Ulloa

C.I. 150090539 – 1

PROPIETARIO DE TACOS “EL CHULITO”

Anexo 3 Encuesta



ENCUESTA PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA APERTURA DE UNA TAQUERÍA EN LA CIUDAD DE TENA

1. ¿Indique cual es su sexo?
 Masculino Femenino
2. ¿Indique en que rango se encuentra su edad?
 De 18 a 20 años De 31 a 35 años
 De 21 a 30 años De 36 o más
3. ¿Cuál es su estado civil?
 Soltero Unión Libre
 Casado Divorciado
 Viudo
4. ¿Qué días son de su preferencia para comer fuera de casa?
Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado Domingo
5. Para asistir a un restaurante usted toma en consideración(marque una o mas de una):
 Presentación de local
 Precio
 Ubicación
 Seguridad
 Promociones
 Otra, Cual _____
6. ¿Ha consumido comida mexicana?
 Si No
7. ¿Usted ha visitado algunos lugares dentro de la Ciudad de Tena que ofrezcan comida mexicana?
 Si,Cuál _____
 No
8. ¿Dentro de la comida mexicana cuál es la más conocida?
 Tacos Chimichangas
 Burritos Otro

9. ¿Le gustaría asistir a un lugar en el cual se ofrezca una gran variedad de Tacos en la Ciudad de Tena?

- Si
- Talvez
- No

10. De la siguiente variedad de tacos. ¿Cuál preferiría consumir?

- Suadero (carne de res)
- Campechano (longaniza y suadero)
- Cochinita pibil (carne de cerdo)
- Quesadilla (queso y un tipo de carne)
- Volcán (queso gratinado y un tipo de carne)
- Otro Cual _____

11. ¿Cuáles son las salsas con las que usted acompañaría a su taco?

- Salsa de jalapeño
- Salsa de aguacate
- Salsa de chiles secos

12. ¿Con qué tipo de bebida le gustaría degustar su taco?

- Gaseosas
- Jamaica
- Limonada
- Cerveza Corona

13. ¿Cuánto gasta en promedio mensualmente en alimentación fuera de casa?

- Menos de 10\$
- 10\$ - 20\$
- 20\$ - 40\$
- Más de 40\$

14. ¿Mediante qué medio o redes sociales le gustaría estar informado de la taquería y sus promociones?

- Facebook
- Instagram
- Papeles volantes
- Radio
- Por recomendación de otras personas

Agradecemos por el tiempo destinado a responder esta encuesta, que ayudará a tomar una mejor decisión.



Mgs. Jorge Barahona
DIRECTOR DEL
TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (TIC)

APROBADO POR:



Mgs. Betty Jaramillo
DOCENTE DE LA ASIGNATURA
DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (TIC)