



**INSTITUTO DE NEGOCIOS  
“HUMANE”**

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN  
DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL  
RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE  
PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023.

**TOMO I**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO  
EN OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
ADMINISTRACIÓN**

GEOVANA PATRICIA VARGAS ALDAS

JOSHUA ISRAEL IBARRA ORTEGA

**AMBATO - ECUADOR**

**2022**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		
<b>TÍTULO:</b> PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023.		
<b>AUTOR:</b> Geovana Patricia Vargas Aldas Joshua Israel Ibarra Ortega	<b>TUTOR:</b> Ing. Marcelo Cevallos Duque, MBA	
<b>INSTITUCIÓN:</b> Instituto de Negocios “HUMANE”	<b>FACULTAD:</b> Administración	
<b>CARRERA:</b> Administración de Empresas		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 27 Noviembre de 2022	<b>Nº DE PÁG:</b> 110	
<b>ÁREA TEMÁTICA:</b> Plan de negocios, Plan de marketing, Plan Financiero		
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Inversión, Marketing, Negocios, Modelo Canvas.		
<b>RESUMEN:</b> La presente investigación está enfocada en la expansión del restaurante de pollo “El Ranchero” ubicado en la ciudad de Pelileo, a partir del año 2023, para lo cual fue necesario una investigación de mercado para medir la rentabilidad del proyecto a través del plan de negocios, y el plan de financiamiento se ha evidenciado que se recuperara la inversión inicial en 2 años y 11 meses y el margen neto muestra que el proyecto es lucrativo.		
<b>Nº DE REGISTRO:</b> A-EC-07-12	<b>Nº DE CLASIFICACIÓN:</b> A-EC-07-12	
<b>DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <b>X</b>	<b>NO</b>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0993840891 0996360978	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:gvargas@ec.humane.edu.ec">gvargas@ec.humane.edu.ec</a> <a href="mailto:jibarra@ec.humane.edu.ec">jibarra@ec.humane.edu.ec</a>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA	
	<b>Teléfono:</b> (04) 288 2710	
	<b>Mail:</b> <a href="mailto:cpazmino@humane.edu.ec">cpazmino@humane.edu.ec</a>	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

## **AGRADECIMIENTOS**

*Gracias a Dios, a nuestra familia y a nuestro tutor por ser los pilares fundamentales para seguir adelante y apoyarnos en este proyecto, gracias a la vida ya que nos ha permitido tener muchas aventuras y en cada una de ellas aprehender algo nuevo, gracias a nuestras familias por apoyarnos para culminar con éxito este proyecto, gracias a nuestro tutor quien nos ha brindado todo su conocimiento para poder realizar este proyecto. Gracias a nuestra empresa Difare por creer en nosotros y gracias a Dios por bendecirnos cada día.*

*No ha sido sencillo el camino hasta aquí, pero gracias al apoyo y aliento de cada uno ha sido posible, no ha sido fácil pero ha valido la pena, llegar a la meta ha sido el objetivo desde el inicio. Les agradecemos, y hacemos llegar nuestro afecto hacia ustedes.*

## **DEDICATORIA**

*Nuestra tesis está dedicada a Dios y a nuestras familias principalmente ya que son quienes nos han motivado a culminar con éxito el proyecto de tesis, a nuestros padres quienes nos enseñaron a ser perseverantes y forjaron con excelentes valores.*

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

**CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Pelileo de Tungurahua, 27 de noviembre de 2022

Nosotros, **Geovana Patricia Vargas Aldas** y **Joshua Israel Ibarra Ortega** declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo nos corresponde totalmente y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que hemos realizado.

De la misma forma, cedemos nuestro derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.



---

Geovana Patricia Vargas Aldas

**C.I:** 1803344116



---

Joshua Israel Ibarra Ortega

**C.I:** 0604199588

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Pelileo de Tungurahua, 27 de noviembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023.”** ha sido elaborado por **Geovana Patricia Vargas Aldas** y **Joshua Israel Ibarra Ortega** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

# **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El restaurante “Pollo el Ranchero” es un negocio familiar dedicado a la venta de pollo broaster, teniendo más de 20 años de existencia en el mercado , deleitando a muchos comensales en la ciudad de Pelileo. Según la investigación de mercado realizada a través de entrevistas, y fichas de observación se ha evidenciado que la demanda del producto es alta y a su vez la acogida que tiene por la población es buena.

El restaurante pretende abrir una nueva sucursal para el 2023, para lo cual ha mejorado su plan de marketing y los canales de difusión para llegar a más personas. Pollo el Ranchero, está dirigido a personas de entre 18 y 60 años en edad económicamente activa. La atmosfera del lugar es apta para cualquier tipo de ocasión, la banda de colores que maneja el restaurante es llamativa, el plus adicional de esta marca es el servicio y la calidad de personal que se tiene.

El restaurante iniciara su expansión en el barrio el Tambo ubicado en la ciudad del Pelileo como parte de su propuesta de seguir creciendo. Debido a la demanda creciente de comida rápida y a la creciente población se ha optado por este sector debido a que en los últimos años se ha convertido en una zona muy comercial y por ende es un punto estratégico para el negocio. Con esto se brindara oportunidades de empleo a las personas del mismo sector y se ayudara a la económica local. Los menús que oferta son variados y se pueden acompañar con diversas bebidas al gusto del cliente. Los combos que se ofertan son personales, familiares, y escolares con porciones de papas, ensalada y aderezos. El plan de estrategia que maneja el local es online ya que las personas pasan más tiempo con sus móviles y es una excelente manera de llegar a cada uno de ellos. Algunas de las plataformas más usadas son Facebook, tik tok, whatsapp e instagram por la gran afluencia de jóvenes y adultos.

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Pollo el Ranchero requiere una inversión inicial de 40.590,00 una parte será el capital propio con el que cuentan los socios de 27.000,00 dólares y la otra se realizara un préstamo de 12.177,00 a la Cooperativa Cámara de Comercio de Ambato a una tasa de interés del 14 por ciento para un periodo de 5 años, pagando en total 60 cuotas mensuales. Las ventas ascenderán a 157.259 dólares en el primer año y posteriormente, se espera que aumente su incremento en un 3% debido a la gran demanda existente. El préstamo se recuperara en dos años y 11 meses, es decir en este punto se igualara los flujos de efectivo a la inversión inicial del proyecto. Al tener una TIR de 39,36% el proyecto se vuelve rentable por lo tanto realizar esta inversión generara ganancias a partir del tercer año. El flujo de caja del proyecto muestra una buena liquidez de 18.277,45 dólares, siendo este un valor positivo nos indica que los ingresos han sido mayores a los egresos.



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

**ABSTRACT**

Food is one of the most important biological needs of the human being and Maslow considers it at the base of his pyramid as indispensable physiological; around the satisfaction of it, millions of products and services have been generated, also solving interests and desires that arise as complements to it. The problem that precedes this project mentions that any company or business that aspires to growth must tend to cover the market where it operates, therefore, scenarios are proposed for product development, market development, market share around the same product taking into account the current market and also a potential market. By raising problems such as mismanagement of resources, a blurring of the value chain and production processes, analysis is promoted in the aforementioned areas in order to structure in an organized way to start towards the path of expansion of a chicken business in the province of Tungurahua where it is difficult to find adequate spaces for the consumer to socialize with the family and enjoy healthy eating. It is worth mentioning that expansion beyond single unit status is neither necessary nor desirable if the owners are successful in achieving their personal and financial goals in the restaurant business. Therefore, as authors, expansion is perceived as the end of restaurateurs' ability to enjoy business status. Due to the changing nature of the business state in the restaurant industry, it is theorized here that study of such individuals will reveal that expansion from one unit to many was intentional and financially rewarding. Furthermore, the author hopes to test and determine if expansion beyond a successful initial purpose in a restaurant is essential for survival. In Ranchero chickens, it is essential to carry out an internal diagnosis, in other words, to establish administrative positions in the midst of the family environment, and thus strengthen the organization as a base. As a consequence, of this problem, a growth plan has been carried out to satisfy the needs according to each one of the sectors where its premises will be implemented, with all the operating

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

permits in order, as well as with the quality of its products, in various strategic locations in the province.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

**Contenido**

Introducción .....	1
<b>Capítulo 1: Diseño de la investigación.....</b>	<b>3</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	4
1.2 Formulación del Problema.....	4
1.3 Operacionalización del problema .....	4
1.4 Objetivos .....	5
1.5 Justificación práctica.....	5
1.6 Marco referencial de la investigación .....	6
1.7 Marco conceptual .....	39
<b>CAPITULO II: Propuesta Comercial .....</b>	<b>41</b>
2.1 Descripción de la empresa, actividad.....	42
2.2 Visión, misión, valores, objetivo general y específicos. ....	42
2.3 Estrategia genérica, ventajas competitivas .....	44
2.4 Estructura organizacional: organigrama.....	44
2.5 Plan de Marketing.....	45
2.6 Plan de acción para el logro de los objetivos .....	50
<b>Capitulo III: Análisis Financiero del Proyecto .....</b>	<b>54</b>
3.1 Supuestos Financieros .....	55
3.2 Financiamiento de Proyecto .....	70
3.3 Análisis de los Estados Financieros .....	72
3.3 Evaluación del Proyecto .....	77
3.4 Ratios.....	83

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 85**

**BIBLIOGRAFIA ..... 86**

**ANEXOS ..... 95**

Anexo N° 3 Oferta Proyectada Año 3 ¡Error! Marcador no definido.

Anexo N° 4 Oferta Proyectada Mensual Año 3¡Error! Marcador no  
definido.

Anexo N° 5 Oferta Proyectada Mensual Año 5¡Error! Marcador no  
definido.

Anexo N° 6 Costos Proyectados Año 1¡Error! Marcador no  
definido.

Anexo N° 7 Costos Proyectados Mensuales Año 2¡Error! Marcador  
no definido.

Anexo N° 8 Costos Proyectados Mensuales Año 3¡Error! Marcador  
no definido.

Anexo N° 10 Costos Proyectados Mensuales Año ..... 119

Anexo N° 11 Gastos Operacionales Mensuales Año 1 ..... 121

Anexo N° 12 Gastos Operacionales Mensuales Año 2 ..... ¡Error!  
Marcador no definido.

Anexo N° 13 Gastos Operacionales Mensuales Año 3 ..... ¡Error!  
Marcador no definido.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

Anexo N° 14 Gastos Operacionales Mensuales Año 4 ..... ¡Error!

**Marcador no definido.**

Anexo N° 15 Gastos Operacionales Mensuales Año 5 ..... ¡Error!

**Marcador no definido.**

**Índice de Tablas**

Tabla N° 1 Planteamiento de Problema .....	4
Tabla N° 2 Modelo Canvas.....	43
Tabla N° 3 Competencia de Precio .....	47
Tabla N° 4 Superar el monto de ventas de \$ 50.000 .....	51
Tabla N° 5 Alcanzar una rentabilidad neta del 15%.....	52
Tabla N° 6 Lograr una satisfacción del cliente en un 90%.....	53
Tabla N° 7 Supuestos Financieros .....	55
Tabla N° 8 Inversión .....	57
Tabla N° 9 Financiamiento .....	58
Tabla N° 10 Sueldos Gerente y Administrador .....	59
Tabla N° 11 Sueldos Cocinero y Mesero .....	59
Tabla N° 12 Demanda Esperada Anual .....	60
Tabla N° 13 Precio de Venta Individual ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla N° 14 Ventas Totales.....	63
Tabla N° 15 Costos Individuales .....	64
Tabla N° 16 Costos Totales.....	66
Tabla N° 17 Gastos .....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla N° 18 Calculo Préstamo .....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla N° 19 Cuotas Anuales del Préstamo ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla N° 20 Flujo de Caja.....	72
Tabla N° 21 Balance General.....	76

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

Tabla N° 22 Indicador Económico ..... ¡Error! Marcador no definido.

Tabla N° 23 Punto del Equilibrio..... ¡Error! Marcador no definido.

Tabla N° 24 Ratios..... ¡Error! Marcador no definido.

**Índice de Gráficos**

Gráfico N° 1 Organigrama ..... 44

# **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

## **Introducción**

La alimentación es una de las necesidades biológicas más importantes del ser humano y Maslow la considera en la base de su pirámide como fisiológica indispensable; en torno a la satisfacción de la misma, millones de productos y servicios han sido generados, solventando también intereses y deseos que se desprenden como complementos a la misma. La problemática que antecede al presente proyecto hace mención a que toda empresa o negocio que ambiciona el crecimiento debe propender a la cobertura del mercado donde se desenvuelve, por lo que, se plantea escenarios para el desarrollo de producto, desarrollo de mercado, participación de mercado en torno a un mismo producto tomando en cuenta el mercado actual y también un mercado potencial.

Mediante el planteamiento de problemas como la mala administración de recursos, un desenfoco de la cadena de valor y de los procesos de producción se promueve el análisis en las áreas antes mencionadas con la finalidad de estructurar de una manera organizada para partir hacia el camino de la expansión de un negocio de pollo en la provincia de Tungurahua donde difícilmente se encuentran espacios adecuados para que el consumidor socialice en familia y disfrute de alimentación saludable.

Es necesario mencionar que la expansión más allá del estado de unidad única no es necesaria ni deseable si los propietarios tienen éxito en el logro de sus metas personales y financieras en la empresa restaurantera. Por ello, como autores se percibe la expansión como el fin de la capacidad de los restauradores para disfrutar del estatus empresarial. Debido a la naturaleza cambiante del estado empresarial en la industria de los restaurantes, aquí se teoriza que el estudio de tales individuos revelará que la expansión de una unidad a muchas fue intencionada y gratificante financieramente. Además, el autor espera comprobar y determinar si la expansión más allá de un propósito inicial exitoso en un restaurante es esencial para la supervivencia.

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

En pollos Ranchero, es imprescindible realizar un diagnóstico interno, dicho de otro modo, establecer cargos administrativos en medio del entorno familiar, y así fortalecer la organización como base. Por consecuencia, de esta problemática se ha realizado un plan de crecimiento para satisfacer las necesidades acordes a cada uno de los sectores en donde sus locales serán implementados, con todos los permisos de funcionamiento en regla, así como también con la calidad de sus productos, en varios lugares estratégicos de la provincia.



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

# **Capítulo 1: Diseño de la investigación.**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**1.1 Planteamiento del problema**

**Tabla N° 1 Planteamiento de Problema**

<b>Síntomas</b>	<b>Causas</b>	<b>Pronóstico</b>	<b>Control de pronóstico</b>
Bajo nivel de ventas	Alta competitividad	Expandir el Restaurante Pollo El Ranchero en la ciudad de Pelileo a partir del año 2023	Generar un plan de expansión de la marca Pollos ranchero ya que el mismo cuenta con Todas las normas de seguridad y correcto manejo de los alimentos,
Baja demanda del producto	Desconocimiento de la marca		
Altos niveles de desperdicios	Mala Administración de los recursos		
Calidad del pollo deficiente	No contar con proveedores estratégicos		
Deficiencia en el producto final (brosterizado)	Deficiente calidad del producto final		

**Fuente:** Datos del Restaurante “Pollo el Ranchero”  
**Elaborado por:** Grupo Investigador

**1.2 Formulación del Problema**

¿Cuál sería el impacto de un plan de negocios que permita expandir la marca Pollo el Ranchero en la ciudad de Pelileo?

**1.3 Operacionalización del problema**

- ¿Qué impacto produce el aumento de locales comerciales en el sector?
- ¿Cuáles serían las estrategias adecuadas para dar a conocer la marca Pollo Ranchero?
- ¿Qué impacto tiene el no contar con proveedores estratégicos en la calidad del pollo?

# **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

- ¿Cómo afecta la calidad de la preparación del producto final?

## **1.4 Objetivos**

### **Objetivo General**

- Diseñar un plan de negocios que permita expandir la marca Pollos rancho en la ciudad de Pelileo

### **Objetivos Específicos**

- Demostrar el impacto que conlleva la expansión de locales comerciales en el sector, para satisfacer las necesidades del consumidor.
- Establecer las estrategias adecuadas para dar a conocer la marca Pollo Rancho
- Seleccionar un distribuidor exclusivo que cumpla con óptimos estándares para el abastecimiento esencial de los establecimientos.
- Comprobar la calidad de la preparación final en todo su proceso.

## **1.5 Justificación práctica**

Actualmente, la iniciativa promotora del proyecto cuenta con una unidad de restaurante, donde prevalece el modelo de comida rápida según el concepto de comida tradicional ambateña. El detonante responsable de la necesidad de la solicitud del proyecto se debió a la limitada capacidad instalada en el restaurante actual y los reducidos márgenes comerciales. De esta forma, se pretende expandir el negocio con el fin de aumentar la capacidad operativa existente, catalizando así un aumento del volumen de negocio y de los márgenes financieros a través del fenómeno de las economías de escala.

Se consideró fundamental realizar un plan de negocios, con el fin de perfilar la solución de negocio de acuerdo con las necesidades del mercado, analizar la factibilidad de la iniciativa y también mejorar el enfoque estratégico de entrada al mercado. Se espera como productos finales del plan de negocios

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

bajo análisis, los insumos necesarios que permitan traducir los objetivos de en una solución de negocio real para invertir.

Por lo tanto, es esencial desarrollar un plan de negocios para comprender la viabilidad del negocio y la mejor estrategia para expandir la empresa. Adicionalmente, el plan proporcionará la información necesaria para pasar de los objetivos establecidos a una realidad más eficiente. Teniendo en cuenta el escenario político-económico, social e incluso socio ambiental, es posible que en la ciudad de Pelileo tenga una alternativa de comida rápida, sin embargo, depende del tipo de negocio, su concepto y su implementación, esta oportunidad puede ser más o menos favorable.

Es bien sabido que las empresas familiares pueden no tener los recursos disponibles de la mayoría de las empresas corporativas, lo que dificulta el éxito de las pequeñas empresas familiares. Por lo tanto, debido a que el restaurante en cuestión servirá como la principal fuente de ingresos para sus propietarios, cualquier investigación que pueda servir para mejorar su éxito es un esfuerzo que vale la pena.

Teniendo estos conceptos, se puede decir que la marca de pollo cobra importancia dentro del contexto empresarial local, tendiendo a ampliar su relevancia en el mercado. La creación de puestos de trabajo, directos e indirectos (especialmente en el caso de un período de recesión económica), la contribución a la economía local y la difusión de la cultura emprendedora son suficientes para justificar el valor del negocio.

### **1.6 Marco referencial de la investigación**

#### **Marco Teórico**

#### **Plan de negocios**

Hay muchas variantes de una definición de plan de negocios. En diferentes países, puntos históricos y esferas comerciales, el significado del

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

plan de negocios se puede interpretar de diferentes maneras. Schwetje y Vaseghi definieron un plan de negocios como un documento que explica los aspectos principales de su idea de negocio en su conjunto para posibles inversores y partes interesadas y describe las razones de la inversión.

TimothyJ. Berry en su libro describió el plan de negocios como un plan sin reglas definidas con respecto al formato que ayuda a cualquier empresa a mirar hacia el futuro, administrar los recursos de manera racional, enfocarse en los puntos principales y prepararse para los problemas y las posibilidades (Eloise & Pascale, 2009). El plan de negocios se explica como un esquema de una idea de negocios que brinda una imagen completa del negocio y permite a los empresarios implementar cambios cuando son necesarios.

La planificación empresarial resuelve muchos problemas importantes, como determinar el grado de persistencia y sostenibilidad futura de los negocios, ayuda a reducir los riesgos de las actividades empresariales; define la intención comercial utilizando un sistema formado cuantitativamente e indicadores de calidad; atrae la atención y el interés de los posibles clientes y empleados, además de proporcionar mantenimiento a los inversores potenciales y se utiliza como una herramienta para obtener una experiencia de planificación esencial. (Scarborough y Zimmerer 2012, 168)

El plan de negocios se puede describir como una descripción breve, precisa, asequible y clara de un posible negocio, desempeña el papel de una herramienta esencial que ayuda al empresario principiante a considerar una enorme cantidad de situaciones diferentes a las que puede enfrentarse durante el proceso de su actividad empresarial, lo que le permite elegir el resultado más esperado y deseado, así como determinar los medios adecuados para el logro de los objetivos.

La naturaleza económica de un plan de negocios es presentarle a un inversionista potencial (socio comercial, banco, etc.) la esencia del plan

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

propuesto e influenciarlo para que participe en el proyecto. El plan de negocios debe contener todas las secciones necesarias para reflejar al máximo el proyecto de inversión. Debe contener toda la información que pueda necesitar un posible inversor o socio comercial para tomar una decisión positiva. Además, la integridad de la presentación del proyecto en el plan de negocios significa que el documento debe cubrir el período con suficiente extensión para completar el proyecto descrito y alcanzar el nivel planificado de producción, implementación, construcción, etc (Valencia & Pinto, 2013).

En la economía de mercado existe una gran cantidad de versiones de planes de negocios en términos de forma, contenido o estructura. La mayor diferencia se observa en los marcos del plan de negocios. El marco depende del propósito:

Líneas de negocio como productos, servicios o soluciones técnicas.

Para la empresa en su conjunto (existente).

Los principales factores que definen el volumen, estructura y contextura de un plan de negocios son: tipo de actividad empresarial; tamaño de la empresa; propósito de elaborar un plan de negocios; estrategia global de la empresa; potencial de crecimiento y desarrollo de la empresa creada; cantidad de las ventas previstas en el mercado y la existencia de posibles competidores. No existe una forma y estructura estrictamente regulada de un plan de negocios. A pesar de las diferencias externas bastante significativas de varias opciones para la estructura.

### **Estrategia de expansión**

El plan de crecimiento es altamente necesario para una organización que necesita de logros para un alto crecimiento comparado a sus logros anteriores. En otras palabras, cuando una empresa pretende crecer considerablemente ampliando el alcance de una de sus operaciones comerciales desde la perspectiva de grupos de clientes, funciones de clientes

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

opciones tecnológicas, de una forma personal o en conjunto, a su vez continúa la estrategia de expansión.

Las razones de la expansión pueden ser supervivencia, mayores utilidades, mayor prestigio, economías de escala, mayor participación de mercado, beneficios sociales, etc. Estas estrategias de expansión son necesarias para empresas que tienen gerentes con altos reconocimientos.

Su objetivo es crecer, independientemente del riesgo y los obstáculos que se interpongan en el camino.

La empresa puede seguir cualquiera de las cinco estrategias de expansión para lograr sus objetivos:

### **Expansión a través de la concentración:**

La Expansión a través de la Concentración es la forma de primer nivel de la gran estrategia de Expansión que implica la inversión de recursos en la línea de productos, atendiendo las necesidades del mercado identificado con la ayuda de tecnología comprobada y comprobada. Simplemente, la estrategia seguida cuando una organización combina sus recursos en uno o más de sus negocios en el contexto de las necesidades del cliente, funciones y alternativas tecnológicas, ya sea individual o colectivamente, se denomina expansión a través de la concentración (Arroba, 2013).

### **Expansión a través de la diversificación:**

Se sigue la expansión a través de la diversificación cuando una organización tiene como objetivo cambiar la definición del negocio, es decir, desarrollar un nuevo producto o expandirse a un nuevo mercado, ya sea individualmente o en conjunto. Una empresa adopta la estrategia de expansión a través de la diversificación, para prepararse para superar las recesiones económicas (Barrios, 2010).

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Generalmente, la diversificación se hace para compensar las pérdidas de un negocio con las ganancias del otro; que pueden haberse visto afectados por las condiciones adversas del mercado. La expansión a través de la integración significa combinar una o más operaciones presentes del negocio sin cambios en los grupos de clientes (Maldonado et al., 2020). Esta combinación se puede hacer a través de una cadena de valor.

La cadena de valor se compone de actividades interrelacionadas realizadas por una organización desde la adquisición de materias primas hasta la comercialización de productos terminados. Por lo tanto, una empresa puede moverse hacia arriba o hacia abajo en varias cadenas de valor para enfocar de manera más eficaz las diferentes necesidades que requieren los clientes existentes.

### **Expansión a través de la Cooperación:**

La Expansión a través de la Cooperación es una estrategia que se sigue cuando una organización entra en un acuerdo mutuo con el competidor para llevar a cabo las operaciones comerciales y competir entre sí al mismo tiempo, para expandir el mercado potencial (Santamaría & Oviedo, 2016). La expansión a través de una cooperación se puede realizar siguiendo cualquiera las diferentes estrategias continuación algunas de ellas

**Fusión:** La fusión es la combinación de dos o más empresas en la que una adquiere los activos y pasivos de la otra en el intercambio de efectivo o acciones, o ambas organizaciones se disuelven y surge una nueva organización. La empresa que adquiere se dice que otro ha hecho una adquisición, mientras que, para la otra empresa que es adquirida, es una fusión.



## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Adquisición:** la estrategia de adquisición es el otro método de expansión a través de la cooperación. En esto, una empresa adquiere a la otra de tal manera que se hace responsable de todas las operaciones de la empresa adquirida. Las adquisiciones pueden ser amistosas u hostiles. En el primero, ambas empresas acuerdan una adquisición y sienten que es beneficioso para ambas. Sin embargo, en el caso de una adquisición hostil, una empresa intenta hacerse cargo de las operaciones de la otra empresa por la fuerza, ya sea conocida o desconocida por la empresa objetivo.

**Empresa conjunta:** bajo la empresa conjunta, ambas empresas acuerdan combinarse y llevar a cabo las operaciones comerciales de manera conjunta. La empresa conjunta generalmente se realiza para capitalizar las fortalezas de ambas empresas. Las empresas conjuntas suelen ser temporales; que dura hasta que se lleva a cabo la tarea particular.

**Alianza estratégica:** bajo esta estrategia de expansión a través de la cooperación, las diferentes empresas llevan a cabo una unión conjunta para realizar diversas operaciones comerciales, pero funcionan de manera independiente y persiguen objetivos individualizados. Generalmente, la alianza estratégica se forma para capitalizar la experiencia en tecnología o mano de obra de cualquiera de las empresas.

### **Expansión a través de la Internacionalización:**

La expansión a través de la Internacionalización es la estrategia que sigue una organización cuando pretende expandirse más allá del mercado nacional. La necesidad de la Expansión a través de la Internacionalización surge cuando una organización ha explorado todo el potencial para expandirse a nivel nacional y buscar las oportunidades de expansión más allá de las fronteras nacionales. Sin embargo, globalizarse no es una tarea fácil, la organización debe cumplir con estrictos parámetros de precio, calidad y

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

entrega oportuna de bienes y servicios, que pueden variar de un país a otro (Santamaría & Oviedo, 2016).

### **Estrategias comerciales**

Una estrategia comercial es un diseño de un conjunto coordinado de acciones entre ventas y marketing para aprovechar las oportunidades clave para la creación de valor. La investigación y análisis: ayudar a las empresas a comprender el mercado, la industria, la situación de la empresa y las dinámicas que comparten la toma de decisiones estratégicas. El desarrollo de estrategias ayude a las empresas a comprender las oportunidades y los desafíos más críticos que deben abordar, defina su política de estrategia comercial rectora y construya la hoja de ruta de transformación. Por otra parte, soporte de implementación respalda la implementación al alinear las organizaciones de ventas y marketing en torno a objetivos comunes y acciones coordinadas para desbloquear el crecimiento y la eficiencia (López, 2018).

Según Porter, dos dimensiones competitivas son las claves de la estrategia empresarial. La primera dimensión es la fuente de ventaja competitiva de una empresa: si una empresa busca obtener una ventaja sobre sus rivales manteniendo bajos los costos u ofreciendo algo único en el mercado. La segunda dimensión es el alcance de las operaciones de una empresa: si una empresa trata de dirigirse a los clientes en general o busca atraer solo a un segmento de clientes. De las diferentes acciones surgen cuatro enfoques de estrategias genéricas a nivel empresarial como son: (1) liderazgo en costos, (2) diferenciación, (3) liderazgo en costos enfocado y (4) diferenciación enfocada. En casos raros, las empresas pueden ofrecer precios bajos y características únicas que los clientes encuentran deseables (Díaz et al., 2021).

### **Necesidades del consumidor**

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Las necesidades del consumidor pueden relacionarse con la supervivencia fisiológica y los sentimientos de seguridad, pertenencia, estima y autorrealización. Los consumidores también necesitan asequibilidad, funcionalidad, conveniencia, información precisa, transparencia, comunicación fácil y otros factores cuando buscan un producto o servicio (Espinel et al., 2019).

### **Satisfacer las necesidades del consumidor**

Satisfacer las necesidades de los clientes es crucial para cualquier empresa que busque retener y atraer nuevos clientes. Porque, a pesar de lo importante que es la fase de descubrimiento, el conocimiento sobre lo que su cliente necesita de usted es tan bueno como la forma en que lo usa.

Para satisfacer las necesidades análisis de las necesidades de los clientes, un procedimiento de cuatro pasos para establecer y satisfacer las necesidades de los clientes: a) identificar lo que los clientes necesitan de usted a través de la investigación de palabras clave, grupos focales o escucha social; b) distribuir la información a las partes interesadas relevantes en su organización; c) Elaborar características de productos o cree contenido que responda a las necesidades de sus clientes y d) recopilar comentarios de los clientes sobre cómo sus esfuerzos cumplen con sus expectativas (Barragán & Basemat, 2020).

### **Caso de éxito**

Starbucks es una empresa exitosa que tiene más de 5000 tiendas en los Estados Unidos. Luego de saturar el mercado interno, Starbucks apuntó a ingresar al mercado externo. Su primera empresa en el extranjero fue en Japón en 1996. En la actualidad, Starbucks tiene más de 1500 tiendas fuera de los Estados Unidos (Jung, 2019).

### **Plan estratégico de Marketing**

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

El plan de marketing es una de las partes importantes de cualquier plan de negocios, ya que describe las posibles opciones para la distribución del producto, la política de precios y las oportunidades de promoción. El propósito del plan es mostrar cómo los productos de la empresa llegarán al segmento de clientes objetivo, cuán competitivos serán entre los competidores, así como la descripción del motivo de la demanda en el mercado (Skrypnik, 2020).

La descripción del plan de marketing se basa principalmente en los datos que se obtuvieron en las secciones anteriores del plan de negocios y muestra el resultado clave de la investigación de mercado. El plan de marketing se utiliza para evaluar el perfil del consumidor, las oportunidades, las fortalezas y debilidades de los competidores, los factores geográficos, demográficos y otros relacionados con el mercado. El plan de marketing incluye: descripción de los mercados y principales segmentos; descripción de los clientes objetivo; una lista de las principales empresas competidoras; definición de la estrategia de marketing; medidas para controlar la investigación de mercados.

### **Estrategias de marketing**

El plan de Marketing es una parte muy importante del plan de negocios, ya que describe cómo se distribuirán, presentarán y promocionarán los productos o servicios. La estrategia se puede definir como la ciencia de planificar y dirigir operaciones a gran escala, específicamente en el sentido de maniobrar fuerzas en las posiciones más ventajosas antes de actuar. En marketing, la estrategia también es muy importante, ya que una estrategia de marketing incorrecta puede destruir una empresa/producto incluso antes de que se implemente, independientemente de si la calidad del producto/servicio de la empresa es alta o no (Morgan et al., 2019).

Cuando se habla de estrategia de marketing, se debe tener en cuenta las llamadas mezclas de marketing o las 4P del marketing: producto

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

(posicionamiento), precio, plaza (canales de distribución) y promoción. La estrategia de ventas está directamente relacionada con la estrategia de marketing de la empresa y busca establecer la forma en que se venderá el producto/servicio para convertir en acciones las estrategias establecidas para lograr el objetivo. Para ello se tienen en cuenta las 4P mencionadas anteriormente (Souza & Meirelles, 2007).

### **Posicionamiento del producto**

El posicionamiento se refiere a cómo los consumidores perciben su empresa y producto en relación con la competencia. Las empresas se agrupan demográficamente de la misma manera que las personas. Los grupos pueden incluir la ubicación geográfica, las ventas anuales, la cantidad de empleados, la cantidad de años en el negocio, la industria a la que pertenece el negocio y más. El esfuerzo de posicionamiento debe realizarse con el fin de mantener la imagen del producto/servicio en el mercado, de acuerdo con las políticas de posicionamiento previamente establecidas (Cañete Garcia, 2020).

### **Precio**

El precio es una herramienta eficaz para marketing, ya que afecta la demanda, influye en la imagen del producto y puede ayudarlo a llegar a su mercado objetivo. Al considerar el precio a cobrar, es importante saber que el precio no debe basarse en la producción más algún margen, como suele hacerse. El precio depende del valor de tu producto desde el punto de vista del consumidor y está relacionado con el beneficio percibido por el consumidor (Fernández, 2015).

Existen estrategias de fijación de precios clasificadas en tres áreas: margen de beneficio, objetivos de ventas y status quo. Las estrategias que apuntan al margen de beneficio incluyen un cierto porcentaje en su maximización y pueden establecerse como un porcentaje de las ventas o como

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

un valor en moneda. Las estrategias que apuntan a objetivos de ventas incluyen establecer (Figueroa et al., 2020).

Los objetivos de volumen de ventas generalmente se utilizan para introducir un nuevo producto en un nuevo mercado, y las estrategias que apuntan a los objetivos de statu quo se utilizan para hacer frente a la competencia en mercados maduros, donde el precio es un factor determinante de la competencia.

Para atraer al consumidor a través de promociones de precios especiales, algunas de ellas son:

### **Descuentos**

Cupones de descuento: los cupones pueden enviarse directamente a los consumidores, a través de periódicos u ofrecerse en el punto de vista. Los cupones se utilizan para obtener información específica de los consumidores al completarlos.

Descuentos en ventas a plazos: se utilizan para las ventas a crédito, mediante la opción de pago en un plazo menor al que ofrece el crédito. También existen otros métodos de venta basados en la estrategia de segmentación empresarial.

Marketing diferenciado: significa adaptar el producto para venderlo a dos o más segmentos de mercado previamente establecidos. Con el mismo producto, los diferentes segmentos serían atendidos de manera diferente.

Marketing concentrado: es la elección de un solo segmento como mercado objetivo.

### **Plaza**

**Plaza o Canales de Distribución:** Los canales de distribución representan las diferentes formas en que el producto se pone a disposición del consumidor. El

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

propósito del proceso de distribución es llevar al consumidor lo que necesita. Hay dos formas de vender el producto: a través de ventas directas y ventas indirectas (Fernández, 2015). La venta directa es la forma de distribución más utilizada donde la empresa vende directamente sus productos a través de su equipo de ventas y además puede o no controlar el proceso de distribución.

También existen empresas integradas verticalmente que gestionan toda la cadena productiva, desde la producción de materia prima, pasando por la producción hasta la distribución. Otras empresas se integran a la producción, dejando los canales de distribución en manos de terceros a través de ventas indirectas. Sin embargo, existen ventajas y desventajas en el control de los canales de distribución, en función del grado de eficiencia de cada empresa. Para algunos puede ser ventajoso controlar la distribución y para otros puede ser ventajoso subcontratarla (Figueroa et al., 2020). Las ventas indirectas se realizan utilizando la estrategia del canal de distribución.

### **Publicidad**

Publicidad significa enviar diferentes mensajes a una audiencia seleccionada, con el propósito de informar a los consumidores, mediante el uso de diferentes vehículos de comunicación, tales como radio, televisión, correo directo, vallas publicitarias, Internet, pantallas en puntos de venta (Cañete Garcia, 2020). La ventaja de la publicidad es que el mensaje puede llegar al mercado objetivo a gran escala.

El costo de la publicidad es bastante alto, por lo que es necesario evaluar si existe un propósito para transmitir el mensaje a una gran audiencia. Dentro del marketing MIX, uno de los principales segmentos que existen es la promoción, que es un estímulo de marketing utilizado para generar demanda del producto o servicio. El propósito de la promoción es poder decirle al público que existe un determinado producto o servicio que satisface la demanda del consumidor (Figueroa et al., 2020). Algunos resultados que se pueden obtener

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

de la promoción incluyen: aumento de las ventas, aumento de la cuota de mercado, mejora de la imagen de marca, aumento del conocimiento de su negocio Identificación de ventajas competitivas, preparación del terreno para futuras ventas.

### **Publicidad en redes sociales**

El Social Media Marketing es un nuevo jugador en este campo del Marketing Digital donde se enfrentan las marcas y los consumidores. La publicidad en redes sociales (también conocida como redes sociales pagas) implica publicar anuncios pagos en varios canales de redes sociales, como Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter, etc. Estos pueden incluir anuncios publicitarios, así como anuncios nativos y actividades como promocionar publicaciones o campañas similares (Barrio, 2015). Los anuncios de redes sociales a menudo se cobran en base a pago por clic (PPC) o costo por impresión.

Puede utilizar las redes sociales pagas para promocionar contenido, como un documento técnico o una guía que haya creado su empresa o agencia de marketing. Puede desarrollar un anuncio en torno a este contenido que está ofreciendo o promocionar las publicaciones en las que compartió la oferta de contenido. Esto aumenta el alcance de su contenido, lo que puede generar más tráfico en el sitio web y conversiones de visitantes en clientes potenciales (Barrio, 2015).

### **Caso de éxito**

KFC es un gran ejemplo de un negocio que lleva la localización al siguiente nivel. La compañía alienta a los ejecutivos locales a utilizar un enfoque dinámico y centrado en lo local al implementar políticas y prácticas para ubicaciones fuera de los Estados Unidos, lo que permite a los franquiciados operar sus negocios de acuerdo con las costumbres y la cultura locales.



# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

## Canales de comercialización

Los canales de comercialización son considerados como conjuntos de instituciones independientes que intervienen en un proceso en donde un servicio o producto este a disposición para el consumidor. Un canal de distribución permite satisfacer las necesidades del consumidor en función a la disponibilidad del servicio o producto, acortando las distancias y disminuyendo los tiempos en una respuesta (Acosta, 2017).

## Estrategias de distribución

La estrategia de distribución es un proceso que posee una base integral de productos y servicios que se encuentren a la disponibilidad de las diferentes empresas y clientes para su uso. Las marcas han elaborado estrategias para sus canales de distribución desde tiempos inmemoriales. Ya sea buscando rutas fluviales en la Edad Media o vuelos de carga baratos en el siglo XXI, minimizar los costos de distribución ha sido uno de los principales objetivos de una estrategia de distribución (Godás, 2006).

**Estrategia de Distribución Directa:** La distribución directa es exactamente lo que parece, el fabricante vende directamente al consumidor. Puede incluir una plataforma de venta como una tienda de comercio electrónico, pero siempre que la longitud del canal de distribución sea mínima, el proceso se considerará como un proceso de distribución directa.

Las marcas minoristas modernas también son ejemplos de canales de distribución directa. Estas marcas prefieren tener fabricantes mono canal y montar su propia tienda para vender sus productos. Marcas de ropa, marcas de comida rápida, etc. hacen uso de la estrategia de distribución directa para acceder rápidamente a su base de consumidores.

**Estrategia de Distribución Indirecta:** Cuando la cadena del canal de distribución es larga e incluye varios pasos, el proceso se considera distribución indirecta. Si una marca crea un producto, lo envía a los

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

especialistas de C&F, quienes luego lo envían a un distribuidor seguido del minorista donde el cliente finalmente lo compra, el proceso se denominará distribución indirecta.

**Estrategia de Distribución Intensiva:** A veces, la categorización de las estrategias de distribución no se enfoca simplemente en el tamaño del canal de distribución, sino también en sus objetivos que marcan una diferencia en la ejecución de la misma a base de sus capacidades. Una de esas estrategias es la distribución intensiva. Aquí es cuando una marca intenta impulsar sus productos a las capacidades máximas del mercado y cubrir la mayor cantidad de terreno posible.

**Estrategia de Distribución Exclusiva:** Una marca no siempre necesita impulsarse en su mercado objetivo. Hay varias marcas que tienen un valor de marca tan alto que tener salas de exhibición exclusivas basadas en regiones cumple mejor su propósito. Este es un ejemplo de estrategia de distribución exclusiva. Dichas estrategias se utilizan principalmente para garantizar que el valor de la marca mantenga un cierto estándar, aunque la base de consumidores se reduzca.

**Estrategia de Distribución Selectiva:** no se clasifica en función de la longitud de su canal de distribución, sino en función de su estrategia de marketing. Las marcas premium se dan cuenta de que es muy poco probable que sus productos se compren en ciertos lugares y, por lo tanto, ubican activamente sus canales de distribución en áreas seleccionadas.

### **Abastecimiento logístico**

En el entorno hipercompetitivo de hoy, una organización empresarial ya no puede operar y sobrevivir sola. La globalización ha exigido que ninguna organización pueda ser un sistema cerrado y en relación con las cadenas de suministro, las actividades logísticas inherentes a la gestión de la cadena de suministro exigen que la coordinación esté presente para garantizar cadenas

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

de suministro efectivas. La logística es uno de los elementos clave de gestión de la cadena de suministro y su eficiencia funcional bien puede afectar el nivel de éxito de una empresa.

Dada la creciente complejidad del suministro a las empresas y el envío de productos en una cadena de suministro cada vez más globalizada, el alcance de la logística se amplía al nivel de procesos comerciales en lugar de solo al nivel funcional. Los involucrados en la logística entienden que las operaciones de la cadena de suministro tienen la tendencia a expandirse y participar en muchas actividades y responsabilidades de gestión de la cadena de suministro (Samal, 2019).

Por esa razón, la gama de actividades logísticas ahora tiene en cuenta los procesos comerciales clave de gestión de la cadena de suministro y la eficiencia y la eficacia de estos procesos están directamente influenciadas por logística. Por lo tanto, la importancia de la integración en las cadenas de suministro debe enfatizarse aún más para comprender las implicaciones esenciales.

### **Caso de éxito**

Marcas como Pepsi o Nestlé son grandes ejemplos de distribución indirecta. Estas marcas utilizan múltiples canales de distribución que incluyen varios distribuidores y minoristas para que sus productos estén disponibles en todo el mundo (Crespo, 2009). Las estrategias de distribución exclusiva son utilizadas por marcas como las Tiendas Luis Vuitton con productos de alta gama y también las que apuntan a las clases económicas altas. Otro ejemplo, sería el caso Mercedes, esta marca no pretende tener un punto de venta en cada ciudad, sino solo en ciertas ciudades importantes. Y McDonald's, por ejemplo, tendrá al menos 8-10 puntos de venta en cualquier ciudad importante. Mientras que una marca de ropa premium como Gucci o Versace tendrá entre

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

3 y 5 puntos de venta en centros comerciales premium. Este proceso se conoce como distribución selectiva (Djelic, 2018).

### **Calidad en el servicio**

La calidad del servicio es una medida de cómo una empresa facilita sus diferentes servicios en comparación a las expectativas de sus usuarios. Los clientes compran servicios como respuesta a necesidades específicas. Consciente o inconscientemente, tienen ciertos estándares y expectativas sobre cómo la prestación de servicios de una empresa satisface esas necesidades. Una empresa con alta calidad de servicio ofrece servicios que igualan o superan las expectativas de sus clientes.

Las cinco dimensiones de la calidad del servicio son:

**Confiabilidad:** Esto se refiere a la capacidad y consistencia de una organización para realizar un determinado servicio de una manera que satisfaga las necesidades de sus clientes. Este proceso involucra cada paso de la interacción con el cliente, incluida la entrega o ejecución del bien o servicio, la resolución rápida y precisa de problemas y precios competitivos. Los clientes tienen una cierta expectativa de confiabilidad al comprar un producto específico, y el éxito de una empresa generalmente depende de su capacidad para cumplir con esas expectativas.

**Tangibilidad:** esta es la capacidad de una organización para representar la calidad del servicio a sus clientes. Hay muchos factores que le dan a una empresa una calidad altamente tangible, como la apariencia de su sede, la vestimenta y el comportamiento de sus empleados, sus materiales de marketing y su departamento de servicio al cliente.

**Empatía:** la empatía es la forma en que una organización brinda sus servicios de una manera que hace que la empresa parezca empática con los deseos y demandas de sus clientes. Es probable que un cliente que cree que

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

una empresa realmente se preocupa por su bienestar sea más leal a esa empresa.

**Capacidad de respuesta:** Esta es la dedicación y la capacidad de una empresa para proporcionar a los clientes servicios rápidos. La capacidad de respuesta implica recibir, evaluar y responder rápidamente a las solicitudes, comentarios, preguntas y problemas de los clientes. Una empresa con alta calidad de servicio siempre responde a la comunicación con el cliente lo antes posible, lo que a menudo puede indicar el valor que una empresa otorga a la satisfacción del cliente.

**Seguridad:** La seguridad es la seguridad y confianza que los clientes tienen en una determinada organización. Esto es especialmente importante con los servicios que un cliente podría percibir como superiores a su capacidad de comprensión y evaluación adecuada, lo que significa que debe haber cierto elemento de confianza en la capacidad de entrega de la organización de servicio. Los empleados de la empresa deben ser conscientes de ganarse la confianza de sus clientes si quieren retenerlos.

**Calidad en el servicio de restaurantes:** La variedad y la calidad de la comida, el servicio, el precio y el ambiente suelen ser el foco principal de los restaurantes. Aun así, los servicios de alimentación no se concentran únicamente en estos atributos, sino que ofrecen experiencias gastronómicas holísticas. Un elemento esencial de estas experiencias es la calidad del servicio (SQ), que es intangible, individualizada y subjetiva por naturaleza. Por ello, los restaurantes tratan de optimizar las experiencias de los clientes gestionando factores específicos de la gestión de la calidad total (Bichler et al., 2020).

La calidad del servicio consta de múltiples dimensiones, que pueden clasificarse como funcionales y técnicas o calidad interaccional. Crick y Spencer sintetizaron que la satisfacción con el producto (servicio) y la forma

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

en que el personal de primera línea lo entregó son el requisito mínimo. Se reconoce que SQ es un determinante significativo del éxito de una empresa (Bichler et al., 2020).

### **Benchmarking en restaurantes**

La evaluación comparativa de restaurantes es el proceso de evaluar las prácticas, productos y servicios de una cadena o de un solo restaurante frente a los estándares de la industria. Los puntos de referencia cubren varios aspectos de un negocio de servicio de alimentos. Los puntos de referencia se miden como estadísticas o proporciones. Los puntos de referencia comerciales brindan el beneficio de una visión imparcial basada en datos sobre las fortalezas y debilidades de una empresa (Ayra, 2016).

Aunque los puntos de referencia son evaluaciones basadas en números, estudiarlos no tiene por qué ser aburrido. Especialmente en la industria de los restaurantes, saber cómo se clasifica su establecimiento

### **Estrategias de mejora de calidad**

Los clientes tienen algunas expectativas preconcebidas sobre el restaurante antes de visitarlo. Tanto la comida como el servicio son esenciales para brindar un excelente servicio de restaurante a sus valiosos clientes. Los propietarios, gerentes y empleados del restaurante comparten la responsabilidad de garantizar que los clientes reciban un trato profesional (Kanyan et al., 2016). Un buen servicio de restaurante ayudará a dejar una impresión positiva general de una excelente experiencia gastronómica y también ayudará a retener a sus clientes.

Por lo tanto, se sugiere las siguientes estrategias:

Capacitar a los empleados

Fomentar la comunicación efectiva

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Garantizar tiempos de espera precisos

Atender las quejas y preocupaciones de los clientes

Mantener la higiene y limpieza en su restaurante

### **Caso de éxito**

En tal sentido, los clientes de Pizza Hut mediante cuestionarios arrojaron resultados negativos y la puntuación general con respecto a la calidad del servicio fue de -2,87. Este puntaje general de calidad de servicio de Pizza Hut explica que aún Pizza Hut, que es conocido como el restaurante de comida rápida más grande del mundo, no cumple con el requisito de calidad de servicio y los clientes aún no están satisfechos con el servicio. En su mayoría, la entrega lleva mucho tiempo, mientras que la comida para llevar y las cenas se consideran mejores en lugar de la entrega. La empresa sigue fallando en la entrega de los pedidos a tiempo (Hanso, 2018).

### **Capacitar**

La presente busca conocer que es la capacitación que se refiere a compartí conocimiento con una o varias personas de un lugar (Bermúdez, 2015). En relación con la capacitación, Mondy y Noe (2005) señalan que es, “una función importante de la administración de recursos humanos, que consiste no solo en capacitación y desarrollo, sino también en actividades de planeación y desarrollo de carreras individuales y evaluación del desempeño”. (pág. 202). Mondy y Noe (n.d.) afirman, además, que “capacitación y desarrollo son el centro de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar las capacidades de los empleados y el desempeño organizacional” (pág. 202).

### **Importancia de la capacitación**

El concepto de capacitación no solamente obedece a un tema de actualidad o de moda ya que su trascendencia plantea el éxito de la organización y en mayor medida el crecimiento y desarrollo una región y de un

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

país en crecimiento. Es por ello que podríamos atender una definición que puede encerrar la esencia de esta investigación según el cual “ la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador” (A Siliceo, 2004, p. 57), en esa medida, se plantea como tema de análisis, la importancia de un modelo de capacitación interna en las pequeñas empresas para que puedan ser competitivas a su nivel que puedan demostrar su cumplimiento con la demanda de cantidad y calidad que le exige el cliente.

Es importante tener en claro el presupuesto requerido para llevar acabo las estrategias necesarias y eficaces de manera que las pequeñas instituciones y que se adecuen a los perfiles de los colaboradores, toda vez que, por su mismo tamaño, estas organizaciones plantean diversas limitaciones para la implementación de un programa claro de capacitación de personal.

En términos económicos la capacitación es una inversión a largo plazo, infortunadamente las pequeñas empresas están estructuradas en operaciones que exigen tiempos reducidos por lo cual este gasto puede entrar en un puesto menos priorizado a otros. el empleo de recursos en capacitación es una de las más eficaces que puede tener una empresa ya que a pesar de existir un recurso humano con excelente aptitud y conocimiento, si no posee con una adecuada formación ¿podría existir diferentes riesgos o un gasto superior de tiempo en las operaciones o procesos que desarrolla la organización independiente de los servicios o productos que ofrece.

Teniendo en cuenta que el fin último de la capacitación es garantizar el cumplimiento de la misión de la organización, se hace necesario que dicho ámbito haga parte de las estrategias organizacionales que se aplican a todos los niveles y áreas de la empresa, y es el constante cambio en el mundo lo que genera su importancia, toda vez, que es necesario que la organización se



## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

adecue de forma rápida y efectiva a las necesidades del mercado. Así las cosas, se deberán generar planes o programas de capacitación eficaces, que no pueden diferenciarse entre grandes, medianas o pequeñas empresas, ya que cualquiera de ellas debe enfrentar situaciones previsibles o situaciones imprevisibles, para las cuales las maquinas no están preparadas, y donde la participación intelectual de los colaboradores será la diferencia.

Existen diversos estudio frente al tema de los planes de capacitación y las etapas que ella requiere para ser efectiva, sin embargo este documento acota una de ellas como soporte para identificar los principales factores a tener en cuenta para su implementación en cualquier organización, más allá de su complejidad (Carrillo, 2012).

### **Historia de la capacitación**

Para iniciar con el tema acerca de la historia de la capacitación en el mundo, se ha tomado escritos de algunos autores como: Tejeda (2015), Vargas (2011), Ruiz (2011), Mitnik y Coria (2012), Martínez (2015), entre otros. Se ha evidenciado que la mayoría de los autores coinciden en los hechos cronológico cómo ha evolucionado la historia y los oficios de las personas con la aparición de la revolución industrial, la invención del hombre para mejorar los procesos.

Al analizar minuciosamente la historia de las civilizaciones antiguas se concluyó que la capacitación tiene sus indicios en la Edad de Piedra, con la adquisición de conocimientos, el hombre creó sus propias armas, instrumentos para el campo, vivienda, ropa y lenguaje, fueron necesarios adaptar a su vida cotidiana lo cual se convirtió en un factor clave para el desarrollo de la civilización. (Martínez, 2015).

Fue esencial la transmisión de los conocimientos y habilidades que se adquirirían de sus ancestros, mediante signos, símbolos y palabras como lenguaje de comunicación para poder enfrentarse a los peligros que

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

enfrentaban a diario. Según los estudios elaborados por Martínez (2015), en la comunidad primitiva la educación era natural, intuitiva y espontánea: sus miembros se agrupaban por edades para realizar las actividades de caza, recolección de frutas para todos los miembros, algunos jóvenes curiosos empezaban a utilizar los objetos que se encontraban en su alrededor para descubrir su uso.

Otra característica de la historia de la capacitación era el igualitarismo y la integridad, de acuerdo con el desarrollo de la propia comunidad. Todos los miembros de la comunidad participaban de acuerdo al supuesto de la división natural del trabajo, en la fabricación y utilización de los instrumentos. Históricamente, el entrenamiento y la capacitación del trabajo puede considerarse como la primera etapa de la capacitación. Mitnik y Coria (2012).

La desintegración de la comunidad primitiva dio inicio a la Edad Media en su etapa esclavista, que provocó la separación del trabajo manual del intelectual, lo cual dio como resultado que se consideraran de baja categoría social a la mayoría de personas dedicadas a este oficio, más adelante serían realizados por la mano de obra esclavista.

El desarrollo alcanzado en el ámbito de las artesanías y el comercio, en el mundo esclavista, demandaba una alta especialización en los oficios correspondientes con el desarrollo alcanzado por las antiguas sociedades. Sin embargo, las ideas sobre esta enseñanza se generalizaron en la antigua sociedad, si bien estas ocupaciones implicaban el trabajo manual como algo necesario para la sociedad, eran denominadas como degradantes. (Mitnik & Coria, 2012).

Durante el periodo del Medioevo, la crisis y decadencia del sistema esclavista trajo consigo una larga época de sociedad feudal, en donde la artesanía- y el comercio pasaron a un segundo plano, provocando con ello un

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

estancamiento de los oficios y con ellos la sociedad se basará en una economía agraria.

Más adelante, el avance de las ciudades europeas en la Edad Media sería el motivo por el cual aparezcan los gremios. Estas agrupaciones eran una clase de asociaciones económica, que agrupaban a los artesanos de un mismo oficio y también a los comerciantes, los cuales tomaron más fuerza hasta finales de la Edad Moderna, cuando estas fueran abolidas, en las ciudades europeas se volvieron más fuertes dos clases nuevas de artesanos y comerciantes. La formación de gremios tenía finalidad conseguir un equilibrio entre la demanda de las obras y el número de talleres activos, garantizando el trabajo a sus miembros, mejorado su bienestar económico y los sistemas de aprendizaje. Las características que de aprendizaje. Las ventajas que los caracterizaban eran que poseían un ámbito local y carácter obligatorio, los gremios estaban divididos por escalas de profesiones y se regían por un régimen especial. Una de las peculiares de los gremios de artesanos eran que controlaban toda la actividad y evitaban la competencia, lo cual beneficiaba a los socios debido a que la materia prima la obtenían al mismo precio. A su vez, los gremios comerciantes obtuvieron privilegios y poderes judiciales tanto como legislativos en el pueblo. Ambos gremios estaban inclinados en los principios de solidaridad, cooperación y religiosidad.

Cabe recalcar que la capacitación se estableció como una forma de controlar los secretos de los diferentes oficios con el fin de proteger sus propios intereses económicos y el status social que estos obtenían debido a su profesión en esa época. (Tejeda, 2015).

Los estatus de los gremios eran muy estrictos en aquella época ya que las personas no podían ejercer ningún tipo de arte ni oficio, sin haber estado como aprendiz con un maestro por un periodo de seis o siete años, y sin aun siendo uno de los más sencillos. En esa época, los gremios de artesanos u oficiales tenían sus reglas particulares para el aprendizaje y nadie podía

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

ejercer ningún arte ni oficio, aun de los más sencillos, sin haber estado de aprendiz con un maestro por espacio de seis o siete años y sin haber pasado por un examen e incorporarse en el gremio. (Tejeda, 2015).

No obstante, las ordenanzas se hicieron más fuertes llegando al extremo de fijar un número de aprendices para evitar y denegar la entrada de concurrencia de aprendizaje del oficio, la capacitación que se brindaba a los aprendices era de carácter técnico, industrial y comercial, además de la lectura y escritura el mismo que se los realizaba en los talleres.

Es así que, con la independencia de las distintas clases de aprendizaje social y la trasmisión de reglas técnicas se encuentran, la instrucción profesional inicia con la aparición de corporaciones gremiales, con lo que nace una verdadera tradición del aprendizaje que adaptó el ambiente laboral como un espacio de formación y convirtió al artesano profesional como instructor. Lo cual respaldó la consolidación de una fuerte vinculación, organizada y sostenida entre la formación y el trabajo, que se conformó en la Europa Medieval, a través de la constitución de los talleres artesanales. (Mitnik & Coria, 2012).

Según Martínez (2015), menciona que el sistema de aprendices no estuvo restringido únicamente a los oficios artesanales, sino que además era el medio de instrucción para la medicina, las leyes y la educación, que poco a poco dieron paso al auge para su acreditación. Dicho sistema tuvo una larga vigencia histórica y fue común encontrar en todos los currículos formativos, durante 10 siglos aproximados. (Ruiz, 2011).

Hasta el momento, la capacitación laboral estuvo vinculada en sus inicios a unidades más pequeñas, al núcleo familiar, en donde se utilizaba la metodología de captación “aprender haciendo”, las cuales fueron modificadas por la Revolución Industrial (Mitnik & Coria, 2012).

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Alcanzaron su hegemonía en el siglo XIV, para después decaer lentamente hasta liquidación legal en los diferentes estados de Europa hacia fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX, Mas adelante la capacitación llevo a Estados Unidos durante el siglo XVII, en donde Por su parte, la capacitación llego a Estados Unidos durante el siglo XVII, en donde desempeñó un papel no tan relevante en Europa, sobre todo debido a que inmigraban a un gran número de trabajadores expertos , según Vargas (2011).

En el transcurso del siglo XVIII, alrededor del año 1780, se terminó otra etapa de la acumulación de aprendizaje del hombre. La revolución Industrial inicio a mediados del siglo VXIII, el cual fue un cambio muy fuerte en la Historia Moderna de Europa la misma que desencadeno el paso de la economía agraria a la artesanal basado en el trabajo manual a otra dominada por la industria y la manufactura. (Mitnik & Coria, 2012).

La Revolución Industrial comenzó con el cambio de la mano de obra por la mecanización de las industrias textiles, con el desarrollo de los procesos de hierro, lo cual ayudo a la expansión del comercio tanto al mejorar las rutas de transportes como la producción a escala y posterior a ello por el nacimiento del ferrocarril.

Una de las invenciones más importantes de la historia ha sido la máquina de vapor entre otras. Estos inventos creados en las dos primeras décadas del siglo XIX, favorecieron la manufactura en otras industrias. La Revolución Industrial cambio todos los procesos de producción, reduciendo el tiempo, disminuyendo el costo de producción, y reduciendo el número de trabajadores por maquinas, los obreros pasaron a ser supervisores y técnicos de la maquinaria. (Mitnik & Coria, 2012).

La Revolución Industrial se adentró en incorporar los objetivos y métodos, es decir las fábricas pedían la participación de las personas para trabajar en una sola actividad, teniendo a su cargo una parte del proceso de

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

fabricación. Con la llegada del sistema capitalista y la gran industria se Por lo tanto, con la llegada del capitalismo y la gran industria se forjaron nuevas formas de organizar el trabajo a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, o cual dio lugar a una crisis debido a que se requería la aportación tanto de las destrezas basado en la capacidad y el ritmo de la maquinaria. (Mitnik & Coria, 2012).

El desarrollo tecnológico trago consigo muchos cambios en la industria, imponiendo un nuevo modelo basado en la eficacia y en la pluriespecialidad que demandaba mayores capacidades de las capacidades de los obreros , adaptándose a las trasformaciones del entorno, las personas debían tener un buen dominio técnico, y además la capacidad de integrarse a múltiples funciones, lo cual requería responsabilidad en el aprendizaje y autonomía de la fuerza de trabajo al requerir de nuevas calificaciones en los profesionales. .

En este período se alteró el método de capacitación y, en consecuencia, fue la Revolución Industrial y la emergencia del aula (Mitnik & Coria, 2012), lo que marcó la etapa siguiente en el proceso de transformación de la capacitación laboral.

Según Mitnik y Coria (2012) indican en su escrito que en 1800 se abrieron las escuelas –fábricas en donde los trabajadores eran capacitados en talleres de las fábricas, acerca de la producción en serie. A inicios del siglo XX la capacitaciones se caracterizaban por la gran demanda de sistemas rápidos para entrenamiento, surgiendo el desarrollo del Diseño de Instrucción Sistemático (DIS), sistema de auto instrucción que intento integrar todos los componentes del proceso de instrucción.

En 1945 a partir de la Segunda Guerra Mundial, surgieron los métodos sistemáticos y masivos de la capacitación, relacionados con la Defensa, nacieron nuevos roles tal como el diseñador de instrucción (aportaba una estrategia formativa a los especialistas en el área del conocimiento y la

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

tecnología. Después de la guerra, apareció la capacitación individualizada que se expandió a partir de la asociación de la computadora a los procesos industriales. (Mitnik & Coria, 2012).

En la década de los sesenta, con el desarrollo de la ciencia y la tecnología. Y los cambios del orden económico y social en el mundo, se empezó a utilizar los sistemas de aprendizaje en el ámbito industrial, las potencias mundiales contaban con instituciones de Formación de obreros y técnicos, en diferentes ramas de especialización y que como ligada a trabajos industrialistas y, en esa época, muchos países contaron con las llamadas Instituciones de Formación Profesional de obreros y técnicos. Estas instituciones contaban con el respaldo de los Ministerios de Trabajo de cada país, las cuales buscaban la integración de sistemas nacionales y se centraban exclusivamente en las manufacturas y en la construcción.

Como resultado de los duros ajustes de los años ochenta, se planteó la revisión de la formación de los profesionales tradicionales y el papel del Estado en la capacitación. De acuerdo al Centro Interamericano de Investigación y Documentación acerca de la Formación Profesional en países como Chile, Argentina, Perú y Colombia, ofertaban programas de capacitación dirigido al sector privado demandante.

La mayoría de capacitaciones empresariales de América Latina se enfocaron en el modelo inicial Europeo, potenciado por Estados Unidos y en las últimas décadas por el Sudeste Asiático. A mediados del siglo XX se denominó como educación de adultos, una educación no formal, aprendizaje continuo o educación continua. (Mitnik & Coria, 2012).

A partir de los noventa, se reflejó un cambio en la capacitación, se aparecieron nuevos elementos tecnológicos que remplazaron los sistemas ya existentes, es así que las empresas empezaron a financiar cursos de capacitación. A finales del siglo XX, la capacitación tomo más fuerza como

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

parte del proceso para expandir y acelerar el aprendizaje de los individuos de las organizaciones. (Mitnik & Coria, 2012)

Hoy en día, la capacitación es esencial dentro de las empresas a nivel global, desde la transformación de procesos, se instauró un nuevo modelo de educación, a través de la formación de una cultura empresarial, basada en los valores sociales de productividad y calidad en los procesos. (Becerra & Breijo, 2017).

### **Incidencia de capacitar**

La capacitación es un proceso repetitivo que se realiza dentro de las empresas a todo el personal para mejorar la productividad y obtener mejores beneficios. Es así que a la capacitación se la denomina como un proceso educativo de corto plazo aplicado de forma sistemática y organizada, por medio del cual los trabajadores adquieren nuevos conocimientos y desarrollan nuevas habilidades y competencias en relación a los objetivos definidos. Las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

### **Contenido de la capacitación**

La capacitación aborda cuatro formas de conducta como son:

**Transmisión de información:** este elemento es esencial en los programas de capacitación, el objetivo está en repartir la información como un agregado de nuevos conocimientos entre la audiencia. Se debe dar a Además, la información de la empresa se debe dar a conocer con una como un agregado de conocimientos entre la audiencia.

**Desarrollo de habilidades:** es este punto, se debe enfocar en las habilidades, destrezas y conocimientos relacionados con el desempeño laboral o de posibles funciones futuras, es decir, está orientado a las tareas y operaciones.



## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Desarrollo o modificación de actitudes:** aquí se abordara a crear un cultura en la actitud negativa de las personas para convertirlas en otras más favorables para el ambiente laboral, por ejemplo: motivar la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión en cuanto al comportamiento de las personas, sus emociones y sentimientos.

**Desarrollo de conceptos:** esta puede dirigirse a elevar la capacidad y la concepción de ideas y filosofías para desarrollar gerentes con una mentalidad capaz de pensar en términos globales.

### **Objetivos de la capacitación**

- Preparar al personal para realizar cualquier tipo de tarea.
- Brindar mayores oportunidades en el desarrollo personal de forma continua.
- Cambiar la actitud y aptitud de las personas.

### **Capacitación como responsabilidad de línea y función de staff**

Desde el ámbito de la administración la capacitación está inmersa en todos los niveles en donde el supervisor o gerentes en el encargado de explicar, enseñar, dar seguimiento y comunicar a los demás.

### **Ciclo de la capacitación**

El ciclo se presenta de forma cíclica, la capacitación es el medio de proporcionar el aprendizaje, fenómeno que se da como resultado de los esfuerzos de cada uno de los individuos.

- Detección o diagnóstico de las necesidades de capacitación del personal.
- Programa o campañas de capacitaciones para incentivar las necesidades.
- Implementar y ejecutar los ítems del programa de capacitación.

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

- Evaluación y comprobación de los resultados.

### **Análisis organizacional**

En el sistema organizacional los objetivos son medidos a largo plazo con el fin de realizar un estudio de la empresa (misión, objetivos, recursos, competencias, distribución, ámbito socioeconómico y tecnológico) este análisis permite conocer las necesidades que se debe mejorar, verificando todos los factores involucrados como; la fuerza de trabajo, eficiencia organización, clima organizacional y los beneficios esperados.

### **Análisis de los recursos humanos**

Este estudio permite verificar si los recursos humanos son suficientes para cubrir las tareas presentes y futuras de la empresa. Es decir la empresa conoce las habilidades, conocimientos y actitudes de sus empleados.

### **Análisis de las operaciones y tareas**

Este análisis permite a la empresa conocer el tipo de personal con el que cuenta, a través de pruebas se puede conocer el conocimiento que posee y a su vez le permite al supervisor hasta qué punto puede cumplir con sus obligaciones el empleado.

### **Medios para detectar las necesidades de capacitación**

Este es un método efectivo que permite conocer si los aspirantes al puesto se encuentran capacitados para ocupar la vacante. A continuación se muestra una lista de las principales fuentes de recaudación de información.

### **Evaluación de desempeño**

La mayoría de empresas acostumbra medir el desempeño de sus empleados además ofrece capacitación en diversas áreas a los nuevos integrantes del personal.

# **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

## **Observación**

Las fichas de observación son una fuente de recopilación eficaz para conocer donde existe un trabajo ineficiente, por ejemplo el desperdicio de la materia prima, equipos rotos, problemas disciplinarios entre otros.

## **Cuestionarios**

A través de cuestionarios y check list se puede conocer donde existe mayor demanda de capacitación de procesos.

## **Solicitud de supervisores y gerentes**

Cuando las necesidades de capacitaciones se presentan en los altos rangos, son ellos quienes suelen solicitar la capacitación para su personal.

## **Entrevistas con supervisores y gerentes**

Las entrevistas han dado mejores resultados debido a que pueden conversar con sus superiores acerca de los problemas que surgen y buscan como resolverlos.

## **Reuniones interdepartamentales**

Los distintos jefes responsables de cada planta son los encargados de solucionar los inconvenientes relacionados a cumplir con los objetivos de la empresa.

## **Examen de empleados**

Con esta herramienta se puede medir el desempeño de la capacidad de los empleados en sus funciones. .

## **Reorganización del trabajo**

Cuando la empresa modifique sus procesos deberá brindar una capacitación acerca de los nuevos procesos.

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

## Entrevista de salida

Cuando los empleados dejan su puesto de trabajo es el momento idóneo para conocer la opinión sincera acerca de la empresa.

## Análisis del puesto y perfil del puesto

Suele presentarse en los requisitos de cada empresa, con ello se puede observar las habilidades y destrezas que posee.

El éxito de la capacitación se mide como los empleados mejoran sus competencias individuales, y además empiezan a portar positivamente a la empresa. Las ISO 10015 divide a la capacitación en cuatro etapas que son: analizar, planear, hacer y evaluar. (Chiavenato, 2011)

## Tipos de competencias en el mercado

**Competencia perfecta:** se da cuando en el mercado de oferta y demanda existen infinitos competidores ofertando productos similares. Por lo tanto, ninguno tiene el poder de manipular o establecer precios de los bienes y servicios. Al existir mucha demanda y oferta en el mercado permite que ambos participantes sean precio- aceptantes. No existe ningún tipo de barreras de entrada o salida. (Arzadun, 2013)

**Competencia imperfecta:** se presenta cuando en el mercado de la oferta y demanda ambos agentes pueden manipular la oferta de los productos y así establecer un precio base.

**Competencia oligopolio:** es una estructura de mercado que se da cuando en el mercado existen pocos vendedores de bienes o servicios, lo cual hace que exista barreras de entrada que impiden que otras empresas puedan competir en este mercado.

**Competencia monopolística:** este tipo de competencia se caracteriza por la existencia de un grupo grande de empresas que ofrecen productos

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

similares y tienen cierto poder de influir en el precio, asume tres nieles que son el precio, investigación- desarrollo y gasto en publicidad. (Rodriguez, 2013)

**Competencia duopolio:** existe un duopolio cuando dos o más empresas ofertan un mismo producto que compiten en el mercado y los consumidores no tienen elección en el precio De la misma forma, el duopolio se presenta cuando la oferta y el precio. (MERCED, 2015)

**Competencia monopolio:** se da cuando en el mercado existe sola una empresa que ofrece productos como la energía eléctrica, tiene el poder absoluto para manipular el precio.

**Competencia monopsonio:** está en cambio se da cuando en el mercado existe un solo comprador que demanda la producción, por ejemplo los uniformes para la policía. (Ferrer, 2019)

### **1.7 Marco conceptual**

En el plan de negocio existen tres pilares fundamentales que son: creación de valor que se enfoca en dar al producto o servicio un valor agregado cuidando los detalles en el servicio del mismo, los clientes son claves para el crecimiento del negocio (la empresa debe buscar las estrategias necesarias para fidelizar a sus comensales), la rentabilidad es necesaria que los ingresos sobrepasen a los gastos. (Eduardo Barg)

Algunos términos más relevantes son la capacitación, competitividad, competencia perfecta, la dirección de estrategia se denomina como el conjunto de decisiones que se toman para implementar las estrategias necesarias en la empresa, la marca de Pollo el Ranchera permite que los clientes identifiquen los productos que ofertan, el mercado al que se dirige es amplio, la publicidad son las formas en las que pueden promocionarse hoy en día, cabe mencionar que las estrategia deben ser a corto y largo plazo para cumplir con los objetivos. Las franquicias son un tipo de contrato con reglas a cumplir y a pagar una compensación económica al dueño de la marca.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

## **CAPITULO II: Propuesta Comercial**

# **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

## **2.1 Descripción de la empresa, actividad**

Es un negocio Familiar que se dedica a la comida rápida pollo broaster, papas y ensalada para dar satisfactoria a las necesidades (fisiológicas y satisfacción a los clientes)

## **2.2 Visión, misión, valores, objetivo general y específicos.**

### **Visión**

En el año 2025 ser una de las primeras opciones para el deleite del consumidor en cuanto a comida rápida, brindado productos y servicios de calidad.

### **Misión**

Pollo El Ranchero, busca satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo un menú nutritivo y saludable en un ambiente seguro limpio y además cuenta con personal altamente capacitado para poder brindar un excelente servicio.

### **Valores**

- Excelencia - Cordialidad
- Trabajo en Equipo - Proactividad

### **Objetivo General**

Aperturar un nuevo punto de venta de Pollo El Ranchero en la ciudad de Pelileo.

### **Objetivos específicos**

- Superar el monto de venta de \$50000.
- Alcanzar una rentabilidad neta del 15%.
- Lograr una satisfacción del cliente en un 90%



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO”  
UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Modelo de negocios (CANVAS)**

**Tabla N° 2 Modelo Canvas**

<p><b>Aliados Clave</b></p> <p>Pronaca (Pollo) Compapa (Legumbres) Boada &amp; Aso. (Salsa de tomate) Plastigama (Contenedores)</p>	<p><b>Actividades Clave</b></p> <p>Preparación de calidad Estándares de calidad Soporte Técnico</p> <p><b>Recursos Clave</b></p> <p>Infraestructura Patente Personal operativo Financiamiento</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <p>Enfocados en el Servicio de calidad Precios accesibles Presentación innovadora Siendo una de las mejores experiencias en el consumidor al momento de probar nuestro exquisito pollo rostizado teniendo en cuenta el aporte nutricional de nuestro producto.</p>	<p><b>Relación con el Cliente</b></p> <p>Automatizada (mediante chat bots) Directa-Personal</p> <p><b>Canales</b></p> <p>Redes Sociales Folletos Teléfonos</p>	<p><b>Segmentos de Clientes</b></p> <p>Orientado a todos los consumidores finales de la ciudad de Pelileo Los consumidores van desde los 3 años en adelante, adolescentes, estudiantes y hasta personas adultas en edad de consumir este tipo de alimentos.</p>
<p align="center"><b>Estructura de Costes</b></p> <p>Costes de Infraestructura - Personal Costes de Inventario - Publicidad</p>		<p align="center"><b>Estructura de Ingresos</b></p> <p>Pagos con cheques y transferencias Venta de pollo broaster</p>		

**Fuente:** Datos del Restaurante “Pollo el Ranchero”  
**Elaborado por:** Grupo Investigador

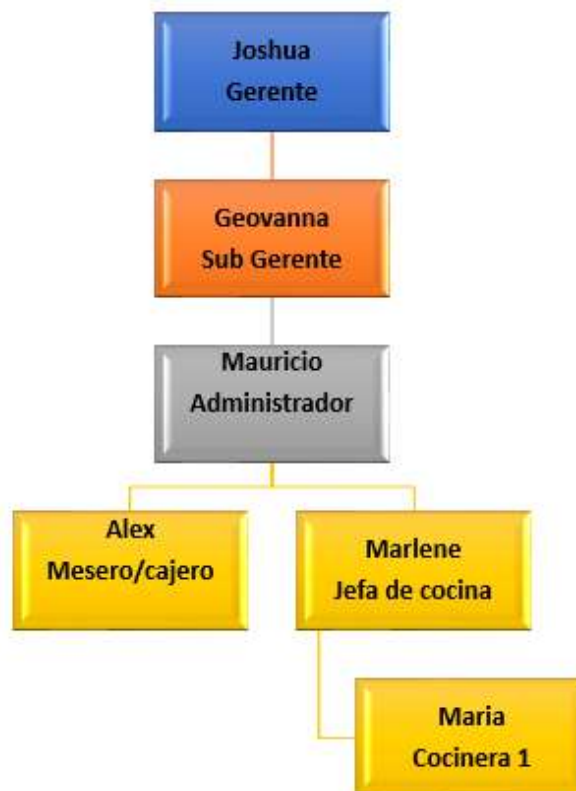
# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 2.3 Estrategia genérica, ventajas competitivas

La estrategia genérica se basa en el precio, y la segmentación de mercado, Pollo El Ranchero mantiene una línea muy amplia de platillos, personales o familiares, que brindan un servicio agradable, la ventaja competitiva es el pollo fresco con el que trabajan y el sabor único de sus recetas de pollo broaster, jugoso, sabroso que al paladar son un deleite ya sea en niños o adultos este tipo de comida siempre será muy demandado en la sociedad.

## 2.4 Estructura organizacional: organigrama

Gráfico N° 1 Organigrama



Fuente: Datos del Restaurante “Pollo el Ranchero”  
Elaborado por: Grupo Investigador

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

## 2.5 Plan de Marketing

### Perfil del cliente: quién es, dónde está, cómo consume...

Pollo El rancho es un restaurante que nace en la ciudad de Pelileo, mismo que tiene a su servicio un pollo de calidad, con altos estándares de servicio por ello nos hemos visto en la obligación de crear un nuevo local dentro de la misma ciudad para mayor comodidad y cercanía de los comensales.

Ofreciendo en su menú, un delicioso pollo rostizado acompañado de papas fritas y ensalada junto con una bebida a elección del cliente, adicional tenemos combos que incluyen arroz y menestra para el deleite de los clientes.

En cuanto al menú se trata estamos dispuestos a la necesidad del cliente ya que el mismo puede escoger sus acompañamientos para su exquisito pollo. Aparte de tener un excelente producto el cliente va a tener un lugar amplio y acogedor para poder disfrutar al máximo su estadía en nuestras instalaciones.

### Estrategia de Producto



## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Este es un punto clave para definir el éxito o fracaso de los productos ofertados, por lo cual es fundamental tener un estudio o conocimiento del mercado al cual estamos inmersos, el menú del establecimiento es el siguiente; pollo broaster acompañado de una porción de ensalada (lechuga, tomate, pepinillo, cebolla), papas cocinadas o fritas, arroz con menestra, la presentación del plato es equilibrado ya que presenta colores llamativos lo cual a los ojos del consumidor es de su agrado, la marca de Pollo El Ranchero lleva algunos años en el mercado de la comida, el estilo que manejan es tradicional por lo cual sus establecimientos son tipo hogareños, el empaque que manejan son loncheras térmicas que mantienen la comida caliente, con logos del local, el tamaño es práctico , fácil de llevar, los servicios que brindan son excelentes, el trato a los clientes, la puntualidad con las ordenes, las mesas siempre se encuentran limpias a tiempo y se escucha al cliente para satisfacer sus necesidades.

### **Estrategia de Precio**

El precio es uno de los factores que más influye en el mercado, Pollo El Ranchero ha tenido una gran acogida en el sector de Pelileo ya que los precios que ofertan son alcanzables a cada uno de los bolsillos de las personas, el precio de ahorro está enfocado en aquellas personas quienes les gusta ahorrar pero a su vez les gusta comer rico una vez a la semana, o en ciertas ocasiones especiales. Debido a que existe una gran competencia de venta de comida rápida, es esencial manejar una estrategia de precio que permita estar al nivel de los demás establecimientos, el precio no debe sobrepasar el de la competencia, una estrategia muy interesante y muy aplicada es la emocional la cual trata de influenciar en el comportamiento del consumidor, evitando redondear el precio por ejemplo en vez de 6 dólares se utiliza 5,99 dólares, es una estrategia como el de los colores que llama la atención del cliente y por influye en el momento de comprar.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Menú “Pollo el Ranchero”**

Combo 1 (papas + 1/4 presa de pollo + ensalada)

Combo 2 (papas+ 1/2 pollo+ arroz+ ensalada)

Combo 3 (1 presa+ ensalada+ papas)

Combo 4 (1 pollo+ papas+ ensalada)

Porción de papas 2 dólares

Porción de arroz 1.50 dólares

**Tabla N° 3 Competencia de Precio**

<b>Pollo braoster</b>	<b>VALOR</b>	<b>Pollo braoster</b>	<b>VALOR</b>	<b>COMPETENCIA</b>
Combo 1	\$ 4,99	Combo 2	\$ 9,50	<b>POLLO EL RANCHERO</b>
Combo 1	\$ 4,00	Combo 2	\$ 5,50	<b>RICO POLLO</b>
Combo 1	\$ 3,75	Combo 2	\$ 5,90	<b>FAST CHIKEN</b>
Combo 1	\$ 3,80	Combo 2	\$ 6,00	<b>POLLO DE CAMPO</b>
Combo 1	\$ 4,00	Combo 2	\$ 6,50	<b>AMERIKAN CHIKEN</b>
Combo 3	\$ 3,50	Combo 4	\$ 17,00	<b>POLLO EL RANCHERO</b>
Combo 3	\$ 3,75	Combo 4	\$ 18,00	<b>RICO POLLO</b>
Combo 3	\$ 4,00	Combo 4	\$ 18,00	<b>FAST CHIKEN</b>
Combo 3	\$ 3,50	Combo 4	\$ 17,50	<b>POLLO DE CAMPO</b>
Combo 3	\$ 4,00	Combo 4	\$ 19,00	<b>AMERIKAN CHIKEN</b>

**Fuente:** Datos del Restaurante “Pollo el Ranchero”

**Elaborado por:** Grupo Investigador

**Estrategia de Distribución**

Esta estrategia es de igual manera relevante, ya que es la forma en que se lleva a cabo la distribución de un determinado producto en este caso, pollo braoster, Pollo El Ranchero ofrece servicio a domicilio con un coste adicional, la comida llega en pocos minutos ya que se cuentan con motorizados y su

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

movilización es más rápida que la de un automóvil, el cliente puede pedir a través de whatsapp y desde ahí saber el coste de su orden, ya cuando este cerca el motorizado le avisara para que salga a recibir el pedido, Pollo el Ranchero cuentan con un inventario muy amplio por lo cual puede cubrir la demanda que tiene.

Nuestras instalaciones cuentan con un ambiente agradable para los usuarios, contamos con mesas prácticas y asientos cómodos, los colores del establecimiento están acorde a la temática manejada, colores vivos. Nos encontramos ubicados en la ciudad de Pelileo, en las calles **Padre Chacon y Vicente Maldonado** frente a las canchas de futbol. Las mesas son para 4 personas y si son más personas las unimos si los consumidores así lo desean para que se sienten con sus amigos o familiares. La cocina cuenta con infraestructura práctica que ayuda en el momento de la preparación, las freidoras para el pollo tanto como para las papas son rápidas y seguras para los empleados, contamos con contenedores para la ensalada, jugos, y envases para salsas y ají .Debido a la pandemia aun contamos con gel y alcohol para las manos, los baños se encuentran a un lado del local, con papel y jabón a disposición de los usuarios.

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023



## Estrategia de Promoción

La publicidad se la realiza a través de redes sociales como whatsapp, instagram, Facebook además de los folletos entregados tanto en el local como sectores aledaños, el local ofrece promociones muy llamativas y creativas, como en los días festivos, y ahora con el mundial que inicia en noviembre, todo

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

el marketing realizado en el periódico como en la página oficial de Facebook la población puede conocer las promociones vigentes.

### **2.6 Plan de acción para el logro de los objetivos**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO”  
UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Tabla N° 4 Superar el monto de ventas de \$ 50.000**

MEDIOS ¿Cómo?	RESULTADOS ESPERADOS ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir ?
			INICIO	FIN		
Implementar juegos infantiles	Generar tráfico de clientes con niños	JMGV	01/11/2022	&/11/22	\$ PERSONAL	N° clientes que ingresen con niños
Asistir con música en vivo	Generar tráfico de clientes	JMGV	01/11/2022	30/11/2022	\$ PERSONAL	N° clientes que nos visitaron
Transmitir los partidos locales tanto como internacionales	Generar tráfico de clientes	JMGV	01/11/2022	&/11/2022	\$ PERSONAL	N° clientes que nos visitaron

**Fuente:** Datos del Restaurante “Pollo el Ranchero”

**Elaborado por:** Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO”  
UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Tabla N° 5 Alcanzar una rentabilidad neta del 15%**

MEDIOS ¿Cómo?	RESULTADOS ESPERADOS ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir?
			INICIO	FIN		
Analizar los costos	Medir la rentabilidad le negocio	JMGV	01/11/2022	&/11/22	\$ PERSONAL	Indicadores de Rentabilidad
Realizar un análisis de rotación de inventarios	Permite saber la velocidad con la cual se renueva el inventario.	JMGV	Permanente	Permanente	\$ PERSONAL	Indicadores de Rotación de Inventarios
Reducir los gastos innecesarios	Obtener más utilidades	JMGV	01/11/2022	30/11/2022	\$ PERSONAL	La utilidad neta

**Fuente:** Datos del Restaurante “Pollo el Ranchero”

**Elaborado por:** Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO”  
UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Tabla N° 6 Lograr una satisfacción del cliente en un 90%**

MEDIOS ¿Cómo?	RESULTADOS ESPERADOS ¿Por qué o para qué?	EQUIPO	FECHA		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN ¿Cómo vamos a medir ?
			INICIO	FIN		
Implementar una caja de opiniones y quejas	Evaluar el nivel de satisfacción del cliente	JMGV	01/11/2022	&/11/22	\$ PERSONAL	Fidelización
Capacitar al personal en manipulación del alimentos y servicio al cliente	Brindar un mejor servicio al consumidor	JMGV	01/11/2022	30/11/2022	\$ PERSONAL	Felicitaciones recibidas por parte de los consumidores
Acelerar las entregas de órdenes de comida	Generar mayor afluencia de ventas	JMGV	Permanente	Permanente	\$ PERSONAL	Nuevos clientes por recomendación

**Fuente:** Datos del Restaurante “Pollo el Ranchero”

**Elaborado por:** Grupo Investigador

## **Capitulo III: Análisis Financiero del Proyecto**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**3.1 Supuestos Financieros**

Pollo el Ranchero sucursal Pelileo, muestra la presente tabla de supuestos, la misma que refleja la proyección a 5 años, el incremento anual se ha considerado al 5% a partir del segundo año, al igual que la demanda se espera una proyección del 4 % a partir del segundo año y en el comportamiento de los gastos se estima un 4% cada año debido a la inflación de los precios de los productos y además de la variación de precios en publicidad.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Inflación proyectada</b>					
<b>Salarios básicos proyectados</b>	450,00	475,00	500,00	525,00	550,00
<b>Incremento anual de sueldos</b>		5%	5%	5%	5%
<b>Comportamiento de la demanda esperada</b>		4%	4%	4%	4%
<b>Comportamiento de los gastos</b>		4%	4%	4%	4%

**Tabla N° 7 Supuestos Financieros**

<b>Inflación Proyectada</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Salarios básicos proyectados</b>	450,00	475,00	500,00	525,00	550,00
<b>Incremento anual de sueldos</b>		5%	5%	5%	5%
<b>Comportamiento de la demanda esperada</b>		4%	4%	4%	4%
<b>Comportamiento de los gastos</b>		4%	4%	4%	4%

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente  
**Elaborado por:** Grupo Investigador

**Inversión**

Pollo el Ranchero, necesitara realizar una inversión en capital de trabajo de **\$40.590,00** para brindar un servicio idóneo y placentero a los consumidores; muebles y enseres; equipos de cómputo; maquinaria (las freidoras son esenciales para darles ese toque crujiente al pollo).El local adquirirá computadoras e impresoras para la facturación, mesas, sillas

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE  
DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A  
PARTIR DEL AÑO 2023**

cómodas y nevera para mantener productos frescos y bebidas heladas para las altas temperaturas.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Tabla N° 8 Inversión**

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	\$27.000,00	\$27.000,00		
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS ACTIVOS	1	\$1.000,00	\$1.000,00		
COMPUTADORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	1	\$500,00	\$500,00	3	\$166,67
IMPRESORAS	EQUIPOS DE CÓMPUTO	1	\$240,00	\$240,00	3	\$80,00
MESAS	MUEBLES & ENSERES	6	\$250,00	\$1.500,00	10	\$150,00
SILLAS	MUEBLES & ENSERES	24	\$50,00	\$1.200,00	10	\$120,00
NEVERA	MAQUINARIA & EQUIPO	1	\$350,00	\$350,00	5	\$70,00
FREIDORA	MAQUINARIA & EQUIPO	1	\$1.500,00	\$1.500,00	5	\$300,00
BROSTERIZADORA	MAQUINARIA & EQUIPO	1	\$7.000,00	\$7.000,00	5	\$1.400,00
MOSTRADOR	MUEBLES & ENSERES	1	\$300,00	\$300,00	10	\$30,00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>				<b>40.590,00</b>		<b>2.316,67</b>

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente

**Elaborado por:** Grupo Investigador

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

El financiamiento será una parte del capital propio de \$28.413,00 y la otra un préstamo de \$12.177,00 a la cooperativa Cámara de Comercio a una tasa de interés del 14 % para 5 años. El total requerido para la apertura de la nueva sucursal es de 40.590,00, el 70% es propio y el 30% restante como se mencionó anteriormente se solicitará un préstamo a la cooperativa, al final se terminará pagando en 60 cuotas.

<b>Inversión Requerida</b>	<b>\$40.590,00</b>	
<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Aportes propios	\$28.413,00	70%
Aportes de terceros (Bancos)	\$12.177,00	30%
<b>Total financiamiento</b>		
Tasa a pagar	14,00%	
Plazo de deuda (años)	5	

Fuente: Material didáctico enviado por el docente

Elaborado por: Grupo Investigador

### Sueldos

Pollo el Ranchero incorporará a su equipo de trabajo un gerente quien será el encargado de mantener funcionando al 100% al establecimiento y al equipo de trabajo, de pagos de todos los servicios básicos, pago a los proveedores y empleados además, será quien desde su oficina cree nuevas estrategias de mercadeo, el Administrador será el encargado de vigilar y hacer cumplir las tareas y obligaciones a todo el personal a su vez deberá administrar correctamente los recursos asignados y el encargado de estar al pendiente de la caja. El cocinero será quien se encargue de preparar los alimentos adecuadamente, será el responsable de que los platillos estén listos a tiempo, y para finalizar tenemos al mesero quien deberá mantener limpio e impecable el establecimiento, además de servir las ordenes. El sueldo del equipo de trabajo oscilará entre los siguientes valores y a partir del segundo año se irá incrementado en un 5 por ciento.



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL  
RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA  
CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**Tabla N° 9 Sueldos Gerente y Administrador**

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
Gerente	\$650,00	\$54,17	\$37,50		\$78,98	\$820,64
Administrador	\$550,00	\$45,83	\$37,50		\$66,83	\$700,16
<b>Total mensual</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$100,00</b>	<b>\$75,00</b>		<b>\$145,80</b>	<b>\$1.520,80</b>

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente

**Elaborado por:** Grupo Investigador

**Tabla N° 10 Sueldos Cocinero y Mesero**

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo		Aporte Patronal 12,15%	Total
cocinero	\$450,00	\$37,50	\$37,50		\$54,68	\$579,68
mesero	\$450,00	\$37,50	\$37,50		\$54,68	\$579,68
<b>Total mensual</b>	<b>\$900,00</b>	<b>\$75,00</b>	<b>\$75,00</b>		<b>\$109,35</b>	<b>\$1.159,35</b>

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente

**Elaborado por:** Grupo Investigador

### Productos y servicios

Pollo el Ranchero, tiene a su servicio 4 combos (combo personales y familiares) a su disposición oferta aguas y bebidas personales o de litro, al clima o fríos, todo al gusto del cliente, se espera que para los años posteriores la demanda aumente significativamente por la zona en la que se encuentra y por la jugosidad del pollo que se vende. El comportamiento esperado mensualmente es alto ya que los fines de semana las personas consumen más nuestro producto debido a que salen con sus familiares al parque, a jugar y disfrutan de comer fuera de casa por estos días. A partir del segundo año se espera una estimación en el comportamiento de la demanda del 4%.

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

**Tabla N° 11 Demanda Esperada Anual**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	7.245	7.473	7.713	7.965	8.229
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	4.365	4.485	4.605	4.725	4.857
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	4.365	4.485	4.605	4.725	4.857
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
PRONCION PAPAS	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
PORCION DE ARROZ	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
PORCION DE ENSALADA	2.349	2.385	2.421	2.457	2.493
COLA PERSONAL	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
COLA MEDIANA	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
COLA LITRO	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
AGUA	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
AGUA CON GAS	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
TE HELADO	2.925	2.985	3.045	3.105	3.165
	<b>44.649</b>	<b>45.693</b>	<b>46.749</b>	<b>47.817</b>	<b>48.921</b>

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente  
**Elaborado por:** Grupo Investigador

### Ventas

En la siguiente tabla se observa detalladamente los valores de venta por unidades y totales de forma anual para los 5 años de proyección. Cada año se estima un alza en el precio de venta al público de 5 centavos debido al incremento de los insumos para la elaboración de los combos, el producto que más se vende es el pollo entero broaster el cual tiene un costo de 17 dólares, el producto que le sigue es el combo 3 con un valor de 9,50 dólares, y el producto no tan vendido es el combo 1 el cual cuesta alrededor de 2,50 dólares, en el mes apropiadamente las colas personales son las más apetecidas por los consumidores al igual que la porción extra de papas.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	2,50	2,55	2,60	2,65	2,71
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	4,99	5,09	5,19	5,30	5,40
COMBO 4 (1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	9,50	9,69	9,88	10,08	10,28
PRONCION PAPAS	2,00	2,04	2,08	2,12	2,16
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	9,50	9,69	9,88	10,08	10,28
PORCION DE ARROZ	1,50	1,53	1,56	1,59	1,62
COMBBO 4 (1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	17,00	17,34	17,69	18,04	18,40
PORCION DE ENSALADA	1,50	1,53	1,56	1,59	1,62
COLA PERSONAL	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54
PRONCION PAPAS	2,00	2,04	2,08	2,12	2,16
COLA LITRO	1,30	1,33	1,35	1,38	1,41
PORCION DE ARROZ	1,50	1,53	1,56	1,59	1,62
AGUA CON GAS	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54
PORCION DE ENSALADA	1,50	1,53	1,56	1,59	1,62
TE HELADO	0,75	0,77	0,78	0,80	0,81
COLA PERSONAL	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54
COLA MEDIANA	0,70	0,71	0,73	0,74	0,76
COLA LITRO	1,30	1,33	1,35	1,38	1,41
AGUA	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54
AGUA CON GAS	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54
TE HELADO	0,75	0,77	0,78	0,80	0,81

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	2,50	2,55	2,60	2,65	2,71
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	4,99	5,09	5,19	5,30	5,40
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	9,50	9,69	9,88	10,08	10,28
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	17,00	17,34	17,69	18,04	18,40
PRONCION PAPAS	2,00	2,04	2,08	2,12	2,16
PORCION DE ARROZ	1,50	1,53	1,56	1,59	1,62
PORCION DE ENSALADA	1,50	1,53	1,56	1,59	1,62
COLA PERSONAL	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54
COLA MEDIANA	0,70	0,71	0,73	0,74	0,76
COLA LITRO	1,30	1,33	1,35	1,38	1,41
AGUA	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54
AGUA CON GAS	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54
TE HELADO	0,75	0,77	0,78	0,80	0,81

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente

**Elaborado por:** Grupo Investigador

En la tabla se observa una oferta creciente en los últimos años debido a que por el trabajo las familias no tienen mucho tiempo para pasar en casa por ende rara vez cocinan y más aun con la tecnología que se tiene a la mano se puede ordenar y en minutos estará lista en nuestro domicilio o algunas personas prefieren tener reuniones o conversaciones de negocios con un almuerzo y buscan un lugar ameno y tranquilo para hacerlo.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	18.112,50	19.056,15	20.061,51	21.131,30	22.268,34
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	21.781,35	22.827,75	23.907,30	25.020,90	26.234,29
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	41.467,50	43.459,65	45.514,90	47.634,97	49.945,04
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	49.725,00	51.759,90	53.856,31	56.015,86	58.240,26
PRONCION PAPAS	5.850,00	6.089,40	6.336,04	6.590,10	6.851,80
PORCION DE ARROZ	4.387,50	4.567,05	4.752,03	4.942,58	5.138,85
PORCION DE ENSALADA	3.523,50	3.649,05	3.778,21	3.911,08	4.047,76
COLA PERSONAL	1.462,50	1.522,35	1.584,01	1.647,53	1.712,95
COLA MEDIANA	2.047,50	2.131,29	2.217,61	2.306,54	2.398,13
COLA LITRO	3.802,50	3.958,11	4.118,42	4.283,57	4.453,67
AGUA	1.462,50	1.522,35	1.584,01	1.647,53	1.712,95
AGUA CON GAS	1.462,50	1.522,35	1.584,01	1.647,53	1.712,95
TE HELADO	2.193,75	2.283,53	2.376,01	2.471,29	2.569,42
<b>TOTAL</b>	<b>157.279</b>	<b>164.348,93</b>	<b>171.670,37</b>	<b>179.250,77</b>	<b>187.286,40</b>

Fuente: Material didáctico enviado por el docente

Elaborado por: Grupo Investigador

## **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

### **Costos**

Se muestra el precio individualmente de cada uno de los productos ofertados en el restaurante. El precio venta del combo 1 es de 2,50 dólares y al restaurante le cuesta 1,25 dólares lo cual le genera una ganancia del 50% en la cual se distribuye en gastos, mano de obra y el valor agregado al producto y así en cada uno de los combos.

### **Tabla N° 12 Costos Individuales**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1,25	1,28	1,30	1,33	1,35
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	2,50	2,54	2,60	2,65	2,70
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	4,75	4,85	4,94	5,04	5,14
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	8,50	8,67	8,84	9,02	9,20
PRONCION PAPAS	1,00	1,02	1,04	1,06	1,08
PORCION DE ARROZ	0,75	0,77	0,78	0,80	0,81
PORCION DE ENSALADA	0,75	0,77	0,78	0,80	0,81
COLA PERSONAL	0,25	0,26	0,26	0,27	0,27
COLA MEDIANA	0,35	0,36	0,36	0,37	0,38
COLA LITRO	0,65	0,66	0,68	0,69	0,70
AGUA	0,25	0,26	0,26	0,27	0,27
AGUA CON GAS	0,25	0,26	0,26	0,27	0,27
TE HELADO	0,38	0,38	0,39	0,40	0,41
SUELDOS	-	-	-	-	-

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente

**Elaborado por:** Grupo Investigador

Los costos totales son una compilación de los costos individuales al año los cuales han sufrido una pequeña inflación debido a la afectación de la crisis por falta de abastecimiento que sufrió el país debido a las manifestaciones indígenas realizadas a mediados de este año, lo cual provocó la muerte de pollos por esta razón su precio en libra tuvo un aumento significativo para los bolsillos de las familias , otro fenómeno han sido las recientes lluvias que han arruinado algunos cultivos

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

de legumbres incrementado su precio, además de los impuestos en bebidas gaseosas hace que estos pequeños incrementos en la oferta de servicio tenga un incremento en los costos anuales.

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	9.056,25	9.528,08	10.030,76	10.565,65	11.134,17
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	10.890,68	11.413,88	11.953,65	12.510,45	13.117,15
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	20.733,75	21.729,83	22.757,45	23.817,49	24.972,52
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	24.862,50	25.879,95	26.928,15	28.007,93	29.120,13
PRONCION PAPAS	2.925,00	3.044,70	3.168,02	3.295,05	3.425,90
PORCION DE ARROZ	2.193,75	2.283,53	2.376,01	2.471,29	2.569,42
PORCION DE ENSALADA	1.761,75	1.824,53	1.889,11	1.955,54	2.023,88
COLA PERSONAL	731,25	761,18	792,00	823,76	856,47
COLA MEDIANA	1.023,75	1.065,65	1.108,81	1.153,27	1.199,06



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

COLA LITRO	1.901,25	1.979,06	2.059,21	2.141,78	2.226,83
AGUA	731,25	761,18	792,00	823,76	856,47
AGUA CON GAS	731,25	761,18	792,00	823,76	856,47
TE HELADO	1.096,88	1.141,76	1.188,01	1.235,64	1.284,71
SUELDOS	13.912,20	15.635,10	16.458,00	17.280,90	18.142,45
<b>TOTAL</b>	<b>92.551,50</b>	<b>97.809,56</b>	<b>102.293,18</b>	<b>106.906,28</b>	<b>111.785,64</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	9.056,25	9.528,08	10.030,76	10.565,65	11.134,17
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	10.890,68	11.413,88	11.953,65	12.510,45	13.117,15
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalada y bebida )	20.733,75	21.729,83	22.757,45	23.817,49	24.972,52
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalada familiar y bebida 1 lt	24.862,50	25.879,95	26.928,15	28.007,93	29.120,13
PRONCION PAPAS	2.925,00	3.044,70	3.168,02	3.295,05	3.425,90
PORCION DE ARROZ	2.193,75	2.283,53	2.376,01	2.471,29	2.569,42
PORCION DE ENSALADA	1.761,75	1.824,53	1.889,11	1.955,54	2.023,88
COLA PERSONAL	731,25	761,18	792,00	823,76	856,47
COLA MEDIANA	1.023,75	1.065,65	1.108,81	1.153,27	1.199,06
COLA LITRO	1.901,25	1.979,06	2.059,21	2.141,78	2.226,83
AGUA	731,25	761,18	792,00	823,76	856,47
AGUA CON GAS	731,25	761,18	792,00	823,76	856,47
TE HELADO	1.096,88	1.141,76	1.188,01	1.235,64	1.284,71
SUELDOS	13.912,20	15.635,10	16.458,00	17.280,90	18.142,45
<b>TOTAL</b>	<b>92.551,50</b>	<b>97.809,56</b>	<b>102.293,18</b>	<b>106.906,28</b>	<b>111.785,64</b>

Fuente: Material didáctico enviado por el docente

Elaborado por: Grupo Investigador

### **Gastos**

Se presenta una estimación de los gastos que incurrirían en el mantenimiento y abastecimiento del local. Los sueldos del personal oscilaran entre los 18.249,60 al año, el alquiler al año cuesta 14,400,00, la limpieza del local cuesta 1.200,00, el

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

servicio básico se paga 4.800,00, y el mantenimiento es de 500,00, en publicidad se paga 2.400,00 y los permisos de funcionamiento es un solo pago de 300 dólares. El pago de los servicios básicos no será constante debido a que en algunos meses se paga un poco más que en otros tal es el caso cuando hay partidos las personas asisten más al local por lo cual el televisor estará encendido más tiempo, cuando es navidad algunas de las decoraciones tienden a consumir más energía,

<i>GASTOS OPERACIONALES</i>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
SUELDOS	18.249,60	20.427,08	21.450,93	22.523,48	23.647,15
ALQUILER	14.400,00	14.976,00	15.575,04	16.198,04	16.845,96
LIMPIEZA	1.200,00	1.248,00	1.297,92	1.349,84	1.403,83
SERVICIOS BÁSICOS	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
MANTENIMIENTO	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93
PUBLICIDAD	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
GASTO SUMINISTROS	1.200,00	1.248,00	1.297,92	1.349,84	1.403,83

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>TOTAL</b>	<b>43.049,60</b>	<b>46.219,08</b>	<b>48.274,61</b>	<b>50.420,11</b>	<b>52.659,65</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
SUELDOS	18.249,60	20.427,08	21.450,93	22.523,48	23.647,15
ALQUILER	14.400,00	14.976,00	15.575,04	16.198,04	16.845,96
LIMPIEZA	1.200,00	1.248,00	1.297,92	1.349,84	1.403,83
SERVICIOS BÁSICOS	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
MANTENIMIENTO	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93
PUBLICIDAD	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
GASTO SUMINISTROS	1.200,00	1.248,00	1.297,92	1.349,84	1.403,83
<b>TOTAL</b>	<b>43.049,60</b>	<b>46.219,08</b>	<b>48.274,61</b>	<b>50.420,11</b>	<b>52.659,65</b>

Fuente: Material didáctico enviado por el docente  
 Elaborado por: Grupo Investigador

### **3.2 Financiamiento de Proyecto**

#### **Préstamo**

El préstamo se lo realizará a la Cooperativa Cámara de Comercio, a una tasa de interés del 14% durante 5 años, con este financiamiento se realizará la apertura de la nueva sucursal de Pollo El Ranchero. En la tabla se observa el cálculo del préstamo, el monto total del interés que se debe cancelar y el número de cuotas necesarias para pagar el crédito, el primer año el interés será de 1.591,66 y los demás años se pagara un porcentaje menor, siendo así que el último año se pagara 244,30 siendo este el último monto de interés generado.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<i>Préstamo</i>	\$12.177,00
<b>Tasa anual</b>	14,00%
<b>Pagos por año</b>	12
<b>Tasa por período</b>	1,17%
<b>Plazo Deuda (años)</b>	5
<b>Cuotas (número)</b>	60
<b>Diviendo</b>	<b>\$283,34</b>
<b>Préstamo</b>	<b>\$12.177,00</b>
<b>Tasa anual</b>	<b>14,00%</b>
<b>Pagos por año</b>	<b>12</b>
<b>Tasa por período</b>	<b>1,17%</b>
<b>Plazo Deuda (años)</b>	<b>5</b>
<b>Cuotas (número)</b>	<b>60</b>
<b>Diviendo</b>	<b>\$283,34</b>

Fuente: Material didáctico enviado por el docente  
 Elaborado por: Grupo Investigador

<i>Periodos anuales</i>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Interés</b>		\$1.591,66	\$1.321,59	\$1.011,19	\$654,43	\$244,39
<b>Capital Pagado</b>		\$1.808,39	\$2.078,46	\$2.388,86	\$2.745,62	\$3.155,66
<b>Dividendos</b>		\$3.400,05	\$3.400,05	\$3.400,05	\$3.400,05	\$3.400,05
<b>Saldo</b>	\$12.177,00	\$10.368,61	\$8.290,14	\$5.901,28	\$3.155,66	\$0,00

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>Periodos anuales</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Interés</b>		\$1.591,66	\$1.321,59	\$1.011,19	\$654,43	\$244,39
<b>Capital Pagado</b>		\$1.808,39	\$2.078,46	\$2.388,86	\$2.745,62	\$3.155,66
<b>Dividendos</b>		\$3.400,05	\$3.400,05	\$3.400,05	\$3.400,05	\$3.400,05
<b>Saldo</b>	\$12.177,00	\$10.368,61	\$8.290,14	\$5.901,28	\$3.155,66	\$0,00

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente

**Elaborado por:** Grupo Investigador

A continuación, se aprecia el estado financiero, en donde se refleja una utilidad rentable para la expansión del restaurante Pollo el Ranchero sucursal Pelileo, el proyecto es viable por ende los ingresos ayudan a cubrir las cuotas del préstamo y a su vez el pago a tiempo de sueldos y salarios de los empleados.

### **3.3 Análisis de los Estados Financieros**

El flujo de caja sirve como un indicador de liquidez de la empresa, se calcula mediante la diferencia entre los cobros y los pagos que efectúan durante un periodo de tiempo determinado. Si la empresa requiere invertir o aumentar los gastos para el restaurante conocer la solvencia que tiene para poder afrontar otros pagos. El flujo de caja en el primer año es 18.277,45 dólares este valor es positivo, lo cual quiere decir que los ingresos son mayores que los egresos. El primer periodo las ventas son de 157.278,60 dólares y los costos son de 92.551,50 dólares, obteniendo ese año una utilidad de 10.195,07 dólares después de impuestos.

**Tabla N° 13 Flujo de Caja**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		157.278,60	164.348,93	171.670,37	179.250,77	187.286,40
- Costo de Ventas		92.551,50	97.809,56	102.293,18	106.906,28	111.785,64
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>64.727,10</b>	<b>66.539,36</b>	<b>69.377,18</b>	<b>72.344,48</b>	<b>75.500,75</b>
- Gastos desembolsables		43.049,60	46.219,08	48.274,61	50.420,11	52.659,65
- Gastos no desembolsables		2.316,67	2.316,67	2.316,67	2.316,67	2.316,67
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>19.360,83</b>	<b>18.003,62</b>	<b>18.785,90</b>	<b>19.607,71</b>	<b>20.524,44</b>
- Gastos financiamiento		1.591,66	1.321,59	1.011,19	654,43	244,39
+/- Ing/Eg. No operacionales						
<b>Utilidad antes de Reparto a Trabajadores</b>		<b>17.769,18</b>	<b>16.682,03</b>	<b>17.774,72</b>	<b>18.953,28</b>	<b>20.280,05</b>
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		2.665,38	2.502,30	2.666,21	2.842,99	3.042,01
<b>Utilidad antes de Impuesto Renta</b>		<b>15.103,80</b>	<b>14.179,73</b>	<b>15.108,51</b>	<b>16.110,29</b>	<b>17.238,04</b>
- 25% Impuesto Renta		3.775,95	3.544,93	3.777,13	4.027,57	4.309,51
<b>Utilidad antes de Reserva Legal</b>		<b>11.327,85</b>	<b>10.634,79</b>	<b>11.331,38</b>	<b>12.082,72</b>	<b>12.928,53</b>
- 10% Reserva Legal		1.132,79	1.063,48	1.133,14	1.208,27	1.292,85
<b>Utilidad del ejercicio</b>		<b>10.195,07</b>	<b>9.571,31</b>	<b>10.198,24</b>	<b>10.874,44</b>	<b>11.635,68</b>
+ Gastos no desembolsables		2.316,67	2.316,67	2.316,67	2.316,67	2.316,67
+ Reserva Legal		1.132,79	1.063,48	1.133,14	1.208,27	1.292,85
+ Deudas no pagadas en el periodo		6.441,33	6.047,24	6.443,34	6.870,56	7.351,52
- Deudas pagadas			- 6.441,33	- 6.047,24	- 6.443,34	- 6.870,56
- Amortización (cap.pagado)		- 1.808,39	- 2.078,46	- 2.388,86	- 2.745,62	- 3.155,66
+ Valor en Libros (si se vende)						

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>Inversión</b>	- 40.590,00					
<b>Préstamo a largo plazo</b>	12.177,00					
<b>Flujo de Caja</b>	<b>- 28.413,00</b>	<b>18.277,45</b>	<b>10.478,91</b>	<b>11.655,29</b>	<b>12.080,99</b>	<b>12.570,49</b>



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
Ventas		157.278,60	164.348,93	171.670,37	179.250,77	187.286,40
- Costo de Ventas		92.551,50	97.809,56	102.293,18	106.906,28	111.785,64
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>64.727,10</b>	<b>66.539,36</b>	<b>69.377,18</b>	<b>72.344,48</b>	<b>75.500,75</b>
- Gastos desembolsables		43.049,60	46.219,08	48.274,61	50.420,11	52.659,65
- Gastos no desembolsables		2.316,67	2.316,67	2.316,67	2.316,67	2.316,67
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>19.360,83</b>	<b>18.003,62</b>	<b>18.785,90</b>	<b>19.607,71</b>	<b>20.524,44</b>
- Gastos financiamiento		1.591,66	1.321,59	1.011,19	654,43	244,39
+/- Ing/Eg. No operacionales						
<b>Utilidad antes de Reparto a Trabajadores</b>		<b>17.769,18</b>	<b>16.682,03</b>	<b>17.774,72</b>	<b>18.953,28</b>	<b>20.280,05</b>
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		2.665,38	2.502,30	2.666,21	2.842,99	3.042,01
<b>Utilidad antes de Impuesto Renta</b>		<b>15.103,80</b>	<b>14.179,73</b>	<b>15.108,51</b>	<b>16.110,29</b>	<b>17.238,04</b>
- 25% Impuesto Renta		3.775,95	3.544,93	3.777,13	4.027,57	4.309,51
<b>Utilidad antes de Reserva Legal</b>		<b>11.327,85</b>	<b>10.634,79</b>	<b>11.331,38</b>	<b>12.082,72</b>	<b>12.928,53</b>
- 10% Reserva Legal		1.132,79	1.063,48	1.133,14	1.208,27	1.292,85
<b>Utilidad del ejercicio</b>		<b>10.195,07</b>	<b>9.571,31</b>	<b>10.198,24</b>	<b>10.874,44</b>	<b>11.635,68</b>
+ Gastos no desembolsables		2.316,67	2.316,67	2.316,67	2.316,67	2.316,67
+ Reserva Legal		1.132,79	1.063,48	1.133,14	1.208,27	1.292,85
+ Deudas no pagadas en el periodo		6.441,33	6.047,24	6.443,34	6.870,56	7.351,52
- Deudas pagadas			- 6.441,33	- 6.047,24	- 6.443,34	- 6.870,56
- Amortización (cap.pagado)		- 1.808,39	- 2.078,46	- 2.388,86	- 2.745,62	- 3.155,66
+ Valor en Libros (si se vende)						
Inversión	- 40.590,00					
Préstamo a largo plazo	12.177,00					
<b>Flujo de Caja</b>	<b>- 28.413,00</b>	<b>18.277,45</b>	<b>10.478,91</b>	<b>11.655,29</b>	<b>12.080,99</b>	<b>12.570,49</b>

Fuente: Material didáctico enviado por el docente  
 Elaborado por: Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

El balance general realizado nos muestra el estado financiero de la actividad económica del restaurante por periodos, este reporte calcula el valor del ejercicio “fondos propios son la resta del dinero de la compañía **pasivo** de todo lo que posee el **activo**. El balance se puede realizar de manera semestral, puede ser en los primeros seis meses del año, o así como los otros seis meses restantes a final de ese periodo. Se observa que los activos del primer año son 56.550,78 dólares y el pasivo es de 16.809,93 dólares de los cuales el capital propio de la empresa es de 28.413,00 dólares.

**Tabla N° 14 Balance General**

		<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
EFFECTIVO	27.000,00	45.277,45	55.756,36	67.411,64	79.492,63	92.063,12
A/F NETOS	13.590,00	11.273,33	8.956,67	6.640,00	4.323,33	2.006,67
<b>ACTIVOS</b>	<b>40.590,00</b>	<b>56.550,78</b>	<b>64.713,02</b>	<b>74.051,64</b>	<b>83.815,97</b>	<b>94.069,79</b>
CTAS.DOC. X PAGAR		6.441,33	6.047,24	6.443,34	6.870,56	7.351,52
PRÉSTAMO BCARIO.	12.177,00	10.368,61	8.290,14	5.901,28	3.155,66	-
<b>PASIVOS</b>	<b>12.177,00</b>	<b>16.809,93</b>	<b>14.337,38</b>	<b>12.344,62</b>	<b>10.026,22</b>	<b>7.351,52</b>
CAPITAL SOCIAL	28.413,00	28.413,00	28.413,00	28.413,00	28.413,00	28.413,00
RESERVA LEGAL		1.132,79	2.196,26	3.329,40	4.537,67	5.830,53
UTILIDADES RETENIDAS		10.195,07	19.766,38	29.964,62	40.839,07	52.474,75
<b>PATRIMONIO</b>	<b>28.413,00</b>	<b>39.740,85</b>	<b>50.375,64</b>	<b>61.707,03</b>	<b>73.789,74</b>	<b>86.718,27</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>40.590,00</b>	<b>56.550,78</b>	<b>64.713,02</b>	<b>74.051,64</b>	<b>83.815,97</b>	<b>94.069,79</b>

EFFECTIVO	27.000,00
-----------	-----------

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

A/F NETOS	13.590,00
<b>ACTIVOS</b>	<b>40.5</b>
CTAS.DOC. X PAGAR	
PRÉSTAMO BCARIO.	12.177,00
<b>PASIVOS</b>	<b>12.1</b>
CAPITAL SOCIAL	28.413,00
RESERVA LEGAL	
UTILIDADES RETENIDAS	
<b>PATRIMONIO</b>	<b>28.4</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>40.5</b>

Fuente: Material didáctico enviado por el docente

Elaborado por: Grupo Investigador

### 3.3 Evaluación del Proyecto

#### INDICADORES ECONOMICOS

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

El **payback** en términos financieros es el tiempo esperado que se requiere para recuperar una inversión original o denominado “costo del activo”, es decir, es la cantidad de periodos que deberán transcurrir para que la acumulación de los flujos de efectivo igualen a la inversión inicial. Como se observa en la tabla, a partir del tercer año se ha recuperado la inversión y a partir del posterior año empieza a generar ganancias para el restaurante libre de deudas, el periodo de **payback** será de 2 años y 11 meses exactamente. A su vez la **Tir** se define como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro o el valor anual de los flujos de efectivo esperados del proyecto a realizarse, es decir en este proceso se debe igualar las entrada y salidas al costo inicial. Como la **TIR** obtenida es de 39,36% quiere decir que el proyecto es aceptable. El **WACC**, es el costo de oportunidad el cual nos permite medir y comprar diferentes tasas para decidir si es o no rentable, en nuestro caso es del 20%.

	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO</b>	-\$ 28.413,00	\$ 18.277,45	\$ 10.478,91	\$ 11.655,29	\$ 12.080,99	\$ 12.570,49
<b>VALOR PRESENTE FLUJO</b>	-\$ 28.413,00	\$ 15.208,71	\$ 7.255,54	\$ 6.715,11	\$ 5.791,75	\$ 5.014,60
<b>PAYBACK</b>	-\$ 28.413,00	-\$ 13.204,29	-\$ 5.948,75	\$ 766,37	\$ 6.558,12	\$ 11.572,72

	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO</b>	-\$ 28.413,00	\$ 18.277,45	\$ 10.478,91	\$ 11.655,29	\$ 12.080,99	\$ 12.570,49
<b>VALOR PRESENTE FLUJO</b>	-\$ 28.413,00	\$ 15.208,71	\$ 7.255,54	\$ 6.715,11	\$ 5.791,75	\$ 5.014,60
<b>PAYBACK</b>	-\$ 28.413,00	-\$ 13.204,29	-\$ 5.948,75	\$ 766,37	\$ 6.558,12	\$ 11.572,72

**Fuente:** Material didáctico enviado por el docente

**Elaborado por:** Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>% Tasa de retorno esperada</b>	25%
<b>% Interes del Banco</b>	14,00%

<b>Impuestos</b>	36,25%
------------------	--------

<b>TIR</b>	<b>39,36%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 11.572,72</b>
<b>PAYBACK</b>	<b>2 años 11 meses</b>

<b>% Aportes Propios</b>	70%
<b>% Aportes otros</b>	30%

<b>WACC</b>	20%
-------------	-----

<b>TIEMPO</b>	<b>VALOR</b>
2	-5.949
<b>n = ?</b>	<b>CERO</b>
3	766

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

% Tasa de retorno esperada	25%
% Interes del Banco	14,00%

% Aportes Propios	70%
% Aportes otros	30%

Impuestos	36,25%
-----------	--------

WACC	20%
------	-----

<b>TIR</b>	<b>39,36%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 11.572,72</b>
<b>PAYBACK</b>	<b>2 años 11 meses</b>

TIEMPO	VALOR
2	-5.949
n = ?	<b>CERO</b>
3	766

1	6.715
n - 2	5.949

n = **2,89**

<b>AÑOS</b>	2
<b>MESES</b>	11

1	6.715
n - 2	5.949

n = **2,89**

<b>AÑOS</b>	2
<b>MESES</b>	11

**Punto de Equilibrio**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Se observa que en los primeros años el punto de equilibrio mantiene una tendencia positiva, se evidencia que en cada periodo las ventas son mayores a los costos y la utilidad generada es efectiva para la expansión del proyecto y el punto de equilibrio es mayor del 70%. De acuerdo a las proyecciones se observa que la diferencia entre las ventas y el costo variable son mayores que los costos fijos dando como resultado un equilibrio significativo, después de los diversos cálculos la utilidad es casi el 12% de las ventas registradas en los 5 periodos.

<i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTO FIJO	\$ 46.957,92	\$ 49.857,33	\$ 51.602,47	\$ 53.391,20	\$ 55.220,70
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 64.727,10	\$ 66.539,36	\$ 69.377,18	\$ 72.344,48	\$ 75.500,75
<b>% Equilibrio</b>	<b>73%</b>	<b>75%</b>	<b>74%</b>	<b>74%</b>	<b>73%</b>
VENTAS	\$ 157.278,60	\$ 164.348,93	\$ 171.670,37	\$ 179.250,77	\$ 187.286,40
COSTOS VARIABLES	\$ 92.551,50	\$ 97.809,56	\$ 102.293,18	\$ 106.906,28	\$ 111.785,64
COSTOS FIJOS	\$ 46.957,92	\$ 49.857,33	\$ 51.602,47	\$ 53.391,20	\$ 55.220,70
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 17.769,18</b>	<b>\$ 16.682,03</b>	<b>\$ 17.774,72</b>	<b>\$ 18.953,28</b>	<b>\$ 20.280,05</b>
<b>VERIFICACIÓN</b>					
VENTAS	\$ 114.101,77	\$ 123.145,14	\$ 127.687,72	\$ 132.289,48	\$ 136.979,92
COSTOS VARIABLES	\$ 67.143,84	\$ 73.287,81	\$ 76.085,25	\$ 78.898,28	\$ 81.759,21
COSTOS FIJOS	\$ 46.957,92	\$ 49.857,33	\$ 51.602,47	\$ 53.391,20	\$ 55.220,70
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTO FIJO	\$ 46.957,92	\$ 49.857,33	\$ 51.602,47	\$ 53.391,20	\$ 55.220,70
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 64.727,10	\$ 66.539,36	\$ 69.377,18	\$ 72.344,48	\$ 75.500,75
<b>% Equilibrio</b>	<b>73%</b>	<b>75%</b>	<b>74%</b>	<b>74%</b>	<b>73%</b>
VENTAS	\$ 157.278,60	\$ 164.348,93	\$ 171.670,37	\$ 179.250,77	\$ 187.286,40
COSTOS VARIABLES	\$ 92.551,50	\$ 97.809,56	\$ 102.293,18	\$ 106.906,28	\$ 111.785,64
COSTOS FIJOS	\$ 46.957,92	\$ 49.857,33	\$ 51.602,47	\$ 53.391,20	\$ 55.220,70
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 17.769,18</b>	<b>\$ 16.682,03</b>	<b>\$ 17.774,72</b>	<b>\$ 18.953,28</b>	<b>\$ 20.280,05</b>
<b>VERIFICACIÓN</b>					
VENTAS	\$ 114.101,77	\$ 123.145,14	\$ 127.687,72	\$ 132.289,48	\$ 136.979,92
COSTOS VARIABLES	\$ 67.143,84	\$ 73.287,81	\$ 76.085,25	\$ 78.898,28	\$ 81.759,21
COSTOS FIJOS	\$ 46.957,92	\$ 49.857,33	\$ 51.602,47	\$ 53.391,20	\$ 55.220,70
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

Fuente: Material didáctico enviado por el docente

Elaborado por: Grupo Investigador



## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

### 3.4 Ratios

El primer indicador de los ratios es la **razón corriente**, la cual nos muestra que proporción de las deudas a corto plazo son por el activo, cuya conversión en dinero concierne al vencimiento de las deudas, como se observa en tabla calculamos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente obteniendo como resultado 7,03 dólares para el primer periodo. Para obtener el capital de trabajo hay que restar el pasivo corriente del activo corriente, en este caso la cifra \$ 38.836,12 es positiva es decir este valor se utiliza para medir el perfil de riesgo financiero. Las ventas del local cubren las deudas y a su vez queda una rentabilidad o utilidad buena, cabe mencionar que la venta de comida rápida es rentable y por ende las ganancias ayudan a crecer al local en su nueva sucursal. La rotación del activo total del es de 278% en el primer año, es decir el restaurante tendrá una productividad mayor cada año, lo cual nos permitirá tener una mayor rentabilidad. El leverage es un indicador financiero o también denominado apalancamiento financiero el cual mide el grado de rentabilidad y a su vez el riesgo considerando algunas variaciones el primer año se tiene un leverage de 42%. El indicador de endeudamiento es de 30% el cual nos indica que el restaurante está en la capacidad de crédito que va desde el 30% y 40% de los ingresos netos. La cobertura de pasivo financiero es de 7% lo cual nos indica que la empresa está en capacidad de cubrir el costo financiero de los pasivos es decir asumir el pago de intereses y el pago de deudas contraídas, para el último periodo las deudas serán nulas. La cobertura de gasto financiero mide el grado en el cual pueden disminuir los beneficios sin producir dificultades para pagar el interés anual, el ratio en el primer año será de 1216%. El margen bruto representa la cifra porcentual de los ingresos que la empresa puede mantener como beneficio, en el primer año este porcentaje es el 41% y los demás años será del 40%. El margen operacional muestra una rentabilidad del 12% en el año 1, lo cual nos indica que el negocio es lucrativo.

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

El margen bruto es del 6% anualmente, este indicador mide todos los intereses producidos y cobrados por préstamos en inversiones menos el costo de los fondos. El ROA es del 18%, este ratio muestra una relación entre el beneficio obtenido por el restaurante en un determinado periodo de tiempo y los activos totales. El ROE o llamado retorno del capital empelado, en el año 1 este indicador es del 26% lo cual nos indica una rentabilidad del negocio, este indicador lo calculamos dividiendo entre el beneficio neto y la cifra de fondos propis.

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>	<b>FÓRMULA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
RAZÓN CORRIENTE	ACT. C. / PAS. C.	\$ 7,03	\$ 9,22	\$ 10,46	\$ 11,57	\$ 12,52
CAPITAL DE TRABAJO	ACT. C - PAS. C.	\$ 38.836,12	\$ 49.709,12	\$ 60.968,31	\$ 72.622,07	\$ 84.711,61
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	VENTAS/ ACTIVOS	278%	254%	232%	214%	199%
ENDEUDAMIENTO	PASIVOS /ACTIVOS	30%	22%	17%	12%	8%
LEVERAGE TOTAL	PASIVO/ PATRIMONIO	42%	28%	20%	14%	8%
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	PAS. FIN. / VENTAS	7%	5%	3%	2%	0%
COBERTURA GASTO FINANCIERO	UT. OP. / GTO. FIN.	1216%	1362%	1858%	2996%	8398%
MARGEN BRUTO	UT. BR/ VENTAS	41%	40%	40%	40%	40%
MARGEN OPERATIVO	UT. OP. /VENTAS	12%	11%	11%	11%	11%
MARGEN NETO	UT. NE. /VENTAS	6%	6%	6%	6%	6%
ROA	UT NE/ ACTIVOS	18%	15%	14%	13%	12%
ROE	UT NE. /PATRIMONIO	26%	19%	17%	15%	13%

Fuente: Material didáctico enviado por el docente

Elaborado por: Grupo Investigador

# **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

El restaurante aplicara estrategias para su expansión en función a las necesidades del consumidor en la ciudad de Pelileo. En tal sentido, el restaurante planteara tales estrategias cuando los ejecutivos toman decisiones sobre si su fuente de ventaja competitiva se basa en el precio o la diferenciación y si su alcance de operaciones apunta a un mercado amplio o limitado.

El restaurante optara por emitir publicidad digital para captar a clientes potenciales como son los jóvenes, familias y adultos, se lanzara la publicidad vía redes sociales en donde se deje conocer el menú, promociones y precios.

Pollo el Ranchero aplicará estrategias de mejora de calidad en cuento al servicio y la calidad del producto, mediante la aplicación de las siguientes estrategias, capacitar a los empleados fomentar la comunicación efectiva, garantizar tiempos de espera precisos, atender las quejas y preocupaciones de los clientes y mantener una higiene y limpieza adecuada en su restaurante.

### **RECOMENDACIONES**

Se recomienda al restaurante no dejar a un lado el plan de acción e implementarlo para cumplir con los objetivos propuestos, además de medir a través de los indicadores como encuestas, número de comensales para abastecerse de insumos.

La marca deberá cubrir toda la zona de Pelileo sin demoras en la entrega del producto, por lo cual deberá contar con un personal de distribución que conozca el sector y sea responsable con las entregas a domicilio.

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

Se recomienda al restaurante seguir implementando nuevas estrategias de marketing, promociones que capten la atención del consumidor, tener un seguimiento del plan financiero, no exceder con gastos innecesarios y sobre todo el personal debe mantenerse atento a las necesidades de las personas.

### BIBLIOGRAFIA

#### Bibliografía

Arzadun, P. (2013). *Competencia perfecta y la curva de la oferta*. Costa Rica. Obtenido de [https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/11346/competencia\\_perfecta\\_micro\\_cap12.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/11346/competencia_perfecta_micro_cap12.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

avila, c. (23 de julio de 2020). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10042/1/UPS-GT001048.pdf>. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10042/1/UPS-GT001048.pdf>: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10042/1/UPS-GT001048.pdf>

CEPAL. (2020). Análisis de crecimiento empresarial. *CEPAL*.

Chiavenato, I. (2011). Capacitación y desarrollo del personal. En I. Chiavenato, *Administración de Recursos Humanos* (Novena Edición ed., págs. 321-330). Mexico: McGraw-Hill.

CONDUCEF. (2013). Comisión Nacional para la protección y defensa de los usuarios de servicios financieros. *BUPA*.

Eduardo Barg. (s.f.). *Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria*. Buenos Aires.

Ferrer, C. E. (2019). *LA PERFECTA COMPETENCIA IMPERFECTA*.

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

KRAJEWSKI RTIZMAN, &. (2008). *Administración de Empresas* . CIFE.

Lumpkin, D. y. (2016). *Moreno Castro, T.F(2016)/ Emprendimiento y Plan de negocio*. Chile RIL.

MERCED, J. R. (2015). *LA ESTRUCTURA DE MERCADO OLIGOPOLICA*. Toluca.

Mint HR. (s.f.). Obtenido de <https://minthr.com/es/glossary/estrategia-de-personal/>

Quaranta, N. (2020). *Planes de Negocio*. Universidad Adventista de la Plata.

Rodriguez, C. (2013). *Competencia Imperfecta*. Argentina: Facultad de Ciencias Económicas San Francisco de la Universidad Católica.

Sordo, A. I. (s.f.). Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-producto>

titular.com. (22 de Marzo de 2018). *titular.com*. Obtenido de <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing>

avila, c. (23 de julio de 2020). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10042/1/UPS-GT001048.pdf>. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10042/1/UPS-GT001048.pdf>: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10042/1/UPS-GT001048.pdf>

CEPAL. (2020). Análisis de crecimiento empresarial. *CEPAL*.

CONDUCEF. (2013). Comisión Nacional para la protección y defensa de los usuarios de servicios financieros. *BUPA*.

**Geovana Patricia Vargas Aldas y Joshua Israel Ibarra Ortega**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL  
RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA  
CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

- KRAJEWSKI RTIZMAN, &. (2008). *Administración de Empresas* . CIFE.
- Lumpkin, D. y. (2016). *Moreno Castro, T.F(2016)/ Emprendimiento y Plan de negocio*. Chile RIL.
- Mint HR. (s.f.). Obtenido de <https://minthr.com/es/glossary/estrategia-de-personal/>
- Quaranta, N. (2020). *Planes de Negocio*. Universidad Adventista de la Plata.
- Sordo, A. I. (s.f.). Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-producto>
- titular.com. (22 de Marzo de 2018). *titular.com*. Obtenido de <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing>
- Acosta, A. L. (2017). *Canales de distribución*. Fondo editorial Areandino. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42339/1/T38702.pdf>
- Arroba, E. (2013). *Estrategias de Expansión y su incidencia en la competitividad de la empresa “Squim Cia Ltda” de la Ciudad de Ambato* [Universidad Técnica de Ambato]. [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5757/1/77 MKT.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5757/1/77_MKT.pdf)
- Ayra, N. (2016). *“Benchmarking Y La Calidad De Servicio De Los Restaurantes En La Ciudad De Huánuco-2016”* [Universidad de Huanuco]. [http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/139/TO47\\_47481829T.PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/139/TO47_47481829T.PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Barragán, J., & Basemat, T. (2020). Conocer el comportamiento del consumidor es un punto inicial para el éxito del marketing dentro de la organización. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 15(1), 169–177. [http://www.spentamexico.org/v15-n1/A11.15\(1\)169-177.pdf](http://www.spentamexico.org/v15-n1/A11.15(1)169-177.pdf)

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

Barrio, J. (2015). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España* (Issue 40) [Universidad Complutense de Madrid]. <https://doi.org/10.7238/c.n40.1504>

Barrios, E. V. (2010). Estrategias de expansión y modos de gestión en Empresas Públicas de Medellín , EPM. *Estudios Políticos*, 36, 141–165.

Becerra, V., & Breijo, T. (2017). Mirada histórica al proceso de capacitación en el mundo. *MENDIVE*, 15(1), 57–64.

Bermúdez, L. (2015). Capacitación: Una herramienta de fortalecimiento de PYEMS. *InterSedes: Revista de Las Sedes Regionales*, 16(33), 1–15.

Bichler, B. F., Pikkemaat, B., & Peters, M. (2020). Exploring the role of service quality, atmosphere and food for revisits in restaurants by using a e-mystery guest approach. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(3), 351–369. <https://doi.org/10.1108/JHTI-04-2020-0048>

Cañete Garcia, A. L. (2020). *Análisis de las estrategias del marketing mix de los almacenes comerciales de artículos de fiesta y su influencia en el comportamiento de compra de los consumidores del sector norte de la ciudad de Guayaquil* [Universidad Politécnica Salesiana]. [http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3562/ADMINISTRACION - Rocio Arelí Acosta Rojas .pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3562/ADMINISTRACION-RocioArel%C3%ADAcostaRojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Carrillo, Y. (2012). *Capacitación*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Castañeda, M., Hernández, L., & Ramos, J. (2016). Una práctica innovadora en la capacitación empresarial. *Revista Cubana de Educación Superior*, 35(3), 4–14.

Chiavenato, I. (2007). *Administración de personal, el capital humano de las organizaciones*. Mc Graw-Hill.

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

Crespo, J. (2009). *Plan estrategico de marketing para la comercialización de jugo de cada de azúcar* [Universidad Politecnica Salesina Sede Guayaquil]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2908/7/UPS-GT000090.pdf>

Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

Djelic, M. (2018). *Managerial competencies for organizational flexibility: the luxury goods industry between tradition* (pp. 1–28). SPIRE - Sciences Po Institutional Repository. <https://core.ac.uk/reader/153145480>

Eloise, S., & Pascale, S. (2009). *O Plano de Negócio da Empresa de Alimentação e Entretenimento San Santile Sob a Perspectiva do Empreendedorismo* [Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)]. <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18192/000713721.pdf?1>

Espinel, B., Monterrosa, I., & Espinosa, A. (2019). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor de los negocios al detal y supermercados en el Caribe colombiano. *Revista Lasallista de Investigación*, 16(2), 4–27. <https://doi.org/10.22507/rli.v16n2a1>

Fernández, V. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 11(11), 64–78. <http://revistas.bnjm.cu/index.php/anales/article/view/3387/3144>

Figueroa, M., Toala, S., & Quiñonez, M. (2020). El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes. *Polo Del Conocimiento*, 5(12), 309–324. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i12.2050>

García, J. (2011). EL PROCESO DE CAPACITACIÓN, SUS ETAPAS E IMPLEMENTACIÓN PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DEL RECURSO HUMANO EN LAS ORGANIZACION. *RePEc*, 1–18.

**Geovana Patricia Vargas Aldas y Joshua Israel Ibarra Ortega**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL  
RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA  
CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

Godás, L. (2006). La distribución. *OFFARM*, 25, 116–119.  
<https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-pdf-13095510>

Hanso, B. (2018). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PIZZA HUT SUDIRMAN PEKANBARU. *Jurnal Valuta*, 4(1), 1–23.  
<https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/2532/1442>

Jung, H. (2019). Starbucks in the World. *HORA*, 10(3), 99–110.  
<https://doi.org/10.2478/hjbpa>

Kanyan, A., Ngana, L., & Voon, B. H. (2016). Improving the Service Operations of Fast-food Restaurants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 190–198.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.439>

Labrador, O., Bustio, A., Reyes, J., & Cionza, E. (2019). Gestión de la capacitación y capacitación para una mejor gestión en el contexto socioeconómico cubano. *Coperativismo y Desarrollo*, 64.73.

López, M. (2018). *Las estrategias comerciales y su incidencia en las ventas de la empresa textil “Creaciones Amiguitos”* [Universidad Nacional de Chimborazo].  
<https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539>  
<https://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029>  
[http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda Pangolin National Conservation Strategy and Action Plan %28LoRes%29.pdf](http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda_Pangolin_National_Conservation_Strategy_and_Action_Plan%28LoRes%29.pdf)  
<https://doi.org/10.1016/j.foreco.2018>

Maldonado, I., Altamirano, J. R., Muñoz, M., & Santoyo, V. (2020). Estrategias de expansión y diferenciación en modelos de negocio de grandes empresas agroalimentarias. *Revista Global de Negocios*, 8(1), 55–72. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3694021](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3694021)

Martínez, M. (2015). *Antecedentes históricos de la capacitación*.

Mejía, M. (2017). Integración, gestión y capacitación del recurso humano en las MIPYMES turísticas en la ciudad de Guanajuato. *El Periplo Sustentable*, 32, 1–18.

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

Mirabal, A. (2017). La capacitación crosscultural como fuente de ventaja competitiva. *Forum Empresarial*, 22(2), 31–57.

Mitnik, F., & Coria, A. (2012). *Una perspectiva histórica de la capacitación laboral*.

Mondy, R., & Noe, R. (2005a). *Administración de los recursos Humanos*. Pearson Educación.

Mondy, R., & Noe, R. (2005b). *Administración de los Recursos Humanos*. Prentice Hall.

Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Investigación en estrategia de marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29.

Parra, C., & Rodríguez, F. (2016). La capacitación y su efecto en la calidad dentro de las organizaciones. *Investigacion, Derrallo e Innovacion*, 6.

Rodríguez, J. (2020). Acciones necesarias para mejorar la relación causa-efecto entre la inversión en prácticas de gestión de recursos humanos y la motivación en la empresa. *Información Tecnológica*, 31(2), 207–220. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20511/pyr2016>

Ruiz, J. (2011). *Historia de la capacitación en México*. Scribd.

Salgado, M., Gómez, O., & Juan, D. (2017). Niveles para la capacitación en una organización. *Ingeniería Industrial*, 2, 154–160.

Samal, S. (2019). Logistics and supply chain management. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 23(6), 361–366. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V23I6/PR190779>

Santamaría, E., & Oviedo, A. (2016). Efectos de la aversión al riesgo de estrategias de expansión sobre la participación de mercado. *Sotavento M.B.A*, 28, 64–73. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6505530>

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

Siliceo, A. (2004). *Capacitación y Desarrollo del Personal*. Limusa Noriega Editores.

Siliceo, Alfonso. (2007). *Capacitación y desarrollo de personal* (4th ed.). Limusa.

Skrypnik, A. (2020). *Business Plan for a Healthy Food Restaurant in Lappeenranta* [LAB University of Applied Sciences]. [https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=3560767241&view=att&th=13f1a7b08d1bb4e0&attid=0.1.0&disp=inline&safe=1&zw&saduie=AG9B\\_P89a5\\_i8KbocUGlcWzn2lew&sadet=1370803687773&sads=eebD95G7nGcutwJNCOQlyHTufk](https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=3560767241&view=att&th=13f1a7b08d1bb4e0&attid=0.1.0&disp=inline&safe=1&zw&saduie=AG9B_P89a5_i8KbocUGlcWzn2lew&sadet=1370803687773&sads=eebD95G7nGcutwJNCOQlyHTufk)

Soares, M., Leal, L., Rodrigues, Z., De Souza, F., Pedreschi, L., & Henriques, S. (2019). Aprendizaje colaborativo mediante estudio de caso y juego de roles en el curso análisis de las finanzas de la escuela de administración de negocios en la universidad de costa rica. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 27, 1–8. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1590/1518-8345.3173.3184>

Souza, A., & Meirelles, M. (2007). *Plano de Negócios para abertura de um restaurante* [Universidade DO Vale Do Itajaí]. [http://siaibib01.univali.br/pdf/Andrea Souza Mello Meirelles.pdf](http://siaibib01.univali.br/pdf/Andrea%20Souza%20Mello%20Meirelles.pdf)

Tejeda, M. (2015). Taller de Capacitación. Antecedentes históricos de la Capacitación. *Pedagogía*.

Trabajo, C. de. (2005). *Código de Trabajo*. Lexis.

Valencia, W. A., & Pinto, E. P. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80–84. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>

Vargas, A. (2011). *Entrenamiento, capacitación y desarrollo de los RRHH Humanos*.

Vargas, J., Chiroque, E., & Vega, M. (2016). Innovación en la docencia universitaria. Una propuesta de trabajo interdisciplinario y

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL  
RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA  
CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

colaborativo en educación superior. *Educación*, 25(48), 67–83.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18800/educacion.201601.004>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

**ANEXOS**

**VENTAS**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.200,00	1.256,25	1.312,50	1.368,75	1.425,00	1.481,25
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	1.197,60	1.309,88	1.422,15	1.534,43	1.646,70	1.758,98
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	2.280,00	2.493,75	2.707,50	2.921,25	3.135,00	3.348,75
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	2.040,00	2.422,50	2.805,00	3.187,50	3.570,00	3.952,50
PRONCION PAPAS	240,00	285,00	330,00	375,00	420,00	465,00
PORCION DE ARROZ	180,00	213,75	247,50	281,25	315,00	348,75
PORCION DE ENSALADA	108,00	141,75	175,50	209,25	243,00	276,75
COLA PERSONAL	60,00	71,25	82,50	93,75	105,00	116,25
COLA MEDIANA	84,00	99,75	115,50	131,25	147,00	162,75
COLA LITRO	156,00	185,25	214,50	243,75	273,00	302,25
AGUA	60,00	71,25	82,50	93,75	105,00	116,25

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

AGUA CON GAS	60,00	71,25	82,50	93,75	105,00	116,25							
TE HELADO	90,00	106,88	123,75	140,63	157,50	174,38							
<b>TOTAL</b>	<b>7.755,60</b>	<b>8.728,50</b>	<b>9.701,40</b>	<b>10.674,30</b>	<b>11.647,20</b>	<b>12.620,10</b>							
<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.200,00	1.256,25	1.312,50	1.368,75	1.425,00	1.481,25	1.537,50	1.593,75	1.650,00	1.706,25	1.762,50	1.818,75	18.112,50
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	1.197,60	1.309,88	1.422,15	1.534,43	1.646,70	1.758,98	1.871,25	1.983,53	2.095,80	2.208,08	2.320,35	2.432,63	21.781,35
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	2.280,00	2.493,75	2.707,50	2.921,25	3.135,00	3.348,75	3.562,50	3.776,25	3.990,00	4.203,75	4.417,50	4.631,25	41.467,50
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida )	2.040,00	2.422,50	2.805,00	3.187,50	3.570,00	3.952,50	4.335,00	4.717,50	5.100,00	5.482,50	5.865,00	6.247,50	49.725,00
PRONCION PAPAS	240,00	285,00	330,00	375,00	420,00	465,00	510,00	555,00	600,00	645,00	690,00	735,00	5.850,00
PORCION DE ARROZ	180,00	213,75	247,50	281,25	315,00	348,75	382,50	416,25	450,00	483,75	517,50	551,25	4.387,50
PORCION DE ENSALADA	108,00	141,75	175,50	209,25	243,00	276,75	310,50	344,25	378,00	411,75	445,50	479,25	3.523,50
COLA PERSONAL	60,00	71,25	82,50	93,75	105,00	116,25	127,50	138,75	150,00	161,25	172,50	183,75	1.462,50
COLA MEDIANA	84,00	99,75	115,50	131,25	147,00	162,75	178,50	194,25	210,00	225,75	241,50	257,25	2.047,50
COLA LITRO	156,00	185,25	214,50	243,75	273,00	302,25	331,50	360,75	390,00	419,25	448,50	477,75	3.802,50
AGUA	60,00	71,25	82,50	93,75	105,00	116,25	127,50	138,75	150,00	161,25	172,50	183,75	1.462,50
AGUA CON GAS	60,00	71,25	82,50	93,75	105,00	116,25	127,50	138,75	150,00	161,25	172,50	183,75	1.462,50
TE HELADO	90,00	106,88	123,75	140,63	157,50	174,38	191,25	208,13	225,00	241,88	258,75	275,63	2.193,75
<b>TOTAL</b>	<b>7.755,60</b>	<b>8.728,50</b>	<b>9.701,40</b>	<b>10.674,30</b>	<b>11.647,20</b>	<b>12.620,10</b>	<b>13.593,00</b>	<b>14.565,90</b>	<b>15.538,80</b>	<b>16.511,70</b>	<b>17.484,60</b>	<b>18.457,50</b>	<b>157.278,60</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.272,45	1.329,83	1.387,20	1.444,58	1.501,95	1.559,33
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	1.272,45	1.386,97	1.501,49	1.616,01	1.730,53	1.845,05
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	2.422,50	2.640,53	2.858,55	3.076,58	3.294,60	3.512,63
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	2.167,50	2.557,65	2.947,80	3.337,95	3.728,10	4.118,25

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

PRONCION PAPAS	255,00	300,90	346,80	392,70	438,60	484,50
PORCION DE ARROZ	191,25	225,68	260,10	294,53	328,95	363,38
PORCION DE ENSALADA	114,75	149,18	183,60	218,03	252,45	286,88
COLA PERSONAL	63,75	75,23	86,70	98,18	109,65	121,13
COLA MEDIANA	89,25	105,32	121,38	137,45	153,51	169,58
COLA LITRO	165,75	195,59	225,42	255,26	285,09	314,93
AGUA	63,75	75,23	86,70	98,18	109,65	121,13
AGUA CON GAS	63,75	75,23	86,70	98,18	109,65	121,13
TE HELADO	95,63	112,84	130,05	147,26	164,48	181,69
<b>TOTAL</b>	<b>8.237,78</b>	<b>9.230,13</b>	<b>10.222,49</b>	<b>11.214,85</b>	<b>12.207,21</b>	<b>13.199,57</b>

**Anexo N° 1 Oferta de Productos Año 2**

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.272,45	1.329,83	1.387,20	1.444,58	1.501,95	1.559,33	1.616,70	1.674,08	1.731,45	1.788,83	1.846,20	1.903,58	19.056,15
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.272,45	1.386,97	1.501,49	1.616,01	1.730,53	1.845,05	1.959,57	2.074,09	2.188,61	2.303,13	2.417,66	2.532,18	22.827,75
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalada y bebida )	2.422,50	2.640,53	2.858,55	3.076,58	3.294,60	3.512,63	3.730,65	3.948,68	4.166,70	4.384,73	4.602,75	4.820,78	43.459,65
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalada familiar y bebida)	2.167,50	2.557,65	2.947,80	3.337,95	3.728,10	4.118,25	4.508,40	4.898,55	5.288,70	5.678,85	6.069,00	6.459,15	51.759,90
PRONCION PAPAS	255,00	300,90	346,80	392,70	438,60	484,50	530,40	576,30	622,20	668,10	714,00	759,90	6.089,40
PORCION DE ARROZ	191,25	225,68	260,10	294,53	328,95	363,38	397,80	432,23	466,65	501,08	535,50	569,93	4.567,05
PORCION DE ENSALADA	114,75	149,18	183,60	218,03	252,45	286,88	321,30	355,73	390,15	424,58	459,00	493,43	3.649,05
COLA PERSONAL	63,75	75,23	86,70	98,18	109,65	121,13	132,60	144,08	155,55	167,03	178,50	189,98	1.522,35
COLA MEDIANA	89,25	105,32	121,38	137,45	153,51	169,58	185,64	201,71	217,77	233,84	249,90	265,97	2.131,29
COLA LITRO	165,75	195,59	225,42	255,26	285,09	314,93	344,76	374,60	404,43	434,27	464,10	493,94	3.958,11
AGUA	63,75	75,23	86,70	98,18	109,65	121,13	132,60	144,08	155,55	167,03	178,50	189,98	1.522,35
AGUA CON GAS	63,75	75,23	86,70	98,18	109,65	121,13	132,60	144,08	155,55	167,03	178,50	189,98	1.522,35
TE HELADO	95,63	112,84	130,05	147,26	164,48	181,69	198,90	216,11	233,33	250,54	267,75	284,96	2.283,53
<b>TOTAL</b>	<b>8.237,78</b>	<b>9.230,13</b>	<b>10.222,49</b>	<b>11.214,85</b>	<b>12.207,21</b>	<b>13.199,57</b>	<b>14.191,92</b>	<b>15.184,28</b>	<b>16.176,64</b>	<b>17.169,00</b>	<b>18.161,36</b>	<b>19.153,71</b>	<b>164.348,93</b>

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
1.616,70	1.674,08	1.731,45	1.788,83	1.846,20	1.903,58	19.056,15
1.959,57	2.074,09	2.188,61	2.303,13	2.417,66	2.532,18	22.827,75
3.730,65	3.948,68	4.166,70	4.384,73	4.602,75	4.820,78	43.459,65
4.508,40	4.898,55	5.288,70	5.678,85	6.069,00	6.459,15	51.759,90
530,40	576,30	622,20	668,10	714,00	759,90	6.089,40
397,80	432,23	466,65	501,08	535,50	569,93	4.567,05
321,30	355,73	390,15	424,58	459,00	493,43	3.649,05



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

132,60	144,08	155,55	167,03	178,50	189,98	1.522,35
185,64	201,71	217,77	233,84	249,90	265,97	2.131,29
344,76	374,60	404,43	434,27	464,10	493,94	3.958,11
132,60	144,08	155,55	167,03	178,50	189,98	1.522,35
132,60	144,08	155,55	167,03	178,50	189,98	1.522,35
198,90	216,11	233,33	250,54	267,75	284,96	2.283,53
<b>14.191,92</b>	<b>15.184,28</b>	<b>16.176,64</b>	<b>17.169,00</b>	<b>18.161,36</b>	<b>19.153,71</b>	<b>164.348,93</b>

**Fuente:** Recopilación de la información del establecimiento

**Elaborado por:** Grupo Investigador

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.349,92	1.408,44	1.466,96	1.525,49	1.584,01	1.642,53
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	1.349,81	1.466,63	1.583,44	1.700,25	1.817,06	1.933,87
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	2.569,79	2.792,17	3.014,56	3.236,94	3.459,33	3.681,72
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	2.299,28	2.697,24	3.095,19	3.493,14	3.891,10	4.289,05

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

PRONCION PAPAS	270,50	317,32	364,14	410,96	457,78	504,59							
PORCION DE ARROZ	202,88	237,99	273,11	308,22	343,33	378,45							
PORCION DE ENSALADA	121,73	156,84	191,95	227,07	262,18	297,29							
COLA PERSONAL	67,63	79,33	91,04	102,74	114,44	126,15							
COLA MEDIANA	94,68	111,06	127,45	143,84	160,22	176,61							
COLA LITRO	175,83	206,26	236,69	267,12	297,55	327,99							
AGUA	67,63	79,33	91,04	102,74	114,44	126,15							
AGUA CON GAS	67,63	79,33	91,04	102,74	114,44	126,15							
TE HELADO	101,44	119,00	136,55	154,11	171,67	189,22							
<b>TOTAL</b>	<b>8.738,74</b>	<b>9.750,94</b>	<b>10.763,15</b>	<b>11.775,35</b>	<b>12.787,56</b>	<b>13.799,76</b>							
<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.349,92	1.408,44	1.466,96	1.525,49	1.584,01	1.642,53	1.701,05	1.759,58	1.818,10	1.876,62	1.935,14	1.993,67	20.061,51
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.349,81	1.466,63	1.583,44	1.700,25	1.817,06	1.933,87	2.050,68	2.167,49	2.284,30	2.401,11	2.517,92	2.634,73	23.907,30
COMBO 3 (1/2 pollo + papas, ensalada y bebida)	2.569,79	2.792,17	3.014,56	3.236,94	3.459,33	3.681,72	3.904,10	4.126,49	4.348,87	4.571,26	4.793,64	5.016,03	45.514,90
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalada familiar y bebida)	2.299,28	2.697,24	3.095,19	3.493,14	3.891,10	4.289,05	4.687,00	5.084,96	5.482,91	5.880,86	6.278,81	6.676,77	53.856,31
PRONCION PAPAS	270,50	317,32	364,14	410,96	457,78	504,59	551,41	598,23	645,05	691,87	738,68	785,50	6.336,04
PORCION DE ARROZ	202,88	237,99	273,11	308,22	343,33	378,45	413,56	448,67	483,79	518,90	554,01	589,13	4.752,03
PORCION DE ENSALADA	121,73	156,84	191,95	227,07	262,18	297,29	332,41	367,52	402,63	437,75	472,86	507,98	3.778,21
COLA PERSONAL	67,63	79,33	91,04	102,74	114,44	126,15	137,85	149,56	161,26	172,97	184,67	196,38	1.584,01
COLA MEDIANA	94,68	111,06	127,45	143,84	160,22	176,61	192,99	209,38	225,77	242,15	258,54	274,93	2.217,61
COLA LITRO	175,83	206,26	236,69	267,12	297,55	327,99	358,42	388,85	419,28	449,71	480,14	510,58	4.118,42
AGUA	67,63	79,33	91,04	102,74	114,44	126,15	137,85	149,56	161,26	172,97	184,67	196,38	1.584,01
AGUA CON GAS	67,63	79,33	91,04	102,74	114,44	126,15	137,85	149,56	161,26	172,97	184,67	196,38	1.584,01
TE HELADO	101,44	119,00	136,55	154,11	171,67	189,22	206,78	224,34	241,89	259,45	277,01	294,56	2.376,01
<b>TOTAL</b>	<b>8.738,74</b>	<b>9.750,94</b>	<b>10.763,15</b>	<b>11.775,35</b>	<b>12.787,56</b>	<b>13.799,76</b>	<b>14.811,97</b>	<b>15.824,17</b>	<b>16.836,38</b>	<b>17.848,58</b>	<b>18.860,79</b>	<b>19.872,99</b>	<b>171.670,37</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>
1.701,05	1.759,58	1.818,10	1.876,62	1.935,14	1.993,67	20.061,51
2.050,68	2.167,49	2.284,30	2.401,11	2.517,92	2.634,73	23.907,30
3.904,10	4.126,49	4.348,87	4.571,26	4.793,64	5.016,03	45.514,90
4.687,00	5.084,96	5.482,91	5.880,86	6.278,81	6.676,77	53.856,31
551,41	598,23	645,05	691,87	738,68	785,50	6.336,04
413,56	448,67	483,79	518,90	554,01	589,13	4.752,03
332,41	367,52	402,63	437,75	472,86	507,98	3.778,21
137,85	149,56	161,26	172,97	184,67	196,38	1.584,01
192,99	209,38	225,77	242,15	258,54	274,93	2.217,61
358,42	388,85	419,28	449,71	480,14	510,58	4.118,42
137,85	149,56	161,26	172,97	184,67	196,38	1.584,01
137,85	149,56	161,26	172,97	184,67	196,38	1.584,01

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

206,78	224,34	241,89	259,45	277,01	294,56	2.376,01
<b>14.811,97</b>	<b>15.824,17</b>	<b>16.836,38</b>	<b>17.848,58</b>	<b>18.860,79</b>	<b>19.872,99</b>	<b>171.670,37</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.432,63	1.492,32	1.552,02	1.611,71	1.671,40	1.731,10
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	1.429,77	1.548,91	1.668,06	1.787,21	1.906,35	2.025,50
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	2.722,00	2.948,83	3.175,66	3.402,50	3.629,33	3.856,16
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	2.435,47	2.841,38	3.247,30	3.653,21	4.059,12	4.465,03
PRONCION PAPAS	286,53	334,28	382,03	429,79	477,54	525,30
PORCION DE ARROZ	214,89	250,71	286,53	322,34	358,16	393,97
PORCION DE ENSALADA	128,94	164,75	200,57	236,38	272,20	308,02
COLA PERSONAL	71,63	83,57	95,51	107,45	119,39	131,32

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

COLA MEDIANA	100,28	117,00	133,71	150,43	167,14	183,85							
COLA LITRO	186,24	217,28	248,32	279,36	310,40	341,44							
AGUA	71,63	83,57	95,51	107,45	119,39	131,32							
AGUA CON GAS	71,63	83,57	95,51	107,45	119,39	131,32							
TE HELADO	107,45	125,36	143,26	161,17	179,08	196,99							
<b>TOTAL</b>	<b>9.259,09</b>	<b>10.291,54</b>	<b>11.323,99</b>	<b>12.356,44</b>	<b>13.388,89</b>	<b>14.421,34</b>							
<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalda y bebida)	1.432,63	1.492,32	1.552,02	1.611,71	1.671,40	1.731,10	1.790,79	1.850,48	1.910,17	1.969,87	2.029,56	2.089,25	21.131,30
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	1.429,77	1.548,91	1.668,06	1.787,21	1.906,35	2.025,50	2.144,65	2.263,80	2.382,94	2.502,09	2.621,24	2.740,38	25.020,90
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	2.722,00	2.948,83	3.175,66	3.402,50	3.629,33	3.856,16	4.083,00	4.309,83	4.536,66	4.763,50	4.990,33	5.217,16	47.634,97
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida)	2.435,47	2.841,38	3.247,30	3.653,21	4.059,12	4.465,03	4.870,94	5.276,86	5.682,77	6.088,68	6.494,59	6.900,51	56.015,86
PRONCION PAPAS	286,53	334,28	382,03	429,79	477,54	525,30	573,05	620,81	668,56	716,32	764,07	811,82	6.590,10
PORCION DE ARROZ	214,89	250,71	286,53	322,34	358,16	393,97	429,79	465,61	501,42	537,24	573,05	608,87	4.942,58
PORCION DE ENSALADA	128,94	164,75	200,57	236,38	272,20	308,02	343,83	379,65	415,46	451,28	487,09	522,91	3.911,08
COLA PERSONAL	71,63	83,57	95,51	107,45	119,39	131,32	143,26	155,20	167,14	179,08	191,02	202,96	1.647,53
COLA MEDIANA	100,28	117,00	133,71	150,43	167,14	183,85	200,57	217,28	234,00	250,71	267,42	284,14	2.306,54
COLA LITRO	186,24	217,28	248,32	279,36	310,40	341,44	372,48	403,52	434,56	465,61	496,65	527,69	4.283,57
AGUA	71,63	83,57	95,51	107,45	119,39	131,32	143,26	155,20	167,14	179,08	191,02	202,96	1.647,53
AGUA CON GAS	71,63	83,57	95,51	107,45	119,39	131,32	143,26	155,20	167,14	179,08	191,02	202,96	1.647,53
TE HELADO	107,45	125,36	143,26	161,17	179,08	196,99	214,89	232,80	250,71	268,62	286,53	304,43	2.471,29
<b>TOTAL</b>	<b>9.259,09</b>	<b>10.291,54</b>	<b>11.323,99</b>	<b>12.356,44</b>	<b>13.388,89</b>	<b>14.421,34</b>	<b>15.453,79</b>	<b>16.486,24</b>	<b>17.518,69</b>	<b>18.551,14</b>	<b>19.583,59</b>	<b>20.616,03</b>	<b>179.250,77</b>

<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>
1.790,79	1.850,48	1.910,17	1.969,87	2.029,56	2.089,25	21.131,30
2.144,65	2.263,80	2.382,94	2.502,09	2.621,24	2.740,38	25.020,90

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

4.083,00	4.309,83	4.536,66	4.763,50	4.990,33	5.217,16	47.634,97
4.870,94	5.276,86	5.682,77	6.088,68	6.494,59	6.900,51	56.015,86
573,05	620,81	668,56	716,32	764,07	811,82	6.590,10
429,79	465,61	501,42	537,24	573,05	608,87	4.942,58
343,83	379,65	415,46	451,28	487,09	522,91	3.911,08
143,26	155,20	167,14	179,08	191,02	202,96	1.647,53
200,57	217,28	234,00	250,71	267,42	284,14	2.306,54
372,48	403,52	434,56	465,61	496,65	527,69	4.283,57
143,26	155,20	167,14	179,08	191,02	202,96	1.647,53
143,26	155,20	167,14	179,08	191,02	202,96	1.647,53
214,89	232,80	250,71	268,62	286,53	304,43	2.471,29
<b>15.453,79</b>	<b>16.486,24</b>	<b>17.518,69</b>	<b>18.551,14</b>	<b>19.583,59</b>	<b>20.616,03</b>	<b>179.250,77</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.520,82	1.581,70	1.642,59	1.703,48	1.764,36	1.825,25
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	1.517,78	1.639,31	1.760,84	1.882,37	2.003,90	2.125,43
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	2.889,55	3.120,92	3.352,29	3.583,66	3.815,03	4.046,40
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	2.576,19	2.990,22	3.404,25	3.818,28	4.232,31	4.646,34
PRONCION PAPAS	303,08	351,79	400,50	449,21	497,92	546,63
PORCION DE ARROZ	227,31	263,84	300,37	336,91	373,44	409,97
PORCION DE ENSALADA	136,39	172,92	209,45	245,98	282,51	319,05
COLA PERSONAL	75,77	87,95	100,12	112,30	124,48	136,66
COLA MEDIANA	106,08	123,13	140,17	157,22	174,27	191,32
COLA LITRO	197,00	228,66	260,32	291,99	323,65	355,31
AGUA	75,77	87,95	100,12	112,30	124,48	136,66
AGUA CON GAS	75,77	87,95	100,12	112,30	124,48	136,66
TE HELADO	113,66	131,92	150,19	168,45	186,72	204,99

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>TOTAL</b>	<b>9.815,16</b>				<b>10.868,26</b>		<b>11.921,36</b>		<b>12.974,45</b>		<b>14.027,55</b>		<b>15.080,65</b>
<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.520,82	1.581,70	1.642,59	1.703,48	1.764,36	1.825,25	1.886,14	1.947,02	2.007,91	2.068,80	2.129,69	2.190,57	22.268,34
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	1.517,78	1.639,31	1.760,84	1.882,37	2.003,90	2.125,43	2.246,96	2.368,49	2.490,02	2.611,55	2.733,08	2.854,61	26.234,29
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalada y bebida)	2.889,55	3.120,92	3.352,29	3.583,66	3.815,03	4.046,40	4.277,77	4.509,14	4.740,51	4.971,88	5.203,25	5.434,62	49.945,04
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalada familiar y bebida)	2.576,19	2.990,22	3.404,25	3.818,28	4.232,31	4.646,34	5.060,37	5.474,40	5.888,43	6.302,46	6.716,49	7.130,52	58.240,26
PRONCION PAPAS	303,08	351,79	400,50	449,21	497,92	546,63	595,34	644,05	692,76	741,47	790,18	838,88	6.851,80
PORCION DE ARROZ	227,31	263,84	300,37	336,91	373,44	409,97	446,50	483,04	519,57	556,10	592,63	629,16	5.138,85
PORCION DE ENSALADA	136,39	172,92	209,45	245,98	282,51	319,05	355,58	392,11	428,64	465,18	501,71	538,24	4.047,76
COLA PERSONAL	75,77	87,95	100,12	112,30	124,48	136,66	148,83	161,01	173,19	185,37	197,54	209,72	1.712,95
COLA MEDIANA	106,08	123,13	140,17	157,22	174,27	191,32	208,37	225,42	242,46	259,51	276,56	293,61	2.398,13
COLA LITRO	197,00	228,66	260,32	291,99	323,65	355,31	386,97	418,63	450,29	481,95	513,61	545,28	4.453,67
AGUA	75,77	87,95	100,12	112,30	124,48	136,66	148,83	161,01	173,19	185,37	197,54	209,72	1.712,95
AGUA CON GAS	75,77	87,95	100,12	112,30	124,48	136,66	148,83	161,01	173,19	185,37	197,54	209,72	1.712,95
TE HELADO	113,66	131,92	150,19	168,45	186,72	204,99	223,25	241,52	259,78	278,05	296,32	314,58	2.569,42
<b>TOTAL</b>	<b>9.815,16</b>	<b>10.868,26</b>	<b>11.921,36</b>	<b>12.974,45</b>	<b>14.027,55</b>	<b>15.080,65</b>	<b>16.133,75</b>	<b>17.186,85</b>	<b>18.239,95</b>	<b>19.293,04</b>	<b>20.346,14</b>	<b>21.399,24</b>	<b>187.286,40</b>

<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
1.886,14	1.947,02	2.007,91	2.068,80	2.129,69	2.190,57	22.268,34
2.246,96	2.368,49	2.490,02	2.611,55	2.733,08	2.854,61	26.234,29
4.277,77	4.509,14	4.740,51	4.971,88	5.203,25	5.434,62	49.945,04
5.060,37	5.474,40	5.888,43	6.302,46	6.716,49	7.130,52	58.240,26
595,34	644,05	692,76	741,47	790,18	838,88	6.851,80
446,50	483,04	519,57	556,10	592,63	629,16	5.138,85
355,58	392,11	428,64	465,18	501,71	538,24	4.047,76



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

148,83	161,01	173,19	185,37	197,54	209,72	1.712,95
208,37	225,42	242,46	259,51	276,56	293,61	2.398,13
386,97	418,63	450,29	481,95	513,61	545,28	4.453,67
148,83	161,01	173,19	185,37	197,54	209,72	1.712,95
148,83	161,01	173,19	185,37	197,54	209,72	1.712,95
223,25	241,52	259,78	278,05	296,32	314,58	2.569,42
<b>16.133,75</b>	<b>17.186,85</b>	<b>18.239,95</b>	<b>19.293,04</b>	<b>20.346,14</b>	<b>21.399,24</b>	<b>187.286,40</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

**COSTOS MENSUALES**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	600,00	628,13	656,25	684,38	712,50	740,63
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	598,80	654,94	711,08	767,21	823,35	879,49
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalada y bebida )	1.140,00	1.246,88	1.353,75	1.460,63	1.567,50	1.674,38

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	1.020,00	1.211,25	1.402,50	1.593,75	1.785,00	1.976,25
PRONCION PAPAS	120,00	142,50	165,00	187,50	210,00	232,50
PORCION DE ARROZ	90,00	106,88	123,75	140,63	157,50	174,38
PORCION DE ENSALADA	54,00	70,88	87,75	104,63	121,50	138,38
COLA PERSONAL	30,00	35,63	41,25	46,88	52,50	58,13
COLA MEDIANA	42,00	49,88	57,75	65,63	73,50	81,38
COLA LITRO	78,00	92,63	107,25	121,88	136,50	151,13
AGUA	30,00	35,63	41,25	46,88	52,50	58,13
AGUA CON GAS	30,00	35,63	41,25	46,88	52,50	58,13
TE HELADO	45,00	53,44	61,88	70,31	78,75	87,19
SUELDOS	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35
<b>TOTAL</b>	<b>5.037,15</b>	<b>5.523,60</b>	<b>6.010,05</b>	<b>6.496,50</b>	<b>6.982,95</b>	<b>7.469,40</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	600,00	628,13	656,25	684,38	712,50	740,63	768,75	796,88	825,00	853,13	881,25	909,38	9.056,25
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	598,80	654,94	711,08	767,21	823,35	879,49	935,63	991,76	1.047,90	1.104,04	1.160,18	1.216,31	10.890,68
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	1.140,00	1.246,88	1.353,75	1.460,63	1.567,50	1.674,38	1.781,25	1.888,13	1.995,00	2.101,88	2.208,75	2.315,63	20.733,75
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida)	1.020,00	1.211,25	1.402,50	1.593,75	1.785,00	1.976,25	2.167,50	2.358,75	2.550,00	2.741,25	2.932,50	3.123,75	24.862,50
PRONCION PAPAS	120,00	142,50	165,00	187,50	210,00	232,50	255,00	277,50	300,00	322,50	345,00	367,50	2.925,00
PORCION DE ARROZ	90,00	106,88	123,75	140,63	157,50	174,38	191,25	208,13	225,00	241,88	258,75	275,63	2.193,75
PORCION DE ENSALADA	54,00	70,88	87,75	104,63	121,50	138,38	155,25	172,13	189,00	205,88	222,75	239,63	1.761,75
COLA PERSONAL	30,00	35,63	41,25	46,88	52,50	58,13	63,75	69,38	75,00	80,63	86,25	91,88	731,25
COLA MEDIANA	42,00	49,88	57,75	65,63	73,50	81,38	89,25	97,13	105,00	112,88	120,75	128,63	1.023,75
COLA LITRO	78,00	92,63	107,25	121,88	136,50	151,13	165,75	180,38	195,00	209,63	224,25	238,88	1.901,25
AGUA	30,00	35,63	41,25	46,88	52,50	58,13	63,75	69,38	75,00	80,63	86,25	91,88	731,25
AGUA CON GAS	30,00	35,63	41,25	46,88	52,50	58,13	63,75	69,38	75,00	80,63	86,25	91,88	731,25
TE HELADO	45,00	53,44	61,88	70,31	78,75	87,19	95,63	104,06	112,50	120,94	129,38	137,81	1.096,88
SUELDOS	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	13.912,20
<b>TOTAL</b>	<b>5.037,15</b>	<b>5.523,60</b>	<b>6.010,05</b>	<b>6.496,50</b>	<b>6.982,95</b>	<b>7.469,40</b>	<b>7.955,85</b>	<b>8.442,30</b>	<b>8.928,75</b>	<b>9.415,20</b>	<b>9.901,65</b>	<b>10.388,10</b>	<b>92.551,50</b>

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
768,75	796,88	825,00	853,13	881,25	909,38	9.056,25
935,63	991,76	1.047,90	1.104,04	1.160,18	1.216,31	10.890,68
1.781,25	1.888,13	1.995,00	2.101,88	2.208,75	2.315,63	20.733,75
2.167,50	2.358,75	2.550,00	2.741,25	2.932,50	3.123,75	24.862,50
255,00	277,50	300,00	322,50	345,00	367,50	2.925,00

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

191,25	208,13	225,00	241,88	258,75	275,63	2.193,75
155,25	172,13	189,00	205,88	222,75	239,63	1.761,75
63,75	69,38	75,00	80,63	86,25	91,88	731,25
89,25	97,13	105,00	112,88	120,75	128,63	1.023,75
165,75	180,38	195,00	209,63	224,25	238,88	1.901,25
63,75	69,38	75,00	80,63	86,25	91,88	731,25
63,75	69,38	75,00	80,63	86,25	91,88	731,25
95,63	104,06	112,50	120,94	129,38	137,81	1.096,88
1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	1.159,35	13.912,20
<b>7.955,85</b>	<b>8.442,30</b>	<b>8.928,75</b>	<b>9.415,20</b>	<b>9.901,65</b>	<b>10.388,10</b>	<b>92.551,50</b>

**Fuente:** Recopilación de la información del establecimiento  
**Elaborado por:** Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	636,23	664,91	693,60	722,29	750,98	779,66
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	636,23	693,49	750,75	808,01	865,27	922,53
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	1.211,25	1.320,26	1.429,28	1.538,29	1.647,30	1.756,31
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	1.083,75	1.278,83	1.473,90	1.668,98	1.864,05	2.059,13
PRONCION PAPAS	127,50	150,45	173,40	196,35	219,30	242,25
PORCION DE ARROZ	95,63	112,84	130,05	147,26	164,48	181,69
PORCION DE ENSALADA	57,38	74,59	91,80	109,01	126,23	143,44
COLA PERSONAL	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56
COLA MEDIANA	44,63	52,66	60,69	68,72	76,76	84,79
COLA LITRO	82,88	97,79	112,71	127,63	142,55	157,46
AGUA	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56
AGUA CON GAS	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

TE HELADO		47,81	56,42	65,03	73,63	82,24	90,84						
SUELDOS		1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93
<b>TOTAL</b>		<b>5.421,81</b>	<b>5.917,99</b>	<b>6.414,17</b>	<b>6.910,35</b>	<b>7.406,53</b>	<b>7.902,71</b>						
<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	636,23	664,91	693,60	722,29	750,98	779,66	808,35	837,04	865,73	894,41	923,10	951,79	9.528,08
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	636,23	693,49	750,75	808,01	865,27	922,53	979,79	1.037,05	1.094,31	1.151,57	1.208,83	1.266,09	11.413,88
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalada y bebida )	1.211,25	1.320,26	1.429,28	1.538,29	1.647,30	1.756,31	1.865,33	1.974,34	2.083,35	2.192,36	2.301,38	2.410,39	21.729,83
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalada familiar y bebida)	1.083,75	1.278,83	1.473,90	1.668,98	1.864,05	2.059,13	2.254,20	2.449,28	2.644,35	2.839,43	3.034,50	3.229,58	25.879,95
PRONCION PAPAS	127,50	150,45	173,40	196,35	219,30	242,25	265,20	288,15	311,10	334,05	357,00	379,95	3.044,70
PORCION DE ARROZ	95,63	112,84	130,05	147,26	164,48	181,69	198,90	216,11	233,33	250,54	267,75	284,96	2.283,53
PORCION DE ENSALADA	57,38	74,59	91,80	109,01	126,23	143,44	160,65	177,86	195,08	212,29	229,50	246,71	1.824,53
COLA PERSONAL	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56	66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
COLA MEDIANA	44,63	52,66	60,69	68,72	76,76	84,79	92,82	100,85	108,89	116,92	124,95	132,98	1.065,65
COLA LITRO	82,88	97,79	112,71	127,63	142,55	157,46	172,38	187,30	202,22	217,13	232,05	246,97	1.979,06
AGUA	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56	66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
AGUA CON GAS	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56	66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
TE HELADO	47,81	56,42	65,03	73,63	82,24	90,84	99,45	108,06	116,66	125,27	133,88	142,48	1.141,76
SUELDOS	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	15.635,10
<b>TOTAL</b>	<b>5.421,81</b>	<b>5.917,99</b>	<b>6.414,17</b>	<b>6.910,35</b>	<b>7.406,53</b>	<b>7.902,71</b>	<b>8.398,89</b>	<b>8.895,07</b>	<b>9.391,24</b>	<b>9.887,42</b>	<b>10.383,60</b>	<b>10.879,78</b>	<b>97.809,56</b>

<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>
808,35	837,04	865,73	894,41	923,10	951,79	9.528,08
979,79	1.037,05	1.094,31	1.151,57	1.208,83	1.266,09	11.413,88
1.865,33	1.974,34	2.083,35	2.192,36	2.301,38	2.410,39	21.729,83

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

2.254,20	2.449,28	2.644,35	2.839,43	3.034,50	3.229,58	25.879,95
265,20	288,15	311,10	334,05	357,00	379,95	3.044,70
198,90	216,11	233,33	250,54	267,75	284,96	2.283,53
160,65	177,86	195,08	212,29	229,50	246,71	1.824,53
66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
92,82	100,85	108,89	116,92	124,95	132,98	1.065,65
172,38	187,30	202,22	217,13	232,05	246,97	1.979,06
66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
99,45	108,06	116,66	125,27	133,88	142,48	1.141,76
1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	15.635,10
<b>8.398,89</b>	<b>8.895,07</b>	<b>9.391,24</b>	<b>9.887,42</b>	<b>10.383,60</b>	<b>10.879,78</b>	<b>97.809,56</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	674,96	704,22	733,48	762,74	792,00	821,27
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	674,91	733,31	791,72	850,12	908,53	966,93
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	1.284,89	1.396,09	1.507,28	1.618,47	1.729,67	1.840,86
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	1.149,64	1.348,62	1.547,60	1.746,57	1.945,55	2.144,52
PRONCION PAPAS	135,25	158,66	182,07	205,48	228,89	252,30
PORCION DE ARROZ	101,44	119,00	136,55	154,11	171,67	189,22
PORCION DE ENSALADA	60,86	78,42	95,98	113,53	131,09	148,65
COLA PERSONAL	33,81	39,67	45,52	51,37	57,22	63,07
COLA MEDIANA	47,34	55,53	63,72	71,92	80,11	88,30
COLA LITRO	87,91	103,13	118,35	133,56	148,78	163,99
AGUA	33,81	39,67	45,52	51,37	57,22	63,07
AGUA CON GAS	33,81	39,67	45,52	51,37	57,22	63,07



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

TE HELADO				50,72	59,50	68,28	77,05	85,83	94,61				
SUELDOS				1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50
<b>TOTAL</b>				<b>5.740,87</b>	<b>6.246,97</b>	<b>6.753,07</b>	<b>7.259,18</b>	<b>7.765,28</b>	<b>8.271,38</b>				
<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	636,23	664,91	693,60	722,29	750,98	779,66	808,35	837,04	865,73	894,41	923,10	951,79	9.528,08
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	636,23	693,49	750,75	808,01	865,27	922,53	979,79	1.037,05	1.094,31	1.151,57	1.208,83	1.266,09	11.413,88
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalada y bebida )	1.211,25	1.320,26	1.429,28	1.538,29	1.647,30	1.756,31	1.865,33	1.974,34	2.083,35	2.192,36	2.301,38	2.410,39	21.729,83
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalada familiar y bebida)	1.083,75	1.278,83	1.473,90	1.668,98	1.864,05	2.059,13	2.254,20	2.449,28	2.644,35	2.839,43	3.034,50	3.229,58	25.879,95
PRONCION PAPAS	127,50	150,45	173,40	196,35	219,30	242,25	265,20	288,15	311,10	334,05	357,00	379,95	3.044,70
PORCION DE ARROZ	95,63	112,84	130,05	147,26	164,48	181,69	198,90	216,11	233,33	250,54	267,75	284,96	2.283,53
PORCION DE ENSALADA	57,38	74,59	91,80	109,01	126,23	143,44	160,65	177,86	195,08	212,29	229,50	246,71	1.824,53
COLA PERSONAL	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56	66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
COLA MEDIANA	44,63	52,66	60,69	68,72	76,76	84,79	92,82	100,85	108,89	116,92	124,95	132,98	1.065,65
COLA LITRO	82,88	97,79	112,71	127,63	142,55	157,46	172,38	187,30	202,22	217,13	232,05	246,97	1.979,06
AGUA	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56	66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
AGUA CON GAS	31,88	37,61	43,35	49,09	54,83	60,56	66,30	72,04	77,78	83,51	89,25	94,99	761,18
TE HELADO	47,81	56,42	65,03	73,63	82,24	90,84	99,45	108,06	116,66	125,27	133,88	142,48	1.141,76
SUELDOS	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	1.302,93	15.635,10
<b>TOTAL</b>	<b>5.421,81</b>	<b>5.917,99</b>	<b>6.414,17</b>	<b>6.910,35</b>	<b>7.406,53</b>	<b>7.902,71</b>	<b>8.398,89</b>	<b>8.895,07</b>	<b>9.391,24</b>	<b>9.887,42</b>	<b>10.383,60</b>	<b>10.879,78</b>	<b>97.809,56</b>

<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>
850,53	879,79	909,05	938,31	967,57	996,83	10.030,76
1.025,34	1.083,75	1.142,15	1.200,56	1.258,96	1.317,37	11.953,65
1.952,05	2.063,24	2.174,44	2.285,63	2.396,82	2.508,01	22.757,45

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

2.343,50	2.542,48	2.741,45	2.940,43	3.139,41	3.338,38	26.928,15
275,71	299,12	322,52	345,93	369,34	392,75	3.168,02
206,78	224,34	241,89	259,45	277,01	294,56	2.376,01
166,20	183,76	201,32	218,87	236,43	253,99	1.889,11
68,93	74,78	80,63	86,48	92,34	98,19	792,00
96,50	104,69	112,88	121,08	129,27	137,46	1.108,81
179,21	194,42	209,64	224,86	240,07	255,29	2.059,21
68,93	74,78	80,63	86,48	92,34	98,19	792,00
68,93	74,78	80,63	86,48	92,34	98,19	792,00
103,39	112,17	120,95	129,72	138,50	147,28	1.188,01
1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	1.371,50	16.458,00
<b>8.777,48</b>	<b>9.283,59</b>	<b>9.789,69</b>	<b>10.295,79</b>	<b>10.801,89</b>	<b>11.308,00</b>	<b>102.293,18</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<i>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</i>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	716,32	746,16	776,01	805,85	835,70	865,55
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	714,88	774,46	834,03	893,60	953,18	1.012,75
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	1.361,00	1.474,42	1.587,83	1.701,25	1.814,67	1.928,08
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	1.217,74	1.420,69	1.623,65	1.826,60	2.029,56	2.232,52
PRONCION PAPAS	143,26	167,14	191,02	214,89	238,77	262,65
PORCION DE ARROZ	107,45	125,36	143,26	161,17	179,08	196,99
PORCION DE ENSALADA	64,47	82,38	100,28	118,19	136,10	154,01
COLA PERSONAL	35,82	41,79	47,75	53,72	59,69	65,66
COLA MEDIANA	50,14	58,50	66,86	75,21	83,57	91,93
COLA LITRO	93,12	108,64	124,16	139,68	155,20	170,72
AGUA	35,82	41,79	47,75	53,72	59,69	65,66
AGUA CON GAS	35,82	41,79	47,75	53,72	59,69	65,66

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

TE HELADO				53,72	62,68	71,63	80,59	89,54	98,49							
SUELDOS				1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08			
<b>TOTAL</b>				<b>6.069,62</b>	<b>6.585,85</b>	<b>7.102,07</b>	<b>7.618,30</b>	<b>8.134,52</b>	<b>8.650,74</b>							
<b>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>			
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	716,32	746,16	776,01	805,85	835,70	865,55	895,39	925,24	955,09	984,93	1.014,78	1.044,63	10.565,65			
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	714,88	774,46	834,03	893,60	953,18	1.012,75	1.072,32	1.131,90	1.191,47	1.251,04	1.310,62	1.370,19	12.510,45			
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalada y bebida )	1.361,00	1.474,42	1.587,83	1.701,25	1.814,67	1.928,08	2.041,50	2.154,92	2.268,33	2.381,75	2.495,17	2.608,58	23.817,49			
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalada familiar y bebida)	1.217,74	1.420,69	1.623,65	1.826,60	2.029,56	2.232,52	2.435,47	2.638,43	2.841,38	3.044,34	3.247,30	3.450,25	28.007,93			
PRONCION PAPAS	143,26	167,14	191,02	214,89	238,77	262,65	286,53	310,40	334,28	358,16	382,03	405,91	3.295,05			
PORCION DE ARROZ	107,45	125,36	143,26	161,17	179,08	196,99	214,89	232,80	250,71	268,62	286,53	304,43	2.471,29			
PORCION DE ENSALADA	64,47	82,38	100,28	118,19	136,10	154,01	171,92	189,82	207,73	225,64	243,55	261,46	1.955,54			
COLA PERSONAL	35,82	41,79	47,75	53,72	59,69	65,66	71,63	77,60	83,57	89,54	95,51	101,48	823,76			
COLA MEDIANA	50,14	58,50	66,86	75,21	83,57	91,93	100,28	108,64	117,00	125,36	133,71	142,07	1.153,27			
COLA LITRO	93,12	108,64	124,16	139,68	155,20	170,72	186,24	201,76	217,28	232,80	248,32	263,84	2.141,78			
AGUA	35,82	41,79	47,75	53,72	59,69	65,66	71,63	77,60	83,57	89,54	95,51	101,48	823,76			
AGUA CON GAS	35,82	41,79	47,75	53,72	59,69	65,66	71,63	77,60	83,57	89,54	95,51	101,48	823,76			
TE HELADO	53,72	62,68	71,63	80,59	89,54	98,49	107,45	116,40	125,36	134,31	143,26	152,22	1.235,64			
SUELDOS	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	17.280,90			
<b>TOTAL</b>				<b>6.069,62</b>	<b>6.585,85</b>	<b>7.102,07</b>	<b>7.618,30</b>	<b>8.134,52</b>	<b>8.650,74</b>	<b>9.166,97</b>	<b>9.683,19</b>	<b>10.199,42</b>	<b>10.715,64</b>	<b>11.231,87</b>	<b>11.748,09</b>	<b>106.906,28</b>

<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>
895,39	925,24	955,09	984,93	1.014,78	1.044,63	10.565,65
1.072,32	1.131,90	1.191,47	1.251,04	1.310,62	1.370,19	12.510,45
2.041,50	2.154,92	2.268,33	2.381,75	2.495,17	2.608,58	23.817,49
2.435,47	2.638,43	2.841,38	3.044,34	3.247,30	3.450,25	28.007,93
286,53	310,40	334,28	358,16	382,03	405,91	3.295,05

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

214,89	232,80	250,71	268,62	286,53	304,43	2.471,29
171,92	189,82	207,73	225,64	243,55	261,46	1.955,54
71,63	77,60	83,57	89,54	95,51	101,48	823,76
100,28	108,64	117,00	125,36	133,71	142,07	1.153,27
186,24	201,76	217,28	232,80	248,32	263,84	2.141,78
71,63	77,60	83,57	89,54	95,51	101,48	823,76
71,63	77,60	83,57	89,54	95,51	101,48	823,76
107,45	116,40	125,36	134,31	143,26	152,22	1.235,64
1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	1.440,08	17.280,90
<b>9.166,97</b>	<b>9.683,19</b>	<b>10.199,42</b>	<b>10.715,64</b>	<b>11.231,87</b>	<b>11.748,09</b>	<b>106.906,28</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

<i>OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS</i>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	760,41	790,85	821,30	851,74	882,18	912,63
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalda y bebida)	758,89	819,65	880,42	941,18	1.001,95	1.062,71

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalda y bebida )	1.444,78	1.560,46	1.676,15	1.791,83	1.907,52	2.023,20
COMBBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalda familiar y bebida 1 lt	1.288,09	1.495,11	1.702,12	1.909,14	2.116,15	2.323,17
PRONCION PAPAS	151,54	175,90	200,25	224,60	248,96	273,31
PORCION DE ARROZ	113,66	131,92	150,19	168,45	186,72	204,99
PORCION DE ENSALADA	68,19	86,46	104,73	122,99	141,26	159,52
COLA PERSONAL	37,89	43,97	50,06	56,15	62,24	68,33
COLA MEDIANA	53,04	61,56	70,09	78,61	87,14	95,66
COLA LITRO	98,50	114,33	130,16	145,99	161,82	177,65
AGUA	37,89	43,97	50,06	56,15	62,24	68,33
AGUA CON GAS	37,89	43,97	50,06	56,15	62,24	68,33
TE HELADO	56,83	65,96	75,09	84,23	93,36	102,49
SUELDOS	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87
<b>TOTAL</b>	<b>6.419,45</b>	<b>6.946,00</b>	<b>7.472,55</b>	<b>7.999,10</b>	<b>8.525,65</b>	<b>9.052,20</b>

## PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
COMBO 1 (1/8 pollo + papas, ensalada y bebida)	760,41	790,85	821,30	851,74	882,18	912,63	943,07	973,51	1.003,96	1.034,40	1.064,84	1.095,29	11.134,17
COMBO 2 (1/4 pollo + papas, ensalada y bebida)	758,89	819,65	880,42	941,18	1.001,95	1.062,71	1.123,48	1.184,24	1.245,01	1.305,77	1.366,54	1.427,30	13.117,15
COMBO 3 (1/2 pollo+ papas, ensalada y bebida )	1.444,78	1.560,46	1.676,15	1.791,83	1.907,52	2.023,20	2.138,89	2.254,57	2.370,26	2.485,94	2.601,63	2.717,31	24.972,52
COMBO 4 ( 1 pollo + 2 papas, ensalada familiar y bebida)	1.288,09	1.495,11	1.702,12	1.909,14	2.116,15	2.323,17	2.530,19	2.737,20	2.944,22	3.151,23	3.358,25	3.565,26	29.120,13
PRONCION PAPAS	151,54	175,90	200,25	224,60	248,96	273,31	297,67	322,02	346,38	370,73	395,09	419,44	3.425,90
PORCION DE ARROZ	113,66	131,92	150,19	168,45	186,72	204,99	223,25	241,52	259,78	278,05	296,32	314,58	2.569,42
PORCION DE ENSALADA	68,19	86,46	104,73	122,99	141,26	159,52	177,79	196,06	214,32	232,59	250,85	269,12	2.023,88
COLA PERSONAL	37,89	43,97	50,06	56,15	62,24	68,33	74,42	80,51	86,59	92,68	98,77	104,86	856,47
COLA MEDIANA	53,04	61,56	70,09	78,61	87,14	95,66	104,18	112,71	121,23	129,76	138,28	146,80	1.199,06
COLA LITRO	98,50	114,33	130,16	145,99	161,82	177,65	193,48	209,32	225,15	240,98	256,81	272,64	2.226,83
AGUA	37,89	43,97	50,06	56,15	62,24	68,33	74,42	80,51	86,59	92,68	98,77	104,86	856,47
AGUA CON GAS	37,89	43,97	50,06	56,15	62,24	68,33	74,42	80,51	86,59	92,68	98,77	104,86	856,47
TE HELADO	56,83	65,96	75,09	84,23	93,36	102,49	111,63	120,76	129,89	139,02	148,16	157,29	1.284,71
SUELDOS	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	1.511,87	18.142,45
<b>TOTAL</b>	<b>6.419,45</b>	<b>6.946,00</b>	<b>7.472,55</b>	<b>7.999,10</b>	<b>8.525,65</b>	<b>9.052,20</b>	<b>9.578,74</b>	<b>10.105,29</b>	<b>10.631,84</b>	<b>11.158,39</b>	<b>11.684,94</b>	<b>12.211,49</b>	<b>111.785,64</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

### GASTOS

#### Anexo N° 2 Gastos Operacionales Mensuales Año 1

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	1.520,80	18.249,60
ALQUILER	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
LIMPIEZA	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
SERVICIOS BÁSICOS	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
MANTENIMIENTO	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	500,00
PUBLICIDAD	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
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
GASTO SUMINISTROS	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>3.587,47</b>	<b>43.049,60</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
SUELDOS	1.702,26	1.702,26	1.702,26	1.702,26	1.702,26	1.702,26
ALQUILER	1.248,00	1.248,00	1.248,00	1.248,00	1.248,00	1.248,00
LIMPIEZA	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00
SERVICIOS BÁSICOS	416,00	416,00	416,00	416,00	416,00	416,00
MANTENIMIENTO	43,33	43,33	43,33	43,33	43,33	43,33
PUBLICIDAD	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00
GASTO SUMINISTROS	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.851,59</b>	<b>3.851,59</b>	<b>3.851,59</b>	<b>3.851,59</b>	<b>3.851,59</b>	<b>3.851,59</b>

**Fuente:** Recopilación de la información del establecimiento  
**Elaborado por:** Grupo Investigador



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
SUELDOS	1.787,58	1.787,58	1.787,58	1.787,58	1.787,58	1.787,58
ALQUILER	1.297,92	1.297,92	1.297,92	1.297,92	1.297,92	1.297,92
LIMPIEZA	108,16	108,16	108,16	108,16	108,16	108,16
SERVICIOS BÁSICOS	432,64	432,64	432,64	432,64	432,64	432,64
MANTENIMIENTO	45,07	45,07	45,07	45,07	45,07	45,07
PUBLICIDAD	216,32	216,32	216,32	216,32	216,32	216,32
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	27,04	27,04	27,04	27,04	27,04	27,04
GASTO SUMINISTROS	108,16	108,16	108,16	108,16	108,16	108,16
<b>TOTAL</b>	<b>4.022,88</b>	<b>4.022,88</b>	<b>4.022,88</b>	<b>4.022,88</b>	<b>4.022,88</b>	<b>4.022,88</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
SUELDOS	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96
ALQUILER	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84
LIMPIEZA	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49
SERVICIOS BÁSICOS	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95
MANTENIMIENTO	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87
PUBLICIDAD	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12
GASTO SUMINISTROS	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49
<b>TOTAL</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	22.523,48
ALQUILER	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	16.198,04
LIMPIEZA	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	1.349,84
SERVICIOS BÁSICOS	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	5.399,35
MANTENIMIENTO	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	562,43
PUBLICIDAD	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	2.699,67
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	337,46
GASTO SUMINISTROS	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	1.349,84
<b>TOTAL</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>50.420,11</b>

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	1.876,96	22.523,48
1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	1.349,84	16.198,04
112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	1.349,84
449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	449,95	5.399,35
46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	46,87	562,43
224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	224,97	2.699,67
28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	28,12	337,46

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	112,49	1.349,84
<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>4.201,68</b>	<b>50.420,11</b>

Fuente: Recopilación de la información del establecimiento

Elaborado por: Grupo Investigador

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
SUELDOS	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60
ALQUILER	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83
LIMPIEZA	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99
SERVICIOS BÁSICOS	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94
MANTENIMIENTO	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74
PUBLICIDAD	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25
GASTO SUMINISTROS	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

<b>TOTAL</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
SUELDOS	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	23.647,15
ALQUILER	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	16.845,96
LIMPIEZA	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	1.403,83
SERVICIOS BÁSICOS	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	5.615,32
MANTENIMIENTO	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	584,93
PUBLICIDAD	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	2.807,66
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	350,96
GASTO SUMINISTROS	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	1.403,83
<b>TOTAL</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>52.659,65</b>

<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	1.970,60	23.647,15
1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	1.403,83	16.845,96
116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	1.403,83
467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	467,94	5.615,32
48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	48,74	584,93
233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	233,97	2.807,66

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPANSIÓN DEL RESTAURANTE DE POLLO “EL RANCHERO” UBICADO EN LA CIUDAD DE PELILEO, A PARTIR DEL AÑO 2023**

29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	29,25	350,96
116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	116,99	1.403,83
<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>4.388,30</b>	<b>52.659,65</b>

**Fuente:** Recopilación de la información del establecimiento  
**Elaborado por:** Grupo Investigador