



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Clave: 8859-02

FACULTAD DE CONTADURÍA

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE POLLOS ROSTIZADOS PREPARADOS
DENOMINADO LAS POLLITAS EN COATZACOALCOS, VERACRUZ.”**

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CONTADURÍA

PRESENTA:

VICTOR GABRIEL TORRES LIMÓN

ASESOR DE TESIS:

LIC. RAÚL DE JESÚS OCAMPO COLÍN

Coatzacoalcos, Veracruz

Agosto 2022.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE GENERAL.

ÍNDICE DE TABLAS.....	6
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	7
DEDICATORIAS.....	8
AGRADECIMIENTOS.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
JUSTIFICACIÓN.....	12
ANTECEDENTES.....	15
CAPÍTULO I: ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL.....	17
1.1. Misión.....	18
1.2. Visión.....	18
1.3. Valores.....	18
1.4. Objetivos estratégicos.....	18
1.5. Nombre y descripción de la empresa.....	19
1.6. IMAGEN CORPORATIVA.....	19
1.6.1. Nombre de la marca.....	19
1.6.2. Nombre de la empresa.....	19
1.6.3. JUSTIFICACIÓN DEL LOGOTIPO.....	19
1.7. VENTAJAS COMPETITIVAS (ANÁLISIS FODA).....	20
1.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	21
1.8.1. Organigrama de gestión y desarrollo humano.....	22
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO.....	23
2.1. ANTECEDENTES.....	24
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	24
2.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	25
2.3.1. Estratos socioeconómicos.....	25

2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	26
2.4.1. Fuentes primarias.	26
2.4.2. Fuentes secundarias.	27
2.5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	28
2.5.1. Canal de distribución de nuestros insumos.	28
2.5.2. Canal de distribución de nuestros productos.	29
2.5.3. Conclusión del estudio de mercado.	29
2.6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	29
2.7. PRESENTACIONES DEL PRODUCTO.....	30
2.7.1. Platillo estrella.	30
2.7.2. Platillos variados.....	31
2.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	32
2.8.1. Análisis de la industria.....	35
2.8.1.1. Competidores directos en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.	35
2.8.1.2. Cuadro comparativo de la competencia directa de pollitas.	37
2.9. PRESUPUESTO DE VENTAS PROMEDIO.....	39
CAPÍTULO III:	40
3.1. LOCALIZACIÓN.....	42
3.1.1. Macrolocalización.	42
3.1.1.1. Aspectos geográficos.....	42
3.1.1.2. Límites geográficos del puerto.	42
3.1.1.3. Aspectos socioeconómicos.....	43
3.1.1.3.1. Economía y empleo.	44
3.1.1.3.2. Actividades económicas.	44
3.1.1.3.2.1. Minería, industria y comercio nacional e internacional.	45
3.1.1.4. Aspectos de infraestructura.	45

3.1.1.4.1. Instalaciones deportivas.....	47
3.1.1.4.2. Recintos culturales.....	48
3.1.1.4.3. Educación y universidades.	48
3.1.1.5. Aspectos institucionales.	49
3.1.1.5.1. Proyecto del corredor transístmico...	49
3.1.1.5.2. Programa de adaptación ante el cambio climático.	50
3.2. MICROLOCALIZACIÓN.	51
3.2.1. Tamaño y capacidad del proyecto. ...	52
3.2.1.1. Demanda insatisfecha.	52
3.2.1.2. Posibilidades de inversión.	53
3.2.1.3. Espacio con el que se cuenta.	53
3.2.1.4. Capacidad de maquinaria y equipo...	53
3.2.1.5. Descripción del producto.....	56
3.2.1.5.1. Especificaciones físicas.	56
3.2.1.6. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO. ...	57
3.2.1.7. Distribución y diseño de las instalaciones.	62
3.2.1.7.1. Logística interna.	62
3.2.1.7.2. Infraestructura.....	63
CAPÍTULO IV: MARCO LEGAL	65
4.1. ASPECTOS JURIDICOS	66
4.2. ASPECTOS LEGALES.	68
4.2.1. Constitución legal.....	68
4.2.2. Ejemplo de un acta constitutiva.....	70
4.2.3. Ejemplo de constancia de situación fiscal.	75
CAPÍTULO V: ESTUDIO ECÓNOMICO Y FINANCIERO.	77
5.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.	78

5.1.1.	Recursos materiales.	78
5.1.2.	Recursos humanos.	81
5.1.3.	Cronograma de inversión.....	82
5.2.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	83
5.2.1.	Factores fijos.....	83
5.2.2.	Otros costos.	83
5.3.	COSTOS DE OPERACIÓN.....	84
5.4.	COSTOS MEDIOS.....	85
5.4.1.	Determinación de la producción.....	85
5.4.2.	Determinación del precio.....	85
5.4.3.	Ingresos por la venta del pollo.....	86
5.4.4.	Ingresos por la venta del refresco.	86
5.4.5.	Capacidad de operación.....	86
5.4.6.	Tabla de amortización del préstamo bancario.	87
5.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	88
5.6.	PROYECCION DE FLUJO DE EFECTIVO PARA EL PERIODO DE VIDA DEL PROYECTO.....	89
5.7.	CAPITAL DE TRABAJO.....	90
5.8.	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	91
5.9.	ESTADO DE RESULTADOS.....	94
5.10.	BALANCE GENERAL.....	95
5.11.	RAZONES FINANCIERAS.....	96
5.11.1.	Razones de liquidez.	96
5.11.2.	Razones de endeudamiento.	97
5.11.3.	Razones de rendimiento de capital. ..	97
5.11.4.	Razones de rentabilidad.....	98

CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.	100
6.1. Cálculo del valor presente neto y la tasa interna del retorno.....	101
6.2. Cálculo de la tasa promedio de recuperación.	101
6.3. Cálculo del periodo de recuperación de la inversión y periodo de recuperación de la inversión con datos del valor presente.....	102
6.4. Cálculo del índice de rendimiento e índice de rendimiento con datos del valor presente.....	102
6.5. Cálculo de la tasa de rendimiento y tasa de rendimiento con datos del valor presente neto.	102
6.6. Cálculo de la tasa de rendimiento aceptable.....	103
6.7. Cálculo del costo de capital promedio ponderado.....	103
CAPÍTULO VII: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	104
7.1. GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN.....	105
CONCLUSIONES.	113
RECOMENDACIONES.	114
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS.	117

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Población censada del municipio de Coatzacoalcos.	26
Tabla 2. Competidores directos.	36
Tabla 3. Cuadro comparativo de la competencia directa para Pollitas.	37
Tabla 4. Presupuesto de ventas promedio.	39
Tabla 5. Selección de la localización.	41
Tabla 6. Coordenadas geográficas.	43
Tabla 7. Datos estadísticos.	43
Tabla 8. Porcentaje asignado a los competidores.	52
Tabla 9. Ficha técnica de la maquinaria y equipo.	53
Tabla 10. Presupuesto de inversión.	78
Tabla 11. Personal del restaurante.	81
Tabla 12. Cronograma de inversión.	82
Tabla 13. Factores fijos de producción.	83
Tabla 14. Costos por la venta de refresco.	83
Tabla 15. Factores variables de producción.	84
Tabla 16. Gastos de la inversión.	84
Tabla 17. Producción de pollos.	85
Tabla 18. Determinación del precio sugerido a venta.	85
Tabla 19. Ventas anuales por los pollos.	86
Tabla 20. Ventas anuales por refresco.	86
Tabla 21. Proyección de la producción, precios e ingresos a cinco años.	86
Tabla 22. Proyección de la venta de refrescos.	87
Tabla 23. Amortización del préstamo bancario.	87
Tabla 24. Punto de equilibrio en pesos.	88
Tabla 25. Punto de equilibrio en unidades.	88
Tabla 26. Proyección de flujo de efectivo.	89
Tabla 27. Presupuesto de inversión.	91
Tabla 28. Estado de resultados PRO forma.	94
Tabla 29. Balance general PRO forma.	95
Tabla 30. Valor presente neto y la TIR.	101
Tabla 31. Tasa promedio de recuperación.	101
Tabla 32. Periodo de recuperación de la inversión con flujos de efectivo y con datos del valor presente.	102
Tabla 33. Índice de rendimiento con flujos de efectivo y con datos del valor presente.	102
Tabla 34. Tasa de rendimiento y con datos del valor presente neto.	102
Tabla 35. Tasa mínima de rendimiento aceptable.	103
Tabla 36. Costo de Capital Promedio Ponderado.	103
Tabla 37. Niveles de confianza de K.	105

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1. Logotipo del negocio.....	117
Ilustración 2. Pollo rostizado preparado y acompañamientos.....	117
Ilustración 3. Presentación del caldo rojo con pieza de pollo o menudencia.....	118
Ilustración 4. Presentación del pollo frito al mojo de ajo.....	118
Ilustración 5. Presentación del pollo en barbacoa.	118
Ilustración 6. Ubicación a mapa de la competencia directa.	119
Ilustración 7. Croquis de microlocalización donde se ubicaría el proyecto.....	120
Ilustración 8. Plano de instalaciones del local.....	121

DEDICATORIAS.

A mí madre, porque ha sido y será siempre un ejemplo incuestionable de fortaleza, integridad, profesionalismo, sabiduría y responsabilidad, apoyarnos incondicionalmente en todo momento, así como también el gran amor y la devoción que tienes a tus hijos, el apoyo ilimitado e incondicional que siempre me has dado, por tener siempre la fortaleza de salir adelante sin importa los obstáculos, por haberme formado como un hombre de bien y, por ser la mujer que me dio la vida y me enseñó a vivirla...no existirán palabras para agradecerte, mamá.

A mis hermanos, aunque en diversas ocasiones pareciera que nunca hubiésemos estado en paz, siempre estando en una batalla por cualquier cuestión, no obstante, siempre llegaron momentos donde la lucha culminaba y hacíamos una unión para poder alcanzar todas nuestras metas en conjunto. Gracias no sólo por ser parte fundamental de este gran logro, sino también por todos aquellos momentos bonitos que pasamos a lo largo de todo este proceso.

A la Dra. Ana Lila Fiscal Zárate, sin usted y sus virtudes, su paciencia y constancia este trabajo no lo hubiese logrado tan fácilmente. Sus consejos fueron siempre útiles cuando no salían de mi pensamiento, las ideas para escribir lo que hoy he logrado. Formó parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que la caracterizan. Gracias por sus orientaciones.

A diversas personas dedico el producto final de este trabajo de investigación denominado tesis, a todas aquellas que en su día a día no mostraron fe en mí capacidad humana y profesional, porque gracias a su reto humano pude descubrir en mí mis potencialidades y fortalezas que me llevaron al logro de esta meta, así como también gracias a esas personas importantes en mí vida que siempre estuvieron listas para brindarme todo su apoyo y ayuda, ahora me tocará regresarles un poco de todo lo inmenso que me otorgaron.

AGRADECIMIENTOS.

Esos ojos de ella tienen una luz que no se explica uno cómo es que ha ido allí donde destella, son para avistar un mundo diferente, son una lente en donde se asoman las estrellas.

Gracias a mí madre por ser el principal promotor de mis metas, por cada día confiar y creer en mí y en mis expectativas, gracias por estar dispuesta a acompañarme cada larga y agotadora noche de estudio.

A mí madre, Profra. Cynthia Z. Limón Martínez.

Una mujer dedicada y luchadora por sus hijos, admirable persona que entregó todo por aquellos que ama, mi abuela. Durante el desarrollo y realización de esta tesis, fue un pilar muy importante tanto en inspiración como en fuerza para cada día despertarme con ganas de alcanzar el éxito y luchar por cada una de mis metas, sueños, anhelos y objetivos.

A mí abuela fallecida, Profra. Mireya Martínez Ortiz

INTRODUCCIÓN.

El estudio de la ejecución de un proyecto de inversión requiere no solamente de la intención de los interesados en ofrecer un producto o servicio a la población que lo necesita, sino de diversos estudios que al final conlleven a una conclusión en la que se determina si es viable o no la ejecución del mismo, si el interesado en desarrollarlo cuenta con la capacidad de financiarse por su propia mano o bien, deberá recurrir a financiamiento externo y si los flujos en la realización del proyecto son los que se desean. Adicionalmente a lo anterior, el obtener reconocimiento es importante cuando se quieren crear relaciones con los clientes.

En la actualidad, las empresas constituyen un pilar fundamental y esencial en el desarrollo económico de nuestro país, ya que sin la existencia de estas no coexistiría el progreso, es por eso que se realizará un proyecto de negocios en el cual se aplicará diferentes formas de gestión y elaboración de la estructuración de la empresa, pero no solamente ello, sino que también el saber aplicar los conocimientos en base a una visión sistemática en el rubro del negocio de venta de pollos rostizados.

El interés por realizar este proyecto de inversión del restaurant-pollería denominado “Pollitas”, es el de demostrar mediante la aplicación de diversas estrategias, que se puede mejorar y optimizar algunos procesos, a la vez generar un valor agregado para superar las expectativas del consumidor, no obstante, ofreceremos una mejor imagen comercial frente a su mercado potencial.

Gracias a lo anterior, se obtendrán clientes satisfechos fidelizando a su vez su compra a futuro, por consiguiente, se podrá captar una inmensa cantidad de consumidores y así mismo, generar más ingresos para el restaurante.

Se obtendrán de igual manera ventajas positivas que favorecerán al negocio con un constante crecimiento y en virtud de ello, cumplirá con los objetivos planteados de tener muchos comensales cuando menos en la zona de Coatzacoalcos, Veracruz.

Los planes de negocio en el mundo, son una herramienta que posibilita a emprendedores definir de manera concisa, las acciones y estrategias que se deben llevar a cabo para que la idea de negocio sea exitosa para los audaces. Para los proyectos de emprendimiento social y comunitario, la complejidad del entorno generada por las dificultades de las condiciones de competitividad, han convertido en obligatoria la constante evaluación y consideración de estrategias de producción,

distribución, ventas y de relaciones sociales; como condición para mantenerse y crecer en el mercado.

El presente trabajo de tesis se encuentra enfocado a la necesidad de proponer un plan de negocios para la implementación de un restaurante de pollos rostizados preparados en la ciudad y puerto de Coatzacoalcos, Veracruz; en este estudio se realizará un análisis interno y externo del negocio, un estudio de mercado identificando factores importantes de la demanda.

JUSTIFICACIÓN.

La alimentación es una necesidad básica de todo ser vivo, sin embargo, a medida que ha pasado el tiempo, se ha convertido en un problema, debido a las actividades que desarrolla cualquier persona y que impide que sea la adecuada. La cuestión de las pérdidas de alimentos, es muy importante en los esfuerzos para combatir el hambre, aumentar los ingresos y mejorar la seguridad alimentaria en los países más pobres del mundo.

Conforme a la UNA¹ en el 2020 se produjeron 3 millones 550 mil toneladas de carne de pollo, con un crecimiento 1.5% respecto al año 2019; siendo el cárnico con mayor producción en México. Dicha producción ha crecido un 145% durante el periodo de 1994 al 2020, ha aumentado a un ritmo de crecimiento anual del 4 por ciento. Las entidades del país con la mayor producción de carne de pollo fueron: Veracruz, Aguascalientes, Querétaro, Jalisco, Puebla, Chiapas, Guanajuato, Yucatán, Estado de México, Sinaloa, Hidalgo, Morelos, Nuevo León y San Luis Potosí.

La comercialización de pollo en México se lleva a cabo de la siguiente manera: vivo 37%, rostizado 35%, mercado público 11%, supermercado 5%, piezas 9% y productos de valor agregado en un 3 por ciento. (Unión Nacional de Avicultores, 2021).

En el contexto internacional, nuestro país es actualmente el sexto lugar en producción de pollo, detrás de países como: Estados Unidos (19.8 millones de toneladas), Brasil (13.6 millones de toneladas), China (13.8 millones de toneladas), India (4.9 millones de toneladas) y Rusia (5.1 millones de toneladas). (Unión Nacional de Avicultores, 2021).

De igual manera la Unión Nacional de Avicultores en el mercado mundial de la carne, en promedio se producen 108.7 millones de toneladas de carne de ave y 115.5 millones de toneladas de carne de cerdo, posicionando a la producción de la carne blanca en el lugar número 2, justo por debajo de la carne de cerdo; siendo de mayor preferencia que la carne de bovino, con 68 millones de toneladas. (Unión Nacional de Avicultores, 2021).

Conforme a datos estadísticos de la FAO², dentro del comercio de carnes, la carne de ave se posicionará en el primer lugar, comercializando 13.5 millones de toneladas de pollo, aproximadamente el 80% de los hogares rurales de los países en desarrollo crían aves de corral, la

¹ Unión nacional de Avicultores.

² Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

carne de aves de corral está cobrando cada día mayor importancia para satisfacer dicha demanda. (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura, 2020).

En México se ha extendido la producción de pollos, acorde a datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, mencionan que el consumo de pollos por personas en el año 2020 se estimó aparentemente a los 32.88 kg, en cambio en el año 2019 se encontraba el consumo en 32.24 kg por habitante.

Lo anterior se debe al bajo costo de producción por sus características nutricionales con respecto al tema de la grasa, una mejor calidad del producto, alta adaptabilidad y claramente la aceptación en el mercado. Toda esta información nos conlleva a obtener la facilidad de contar con un bajo costo sobre la carne de pollo y su calidad.

El consumo humano per cápita de la carne blanca es mayor en los países desarrollados debidos principalmente a que no en todas las regiones se encuentran fácilmente disponibles.

De la misma manera, también el crecimiento demográfico constante y el aumento de los ingresos generan una mayor demanda de carne, pero al mismo tiempo dejan un espacio limitado para la expansión de la producción pecuaria, en consecuencia, hacer el máximo uso de los recursos alimentarios existentes es cada vez más importante.

Los restaurantes de comida rápida, en los últimos tiempos, han pasado por un proceso de aceleración dando un crecimiento constante al sector de alimentos y a la economía en general.

Los cambios en tendencia en cuanto a la alimentación y hábitos de consumo muestran cada vez más que las personas prefieren comer fuera de casa y se dirigen a lo que son las nuevas variedades gastronómicas, incluyendo la oferta de restaurantes, apuntándole a mercados segmentados, como lo es el infantil o juvenil, que acompañados de una inmensa publicidad, servicio, calidad e incentivos que les brindan a sus clientes, crean una gran formula de crecimiento para el sector.

La mayoría de los negocios dedicados a la venta de comida rápida, suelen abrir todos los días y tener horarios largos y flexibles. Junto con los ingresos de un restaurante vienen todos los gastos, incluidos sueldos, salarios y costos.

Todo lo anterior puede hacer poca la efectividad del tiempo para una sola persona, por lo que es importante llevar un correcto programa de contabilidad para contar con un buen orden de los ingresos, gastos, costo, etcétera.

Estas y por muchas más son las principales razones por las cuales se tomó la decisión de realizar este proyecto dirigido a la realización de pollos rostizados preparados, aportando la idea de ser un negocio de comida rápida, pero comparándolo con otros establecimientos con el mismo concepto puesto que es mucho más saludable y con mejor calidad.

ANTECEDENTES.

El gallo y la gallina³ son la subespecie doméstica de la especie Gallus gallus, una especie de ave galliforme⁴ de la familia Phasianidae⁵ procedente del sudeste asiático. Los nombres comunes son: gallo para el macho, gallina para la hembra y, pollo para los sub adultos.

Es el ave más numerosa del planeta, ya que se calcula que supera los 16, 000 millones de ejemplares. Es un ave omnívora, la esperanza de vida considera se encuentra entre los 5 y 10 años, en consonancia con la raza. Los gallos y gallinas se crían principalmente por su carne y por sus huevos. También se aprovechan sus plumas y algunas variedades se crían y entrenan para su uso en peleas de gallos y como aves ornamentales.

El origen de la relación de esta especie con el ser humano se remonta al neolítico, concretamente en el marco del cambio de sociedades cazadoras-recolectoras a agricultoras-ganaderas. Algunos estudios revelan que las primeras gallinas y pollos domesticados pueden provenir de la India, hace más de 4,000 años.

No obstante, los primeros datos sobre la domesticación de gallos proceden de lugares tan alejados entre sí como lo es China, Egipto y Creta, durante el 1,400 a.C., la domesticación de aves en el continente europeo sería más tardía concretamente hacia el año 700 a.C.

Ha quedado demostrado que los celtas del norte disponían ya de pollos antes de que César invadiera Bretaña en el siglo I a.C., pero sería el Imperio Romano a través de las rutas comerciales entre sus colonias, quien realmente propagaría la cría de gallos, gallinas y pollos por toda Europa durante los primeros siglos después de Cristo.

La diferenciación y selección de razas comenzó durante la Edad Media, tomando suma importancia en la alimentación la carne y los huevos que proporcionaban estas aves. Este producto se introdujo al continente americano con la llegada de los españoles a nuestro antiguo México trayendo consigo muchos cambios en la comida mexicana siendo entre los más importantes el pollo, los patos, ganados, arroz, entre otros. Finalmente, estos nuevos alimentos fueron integrados a la cultura mexicana formando una mezcla de ambas culturas.

³ Gallus gallus domesticus.

⁴ Aves que tienen forma de gallo.

⁵ Familia de aves del orden galliformes, por lo general son robustas y a las cortas.

Con el paso de los años dentro de la cultura mexicana el pollo ha sido utilizado en distintas comidas y guisados como el mole, adoptando también diferentes presentaciones, siendo las más conocidas el pollo frito, empanizado, asado y el pollo rostizado.

El pollo rostizado⁶ llegó a México en el año 1946, con la primera rosticería a la leña denominada “Pollos Río”, ubicada en el la calle Melchor Ocampo, en la colonia Anzures, dentro de la ciudad de México. (El universal, 2020).

Su exquisito sabor se basó en recetas tradicionales de familia y tenían un trato cálido que los llevó a tener un rotundo éxito que más tarde consiguieron consolidar y popularizar este plato en la ciudad. Sin embargo, nuestro país no se quedó atrás y al paso del tiempo, en los años 70, la ciudad de México se llenó de rosticerías. (El universal, 2020).

En la actualidad el pollo rostizado es uno de los platillos más famosos de comida rápida que se puede disfrutar en diferentes variantes y que se encuentran en cualquier lugar sin importar la hora. (El universal, 2020).

⁶ Término culinario que se utiliza para referirse a la técnica de asar alimentos que se hacen girar de frente, debajo o sobre una fuente de calor.

**CAPÍTULO I:
ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL.**

CAPÍTULO I: ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL.

1.1.Misión.

Ofrecer un pollo rostizado al gusto del consumidor, preparado de acuerdo a la tradicional receta familiar que nos caracteriza, ofreciendo un trato personalizado a nuestros clientes y garantizando calidad y servicio en un solo producto.

1.2.Visión.

Convertirnos en una empresa líder en la preparación de pollos rostizados con gran prestigio a nivel nacional, que no sólo satisfaga, sino que rebase las expectativas de nuestros consumidores y de la comunidad en general, asegurando calidad, servicio y limpieza.

1.3. Valores.

- Humildad.
- Empatía.
- Integridad: Ser transparente.
- Rendir cuentas: Ser responsable.
- Pasión: Estar comprometidos con el corazón y con la mente.
- Calidad: Búsqueda de la excelencia.
- Respeto: Un ambiente de respeto mutuo entre los propios empleados.

1.4.Objetivos estratégicos.

- Considerar las necesidades y opiniones de los clientes.
- Tener la recomendación de los consumidores.
- Hacer que la sazón de nuestros pollos sea agradable para los consumidores.
- Incentivar al cliente para que se sienta cautivado por la imagen de nuestra empresa.
- Dar la mejor atención al cliente, con un trato más personalizado hacia ellos y de forma atenta y confiable.
- Garantizar calidad en nuestros pollos conforme a los requerimientos de los clientes.
- Ofrecer precios adecuados.
- Proporcionar un ambiente agradable en el establecimiento, con lugares cómodos y placenteros para un mejor servicio.
- Tener la recomendación de los clientes.

1.5.Nombre y descripción de la empresa.

Comercializadora Limón, S.A. de C.V., es una empresa mexicana dedicada a la comercialización de productos avícolas, cumpliendo con los altos estándares de calidad e higiene con base a la NOM-251-SSA1-2009⁷, ISO 22000⁸, así como también a la ISO 9001⁹ para satisfacer la demanda del consumidor.

1.6. IMAGEN CORPORATIVA.

1.6.1. Nombre de la marca.

Las razones de la pollita en el logotipo es el de representar a la ama de casa y que se identifiquen sensualmente buscando como segmento del mercado a las personas con poco tiempo para la elaboración de sus alimentos.

1.6.2. Nombre de la empresa.

El nombre de la empresa “Comercializadora Limón”, está inspirado en el creador y fundador el Doctor Víctor Gabriel Torres Limón, cuya visión es la de tener un edificio inteligente donde se genere un producto comercial con los estándares de calidad necesarios para lograr la satisfacción del público en general.

1.6.3. JUSTIFICACIÓN DEL LOGOTIPO.

El color rojo tiene una visibilidad muy alta, es recomendable para convencer a las personas a tomar decisiones rápidas, lo que es un color muy intenso a nivel emocional. El amarillo simboliza la luz del sol, representa la alegría, felicidad, inteligencia y la originalidad.

El color blanco aporta paz, pureza y confort, lo que también expresa limpieza. El naranja tiene la representación del entusiasmo, atracción, creatividad, determinación, éxito y el estímulo; es un color muy caliente, por lo que produce sensación de calor. Y por último el color negro da a la imagen un toque de elegancia y aumenta la sensación de profundidad y perspectiva. (Ilustración 1).

⁷ Norma Oficial Mexicana: Prácticas de higiene para el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios.

⁸ Organización Internacional para la Estandarización, inocuidad alimentaria.

⁹ Organización Internacional para la Estandarización, Sistemas de Gestión de Calidad.

1.7. VENTAJAS COMPETITIVAS (ANÁLISIS FODA).

**FORTALEZA**

- Capacidad de diferenciación con respecto a nuestra competencia directa.
- Buena ubicación geográfica.
- Materia prima de calidad y mantenimiento.
- Trabajo en equipo dentro del restaurante.
- Adecuada estandarización de procesos de fabricación y venta.

OPORTUNIDAD

- Creciente tendencia por el consumo de pollos preparados.
- Tendencias de los consumidores a buscar nuevas experiencias y sensaciones en la comida.
- Accesible a cualquier tipo de mercado.

DEBILIDADES

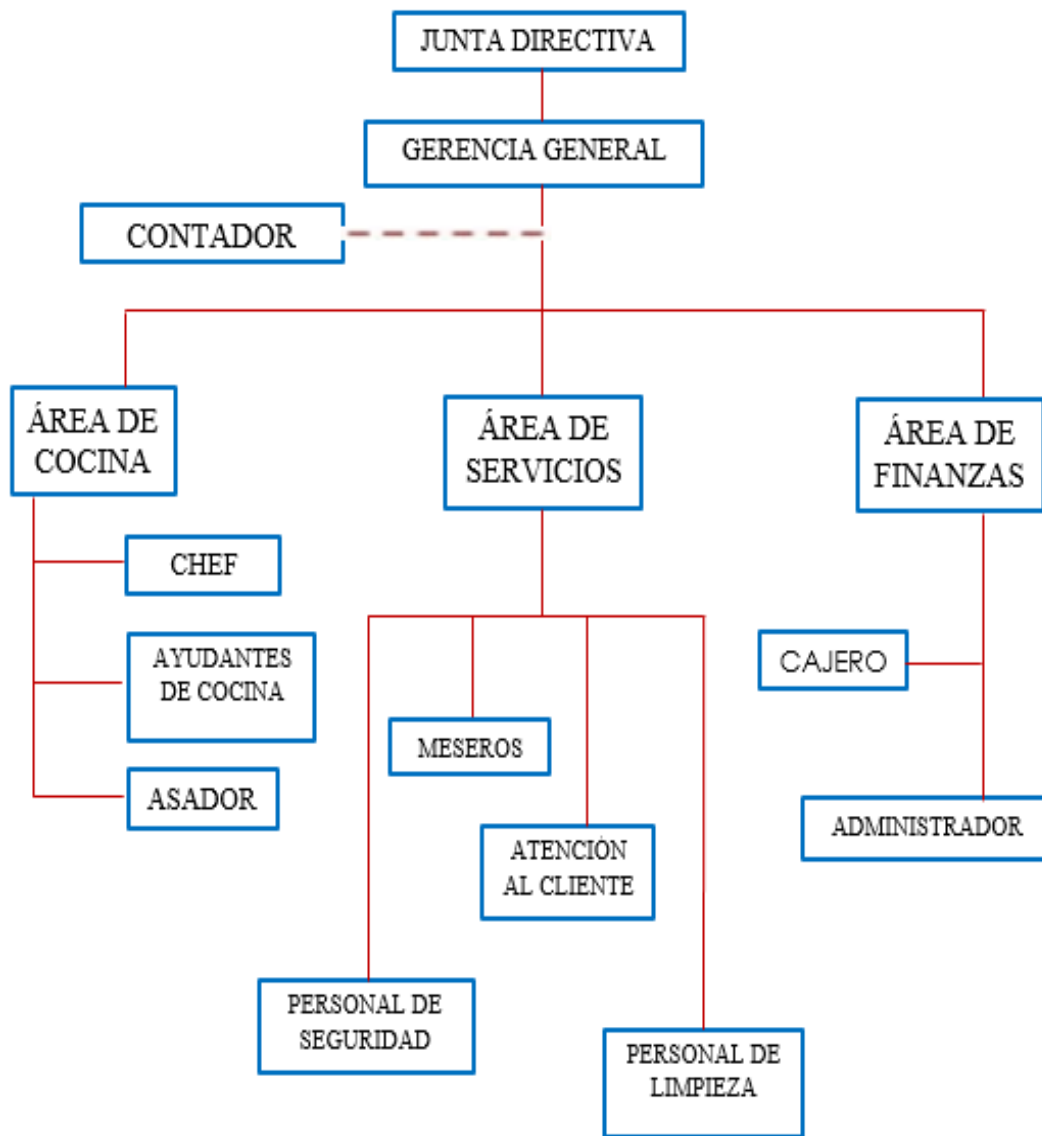
- Carencia de experiencia en el negocio al iniciar.
- Probable demora en la curva de aprendizaje del negocio que podría afectar el normal desarrollo de las actividades productivas y generadoras de dinero en el negocio.
- Limitados fondos de inversión para posicionar al negocio en mercado maduro.

**AMENAZAS**

- Bajos niveles de fidelización de clientes y marcas de pollerías.
- Inseguridad.
- Existencia de posibles enfermedades avícolas, lo que provocaría la reducción de ventas.

1.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Diagrama 1. Estructura organizacional de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

1.8.1. Organigrama de gestión y desarrollo humano.

Diagrama 2. Organigrama de gestión y desarrollo humano.



Fuente: Elaboración propia.

**CAPITULO II:
ESTUDIO DE MERCADO.**

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO.

2.1. ANTECEDENTES.

De acuerdo a la COMECARNE¹⁰, la proteína cárnica es parte primordial de una dieta equilibrada por ser fuente de aminoácidos, vitaminas y minerales esenciales para el desarrollo humano. En México, la variedad de nuestra gastronomía incluye a la proteína animal en sus platillos más representativos.

A nivel mundial, al cierre del año 2020 se alcanzaron los 65 kilos per cápita, posicionando así a México en el sexto lugar con más de 8.5 millones de toneladas de carne de res, cerdo y pollo consumidas al año, representando así el 3.2% del consumo mundial de carne. Así mismo, figura como uno de los importantes productores de cárnicos, ocupando la séptima posición con más de 6.7 millones de toneladas producidas anualmente, crecimiento de 3.2% contra el año 2019. (Consejo Mexicano de la carne, 2020).

Cabe señalar que la proteína que más se consume por lo menos en México, es la carne de pollo, que en el año 2020 alcanzó su consumo los 4 millones de toneladas, 80% de estas producidas domésticamente. El crecimiento contra 2019 fue del 3% en producción y un 2.8% en consumo; el consumo per cápita llegó hasta a los 31.4 kilogramos. (Consejo Mexicano de la carne, 2020).

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

La idea del negocio para la apertura del restaurante de pollos rostizados preparados denominada “pollitas”, surgió de analizar un mercado básico, continuo y final con la oferta existente en la zona donde se piensa la apertura del negocio. Esto se explica por un servicio de baja calidad, condiciones de preparación de productos, insumos utilizados, presentación de los mismos e incluso la ambientación donde los comensales consumen el producto.

Dicha información fue obtenida de conversaciones con vecinos de la zona, así como empleados de empresas ubicadas por el mismo sector. De igual modo, se enfocará en satisfacer las siguientes necesidades y oportunidades:

- Necesidades.
- ❖ Fisiológicas: alimentación y descanso, ya que los fines de semana, dentro del propio restaurante, el cliente podrá disfrutar del servicio de karaoke y una famosa “hora feliz”.

¹⁰ Consejo Mexicano de la Carne.

- ❖ Reconocimiento: ofrecer un ambiente confortable, servicio personalizado y la generación de confianza por la calidad y variedad del producto.
- ❖ Seguridad: se cuenta con un estacionamiento dentro de las instalaciones con personal especializado en vigilancia.
- Oportunidades.
 - ❖ Producto: será principalmente un bien que hará que el típico pollo rostizado que comúnmente se venderá, se haga conforme a la receta secreta familiar con una combinación de crema, chipotle, cebolla y tomate, con ayuda de la propia grasa que suelta el pollo, siendo así un bien que se complementa con el servicio de calidad, atención personalizada e inmediata, un grato ambiente, lugar acogedor y seguro para todo público.

2.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

El mercado potencial contempla la zona sur del estado de Veracruz, que comprenden los municipios de Acayucan, Cosoleacaque, Minatitlán, Las Choapas y la ciudad de Coatzacoalcos, así como sus congregaciones.

Nuestro producto va dirigido directamente al nivel socioeconómico C¹¹, y se trata de un sector heterogéneo ubicado entre la clase obrera o baja y la clase alta. Por lo tanto, a los individuos pertenecientes a dicha clase social, les tocará posiciones intermedias en cuanto al poder, riquezas y prestigio.

La clase media alta, se encuentra compuesta por los individuos que disponen de los más elevados recursos materiales como por ejemplo, dueños de empresas, ejecutivos, entre otros. Se encuentran mayormente profesionistas que disponen de ingresos medios que les permite vivir bien, satisfacer sus necesidades y darse ciertos gustos; y finalmente, la última clase del estrato socioeconómico, la clase baja, en ella se encuentran integrados aquellos individuos que cuentan con escasos recursos pero que les es permitido satisfacer sus necesidades más esenciales, normalmente por obreros y personal de servicios, entre otros.

2.3.1. Estratos socioeconómicos.

Debido a su precio bajo, es posible atacar a los siguientes segmentos del mercado que a continuación se desglosan:

¹¹ Clase media.

C* Clase media.

Este segmento contiene a lo que típicamente se denomina clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares se encuentra formado por individuos con un nivel educativo principalmente preparatoria. Los hogares que se encuentran aquí son aquellas casas y/o departamentos propios o rentados con ciertas comodidades. (Rankia, 2020).

C* Clase media-baja.

Se incluyen aquellos hogares que sus ingresos y/o estilos de vida son ligeramente menores a los de la clase media. Esto se refiere a que son los que llevan un mejor estilo de vida dentro de la clase baja. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos de nivel educativo de secundaria o primaria completa. Los hogares pertenecientes a dicho segmento son en su mayoría, de su propiedad, aunque algunas personas rentan inmuebles y algunas viviendas son de interés social. (Rankia, 2020).

2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

2.4.1. Fuentes primarias.

Para realizar el estudio de mercado, se ha obtenido a consideración dos importantes análisis que permitirán saber cuál será el comportamiento de nuestros futuros clientes, así como también quienes son nuestros competidores.

Es muy importante saber qué es lo que buscan para así poder satisfacer sus necesidades y qué ofrece la competencia, cuáles son sus debilidades respectivamente y así poder convertir en nuestras oportunidades.

Tabla 1. Población censada del municipio de Coatzacoalcos.

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Población censada	310,698
Población hombres (48%)	149,135
Población mujeres (52%)	161,563

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de DATAMEXICO del 2020.

Se logra observar que el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz cuenta con una población de 310,698 censada en el año 2020, y que nuestros futuros clientes se encuentran en un rango desde los 20 a 60 años, lo que representa un total de 100,649 personas.

Seis de cada diez personas que residen en la zona donde se ubicaría el futuro negocio, suelen acudir a comer fuera de casa, cuatro de cada diez prefieren hacerlo en una pollería, y tres de cada diez a un restaurante de comida rápida.

Considerando que al acudir a una pollería, es posible encontrar con suma frecuencia una oferta variada de patillos, es el pollo rostizado el preferido por todos¹², en mayor proporción las mujeres amas de casa que los hombres y los de edades en el rango entre los 25 y 39 años de edad, disminuyendo en los más jóvenes, entre los 20 y 24 años de edad. (Unión Nacional de Avicultores, 2020).

Las personas que residen en la zona de Coatzacoalcos, Veracruz; suelen acudir en promedio siete veces al mes a un restaurante y prefieren hacerlo principalmente un fin de semana¹³, siendo siguiente los horarios preferidos, de 12:00 del día a 3:00 de la tarde y de 6:00 de la tarde a 9:00 de la noche.

2.4.2. Fuentes secundarias.

Las fuentes que sirvieron de soporte a la investigación, se detallan a continuación:

- INEGI¹⁴
- FAO¹⁵
- COMECARNE¹⁶
- UNA¹⁷
- OCDE¹⁸
- SEFIPLAN¹⁹

¹² Seis de cada diez personas.

¹³ Sábado y domingo.

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

¹⁵ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

¹⁶ Consejo Mexicano de Carne.

¹⁷ Unión Nacional de Avicultores.

¹⁸ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

¹⁹ Secretaría de Finanzas y Planeación.

En un comunicado, la presidenta de la COMECARNE, la Srta. Carla Suárez, indicó que existe un compendio en el cual contiene cifras de consumo, producción, comercio exterior y sacrificios sobre las especies más representativas, así como las carnes frías.

“La proteína que más consumimos los mexicanos es la carne de pollo. En el año 2020, el consumo alcanzó los cuatro millones de toneladas, un ochenta por ciento producidas nacionalmente. El crecimiento contra el año 2019, fue del 3% en producción y 2.8 por ciento en consumo”, detalló la presidenta del Consejo Mexicano de la Carne. (Milenio, 2020).

En los últimos años el pollo es uno de los alimentos preferidos en nuestro país, en el año 2019 esta actividad generó un valor cercano a los 100,000 millones de pesos, posicionándose así en el tercer lugar dentro del valor de la producción agropecuaria por debajo de la carne de res y el maíz en grano. Y así es como la industria avícola tiene un peso importante en la economía nacional. (Jose Cuevas Valdez, 2020).

El consumo de pollo durante el 2021 se estima en 4.5 millones de toneladas, con un incremento anual del 2.7 por ciento. La carne de pollo es una de las fuentes de proteína animal preferida y asequible en México para la población de ingresos bajo y mediano.

En comparación con las cifras registradas durante el año 2018, la oferta nacional crecería a un ritmo de 2.7% anual, mismo valor esperado para la variación anual de la demanda.

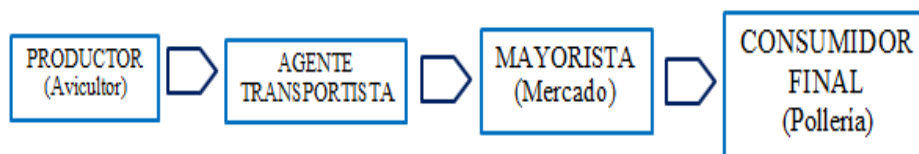
La expectativa con la que se espera para el año 2020, es que la producción interna crezca como resultado de la creciente demanda. (Jose Cuevas Valdez, 2020).

2.5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.

La plaza o distribución hace referencia a la forma de cómo se llegara al consumidor final, dado que será un lugar comercial con el que se contará.

2.5.1. Canal de distribución de nuestros insumos.

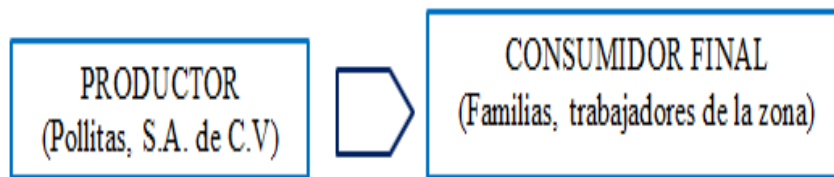
Diagrama 3. Canal de distribución de nuestros insumos.



Fuente: Elaboración propia.

2.5.2. Canal de distribución de nuestros productos.

Diagrama 4. Canal de distribución de nuestro producto.



Fuente: Elaboración propia.

La distribución del producto será de forma directa, puesto que no habrá intermediarios entre la empresa como productores y el consumidor final. El consumidor deberá dirigirse a las instalaciones para adquirir nuestro producto.

Lo importante en nuestra estrategia será nuestra ubicación²⁰, ya que se ha elegido un lugar por el cual transitan muchas personas que serían clientes potenciales.

2.5.3. Conclusión del estudio de mercado.

Toda vez que existe un creciente mercado de consumidores potenciales que gustan de productos libres de agentes contaminantes por los procesos químicos y transgénicos que hoy en día se encuentran en el mercado a precios relativamente económicos pero con un gran impacto en la salud.

El doble aprovechamiento de un mismo proceso le permitirá al proyecto generar el doble de ingresos sin llegar a la incrementación de los costos operativos.

Conforme a los resultados obtenidos, se considera viable la venta de productos avícolas preparados.

2.6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.

Para comunicar y dar a conocer al mercado objetivo de la existencia de nuestro restaurant pollería, las bondades de nuestros productos / servicios, se realizará lo siguiente:

Impresión de volantes: Proponemos repartirlos en diferentes lugares cercanos a las zonas comerciales e incluso una buena idea es ofrecer en el mismo, un descuento u oferta especial a quienes presenten el volante de tal manera que se podrá medir la respuesta de dicho medio.

²⁰ Av. Universidad Veracruzana.

Lonas o carteles: Buscar zonas transitadas cerca del establecimiento para que las personas lo vean con facilidad y tengan el conocimiento de la nueva pollería del mercado.

Tarjetas personales de presentación: Deseamos que un buen cliente recuerde nuestro negocio, por lo que debeos contar siempre a mano una tarjeta de presentación, de igual manera nos aseguraremos que siempre los vendedores tengan tarjetas personalizadas.

Clasificados gratis por internet: Buscar sitios de clasificados en línea. Usualmente dichos medios pueden generar buenos clientes que buscan opciones en la web, así que siempre es bueno tener anuncios del negocio allí. Existen también las páginas amarillas en línea donde podríamos registrarnos gratis.

Implementación de un programa de referidos: Un programa de referidos es aquel sistema que permite premiar a los clientes fieles por recomendarnos. Se podrá ofrecer un descuento especial, un obsequio o hasta productos cuando un cliente nos recomiende a otro cliente que compre en el negocio, esto ayudará a fidelizar al cliente y a obtener publicidad gratuita en boca de muchos.

Redes sociales: La realización de páginas dentro de las redes sociales y sea a través de Facebook, Twitter, Instagram, etcétera. Para que los usuarios de dichas redes se enteren de nuestro negocio y así ellos puedan visitarnos. También estaremos informando de las promociones, rebajas y descuentos que se estarán manejando en diferentes fechas del mes.

Cupones de descuento: Dichos cupones serán obsequiados a clientes estrellas, quienes ya cuentan con cierta frecuencia con nosotros y se merezcan la bonificación.

Sorteos: Se realizarán sorteos a los consumidores, por una compra mayor a x de consumo se le entregará un cupón donde podrán llenar sus datos y participar en el sorteo de un paquete gratis.

2.7. PRESENTACIONES DEL PRODUCTO.

Comercializadora Limón, S.A. de C.V., ofrecerá sus platillos especializados en lo que respecta a pollos, se mencionarán algunos de ellos a continuación:

2.7.1. Platillo estrella.

Pollo Rostizado Preparado.

Modo de preparación:

Se sirve un pollo entero de 1 a 1.5 kilos, el cual es dividido mediante dos cortes, uno longitudinal y otro transversal. A partir de los cortes ya mencionados, se obtendrán cuatro piezas, las cuales son dos piernas, dos muslos y dos pechugas. Una pieza la cual es la pechuga, contiene media pechuga, el ala y la espalda del pollo, en tanto que, la pieza de pierna contiene media rabadilla, el muslo, la pierna, conforme a la receta secreta familiar con una combinación de crema, chipotle, cebolla y tomate rebanado, con ayuda de la propia grasa que soltará el propio pollo rostizado. Se acompañará con una salsa, porciones de arroz y trozos de pan, además de una bebida gaseosa en envase mayor o igual de un litro a litro y medio.

2.7.2. Platillos variados.

Caldo rojo con pieza de pollo o menudencia.

Acompañada de trozos de pan, limón y sal (Ilustración 3).

Pollo frito al mojo de ajo.

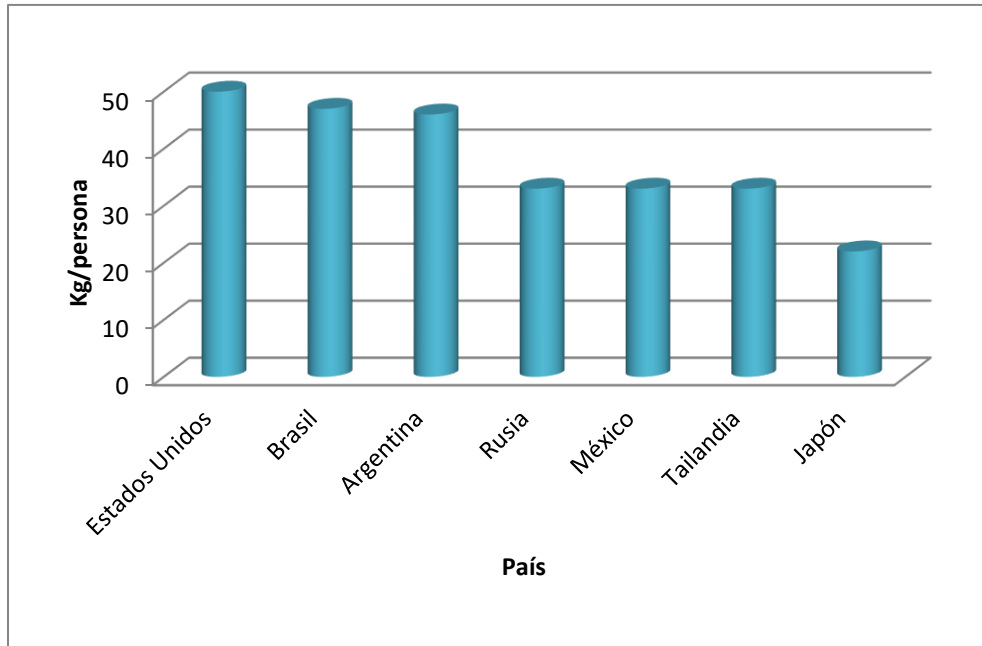
Deliciosamente frito en salsa de ajo con chiles verdes y abundante cebolla frita (Ilustración 4).

Pollo en barbacoa.

Exquisito guiso a base de hojas de aguacate, acuyo y envuelto en hojas de plátano asadas, acompañado de salsa de chile, guajillo, mulato y ancho (Ilustración 5).

2.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

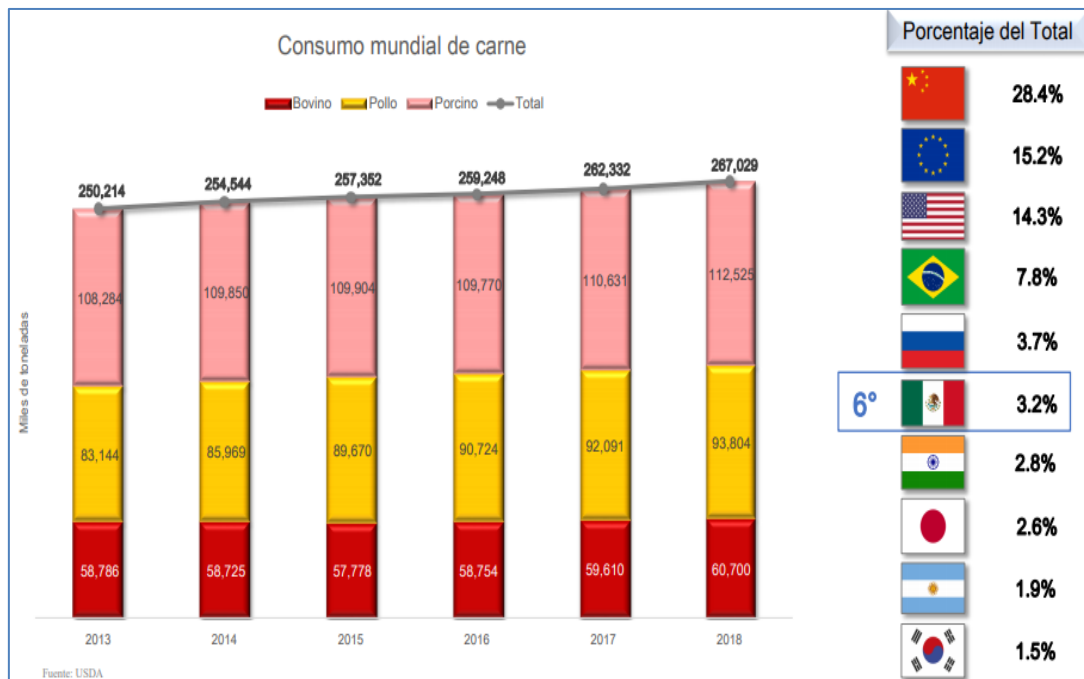
Gráfica 1. Consumo per cápita de carne de pollo.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la COMECARNE.

Como se puede observar en la gráfica, México ocupó un quinto lugar en lo que refiere al consumo per cápita de la carne de pollo con respecto al año pasado.

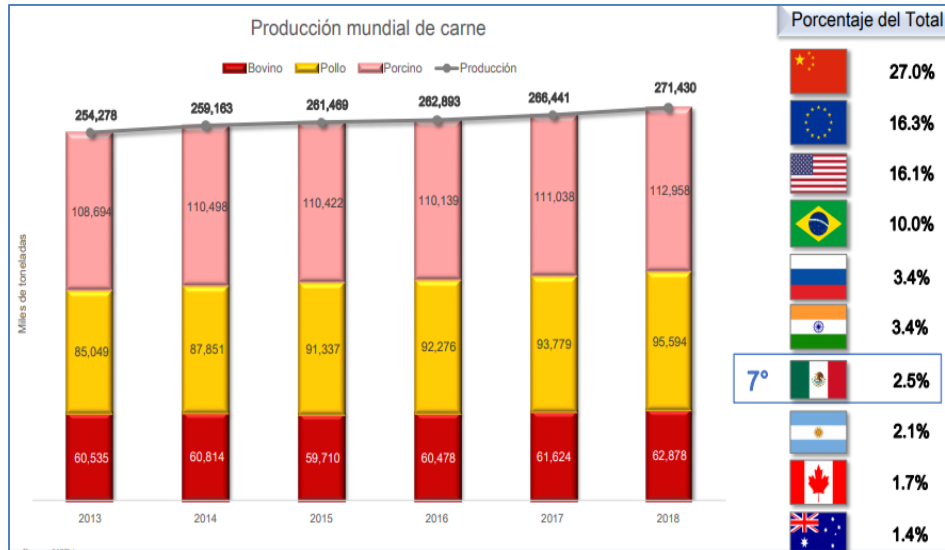
Gráfica 2. Consumo mundial de carne.



Fuente: Gráfico tomado del departamento de agricultura de Estados Unidos.

México ocupa un tres punto dos por ciento referente al consumo mundial de carne, siendo así la proteína más consumida lo que es la carne de pollo, con un total de 93,804 miles de toneladas consumidas, consiguiendo un incremento del 10.19% en un año.

Gráfica 3. Producción mundial de carne.

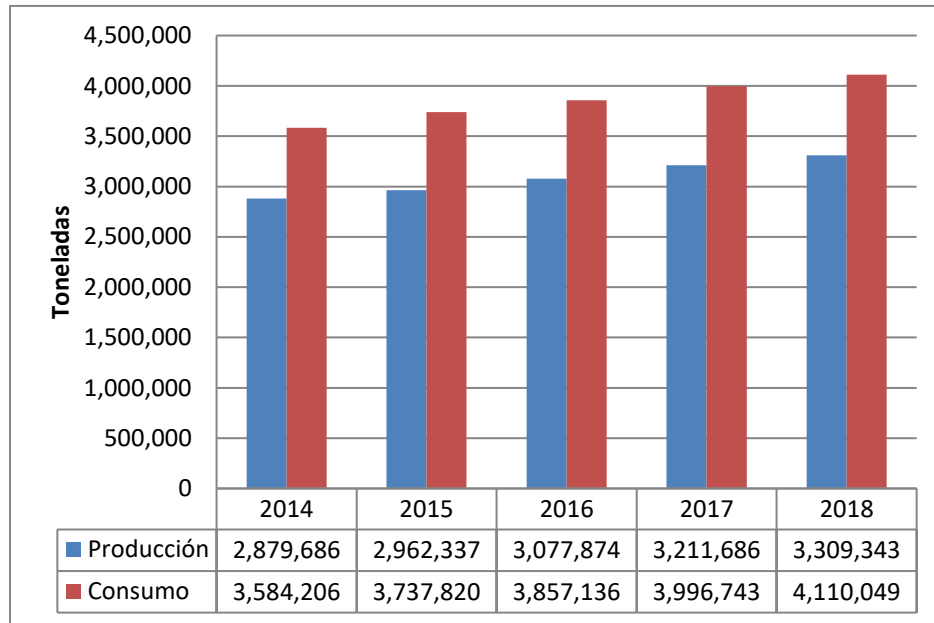


Fuente: Gráfico tomado del departamento de agricultura de Estados Unidos.

Obteniendo un porcentaje total de producción del dos punto cinco por ciento, México se encuentra en la séptima posición del gráfico, convirtiéndose en uno de los 7 países más importantes productores de carnes en el mundo. Siendo también que la carne de pollo es la segunda proteína en producirse en estos 9 países.

En el año 2018, se produjeron noventa y cinco punto nueve millones de toneladas de carne de pollo en el mundo, siendo México el séptimo productor. (Consejo Mexicano de la carne, 2020).

Gráfica 4. Niveles de producción y consumo de carne.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del SIAP²¹.

La producción de carne de pollo en México se concentra en cinco estados de la república, los cuales representan el cincuenta y tres por ciento de la producción total. (Ilustración 7), (Unión Nacional de Avicultores, 2021).

2.8.1. Análisis de la industria.




2.8.1.1. Competidores directos en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.

Mediante un estudio de mercado, se encontró que los potenciales competidores para el restaurante pollería denominado “Pollitas”, serían los siguientes: El Pollo Feliz, El Pollo Amable, El Brasero y El Pollo Vanidoso.

Para tener una idea más clara de quienes conforman el listado de competencia, a continuación se presentará un cuadro de los nombres, sus respectivos logos y direcciones, siendo a continuación:

²¹ Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.

Tabla 2. Competidores directos.

Logo.	Nombre comercial.	Direcciones o sucursales.
	El Pollo Feliz	Cuenta con 5 sucursales: <ol style="list-style-type: none"> 1. Álamo #100, Iquisa. 2. Av. Independencia #711. 3. Av. Ignacio Aldama #403 B. 4. Av. Las Palmas Esq. Diego Rivera, Paraíso.
	El Pollo Amable	Miguel Ángel de Quevedo #311, Col. Puerto México.
	El Brasero	Cuenta con 3 sucursales: <ol style="list-style-type: none"> 1. Av. Universidad Veracruzana #110, El Tesoro. 2. Av. Francisco Sarabia #428, Frutos de la revolución. 3. Av. Juan Osorio López #320, Independencia.

Fuente: Elaboración propia con datos de Google Maps.

2.8.1.2. Cuadro comparativo de la competencia directa de pollitas.

Tabla 3. Cuadro comparativo de la competencia directa para Pollitas.

Restaurante	El Pollo Feliz	El Pollo Amable	El Brasero
Localización	Av. Las Palmas, esq. Diego Rivera, Col. Paraíso.	Miguel Ángel de Quevedo #311, Col. Puerto México.	Av. Universidad Veracruzana #110, Col. El Tesoro.
Capacidad de atención	40 personas	10 mesas	5 mesas individuales y 10 familiares.
Precio	\$160.00 Incluye: 1 pollo asado, a la leña o al carbón, ½ kg de tortillas y salsas.	\$140.00 Incluye: 1 pollo asado, crujiente o rostizado, ½ k de tortillas, salsas y 1 refresco de 1.5 lts.	\$185.00 Incluye: 11 pollo asado o rostizado, 1 complemento, frijoles charros, salsas y 1 refresco de 1.5 lts.
Ambiente	Local amplio	Local pequeño	Local pequeño
Ambientes recreativos	NO DISPONIBLE		
Área de estacionamiento	NO DISPONIBLE		
Presentaciones de sus platos	Extensa variedad de platillos y porciones no considerables	Poca variedad de platos y porciones menos considerables	Variedad de platillos y porciones menos considerables
Ofertas	Constantemente	Días festivos	Constantemente
Calidad de servicio	Bien	Regular	Regular
Calidad del producto	Regular	Regular	Regular
Presentación del uniforme	Uniformados	Sin uniforme	Uniformados

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de Google Maps.

Como se puede observar, la empresa líder en la venta y distribución de productos avícolas, es el restaurante denominado “El Pollo Feliz”, los consumidores siguen asistiendo por motivo de que, además de que es una empresa conocida nacionalmente, maneja constantemente ofertas y promociones al público en general, aun con los precios tan elevados que manejan.

Dentro de la región de Coahuila de Zaragoza, Veracruz, la producción de pollos se cubre dentro del mercado gracias a la venta de productos avícolas en distintas presentaciones, encontrándose dentro de la ciudad tres importantes restaurantes de pollos que abarcan parte de la demanda, los cuales son: El Pollo Feliz, El Brasero y El Pollo Amable. Los cuales se encuentran ubicados en: Av. Las Palmas, esquina Diego Rivera, Col. Paraíso, Miguel Ángel de Quevedo #311, Col. Puerto México y en Av. Universidad Veracruzana #110, Col. El Tesoro, respectivamente (Ilustración 6).

Comercializadora Limón, S.A. de C.V, deberá considerar varios aspectos que no se pueden dejar de revisar como lo son las barreras que se pudieran llegar a tener en caso de ingresar al mercado. Como se mencionarán a continuación:

1. La marca e imagen de la competencia, que para nuestro caso es difícil de superar dicha barrera, ya que conforme se analizó la competencia, se puede determinar que existen empresas de trayectoria y se encuentran correctamente posicionadas por su prestigio y reconocidas por nombre, calidad y servicio; tal y como lo es el caso del Pollo Feliz.
2. Por último, el volumen de producción. Para el caso de la pollería objeto de estudio, no hay punto de comparación con la competencia, por motivo de que en sus inicios no se podrá tener la misma producción que nuestros competidores, debido a que se encontrará en sus inicios

2.9. PRESUPUESTO DE VENTAS PROMEDIO.

Según datos del INEGI²², en la ciudad y puerto de Coatzacoalcos, Veracruz., se encuentran 94,675 viviendas que sólo el 55% son viviendas con piso de cemento. Ahora bien, la UNA²³ menciona que la avicultura es uno de los sectores estratégicos para la alimentación en México, puesto que 6 de cada 10 personas incluyen en su dieta la carne de pollo, porque dicho producto se encuentra al alcance de las familias mexicanas, así como también a su alto contenido nutricional, accesibilidad y versatilidad. (Unión Nacional de Avicultores, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, se determinó una población potencial de 56,805 personas las cuales sólo dos personas cuentan con el poder de comprar o adquisición de dicho producto, lo que nos daría un mercado de consumo menor de 28,403 personas. En el ámbito de consumos, los usuarios mantienen una alta preferencia por los productos avícolas por ejemplo, para el caso de la carne de pollo, el consumo per cápita logrado fue de 34.56 kilogramos, por habitante de la región de Coatzacoalcos, Veracruz.

Lo que al considerar una población de mil personas y al multiplicarlo, nos daría nuestras primeras ventas del primer año en curso, para lo que es el precio promedio, se consigue la media del precio entre todos los competidores que nos enfrentaremos en el mercado. A continuación se presenta la tabla del presupuesto de ventas promedio que espera la empresa en poder alcanzar.

Tabla 4. Presupuesto de ventas promedio.

Unidades Vendidas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pollos	34,560	35,562	36,594	37,655	38,747
Precio promedio	\$ 162.00				
Inflación	6.29%	6.29%	6.29%	6.29%	6.29%
Precio + inflación	\$ 172	\$ 182	\$ 193	\$ 203	\$ 213
Ingresos obtenidos por la venta del pollo	\$5,950,879.49	\$6,485,827.11	\$7,046,797.00	\$ 7,634,848.56	\$ 8,251,080.76

Fuente:

Elaboración propia.

²² Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

²³ Unión Nacional de Avicultores.

**CAPÍTULO III:
ESTUDIO TECNICO.**

CAPITULO III: ESTUDIO TECNICO.

En el estudio técnico se presenta una serie de datos que logran demostrar la viabilidad técnica del proyecto, de tal forma, provee la información necesaria para cuantificar el monto de la inversión que será utilizada para el proyecto. También permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además permitirá verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

Tabla 5. Selección de la localización.

Factor relevante	Peso asignado	A		B	
		Calif.	Calif. ponderada	Calif.	Calif. ponderada
Materia prima disponible	0.05	5.5	0.275	5.0	0.25
Mano de obra disponible	0.05	5.5	0.275	5.0	0.25
Costo de los insumos	0.10	9.0	0.9	8.5	0.85
Costo de la vida	0.15	8.5	1.275	7.5	1.125
Cercanía del mercado	0.33	9.0	2.97	10.0	3.3
Acceso al transporte público	0.15	8.5	1.275	10.0	1.5
Espacio disponible en m2	0.15	9.0	1.35	8.0	1.2
SUMA	1.0		8.32		8.48

Fuente: Elaboración propia.

A: Av. Las Palmas S/N Manzana A, Col. Paraíso.

B: Av. Universidad Veracruzana, esquina Av. Las Palmas #2501, Rancho Alegre II.

De acuerdo a la tabla anterior una vez analizada, el mejor lugar para establecer el restaurante de pollos rostizados preparados sería la opción B, la cual se encuentra ubicada en Av. Universidad Veracruzana, esquina Av. Las Palmas #2501, Rancho Alegre II.

Esta ventaja surge por 3 factores muy importantes, los cuales corresponden a la localización, dicha ubicación se encuentra en una vialidad principal y transitada, así como también el terreno disponible es mayor para la producción y venta de productos avícolas. De tal forma, lo que es el acceso al transporte público es una vía rápida y mejorada para los consumidores necesarios, motivo por el cual son avenidas principales y sobre todo transitadas.

Asimismo, se considera que la facilidad con la que se puede acceder a este tipo de negocios, la adaptabilidad a cualquier segmento es oportunidad ya que además de que todo tipo de personas consumen dichos productos sin distinción alguna.

3.1. LOCALIZACIÓN.

3.1.1. Macrolocalización.

3.1.1.1. Aspectos geográficos.

Anteriormente llamado Puerto México, es un puerto comercial e industrial que aunado al recinto portuario de Pajaritos, conforma un conjunto de instalaciones portuarias de gran capacidad para el manejo de embarcaciones de gran tamaño y altos volúmenes de carga.

El puerto de Coatzacoalcos, sede de la cabecera municipal del mismo nombre, es considerado como el polo de desarrollo más importante en el sur de Veracruz, debido a su ubicación estratégica que le ha permitido ser un centro de distribución de distintas mercancías, así como por considerarse uno de los puertos más importantes en la producción petroquímica y petrolera del país.

El corredor industrial formado entre Coatzacoalcos y la ciudad de Minatitlán, comprende una zona de influencia que abarca desde la ciudad de Cosoleacaque, por Nanchital, Agua Dulce y Las Choapas, extendiendo su área de influencia hasta las ciudades de Acayucan, Veracruz y la Venta, Tabasco.

3.1.1.2. Límites geográficos del puerto.

El puerto de Coatzacoalcos se encuentra ubicado al norte del istmo de Tehuantepec, limita con los municipios de Chinameca, Moloacán, Oteapan, Minatitlán, Las Choapas, Agua Dulce, Nanchital e Ixhuatlán del Sureste, y alberga a los Ejidos²⁴, las congregaciones²⁵ y a la cabecera municipal la ciudad de Coatzacoalcos.

Se encuentra vinculado con el puerto de Salina Cruz, con el que tiene una distancia de 300 kilómetros, Coatzacoalcos, Veracruz; ofrece la oportunidad de operar un corredor de transporte intermodal para tráfico internacional de mercancías y constituye la base para el desarrollo de

²⁴ Abarca 5 de mayo, Francisco Villa, La Esperanza, Lázaro Cárdenas, Manuel Almanza, Paso a desnivel y Rincón grande, junto con la Villa de Allende.

²⁵ Como lo son Colorado, Guillermo Prieto, Las Barrillas y Mundo Nuevo.

actividades industriales, agropecuarias, forestales y comerciales en la región del istmo de Tehuantepec.

Se localiza en la vertiente del Golfo de México, en la porción sur del Estado de Veracruz, en lo que es la desembocadura del río Coatzacoalcos en situación geográfica:

Tabla 6. Coordenadas geográficas.

LATITUD	LONGITUD
18 ° 09 '24 “ Norte	94° 26 '00” Oeste

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de INEGI.

Se encuentra regado por el río Coatzacoalcos que forma la barra de Coatzacoalcos; el río Tonalá; limítrofe con el estado de Tabasco y el Huastlán al norte del municipio, además tiene los arroyos de Tortuguero, Gavilán y la laguna del Ostión.

Su clima es cálido húmedo, con una temperatura media anual de 26.3° C, con precipitación pluvial la mayor parte del año, siendo más abundante en verano y principios de otoño, la precipitación media anual con la que cuenta es de 2,832.20 milímetros.

3.1.1.3. Aspectos socioeconómicos.

A continuación, estos son algunos de los datos sociológicos y estadísticos del municipio de Coatzacoalcos, Veracruz de Ignacio de la Llave.

Tabla 7. Datos estadísticos.

Población total:	310,698
Población masculina:	149,139
Población femenina:	161,559
Índice de fecundidad (hijos por mujer):	2.18%
PIB per cápita (miles de pesos corrientes):	\$45,852 MXN
Población con educación superior (de 25 años o más):	0.25%
Densidad de población:	50.64%

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del INEGI e IMCO²⁶.

²⁶ Instituto Mexicano para la Competitividad.

3.1.1.3.1. Economía y empleo.

Porcentaje de la población (demás de 12 años) económicamente activa: representado en un 55.71% (73.47 de los hombres y 39.01% de las mujeres estaban trabajando o buscando algún tipo de empleo).

Porcentaje de la población activa ocupada: representado en un 95.93% (el 95.20% de los hombres y 97.23% las mujeres activas económicamente cuentan con empleo). (INEGI, 2020).

3.1.1.3.2. Actividades económicas.

En el hermosísimo estado de Veracruz, México, se encuentra el municipio de Coatzacoalcos, su nombre proviene del náhuatl y significa “donde se esconde la serpiente”. Es una ciudad y puerto en la región Olmeca del estado, es una de las ciudades más importantes y desarrolladas del sur de Veracruz, su desarrollo se ha establecido por el auge de los complejos petroquímicos de Pajaritos, Morelos y Cangrejera.

Dentro del área geográfica y cultural olmeca, se consideró a la ciudad de Coatzacoalcos como la capital de la provincia. (Ciudades Porteñas, 2020).

En el municipio, se siembran un total de veinticinco mil 400 hectáreas de tierras de labor, aprovechando a la vez el riego de los ríos y arroyos existentes. Los principales productos cultivados son el maíz, frijol, arroz, sandía, naranja, plátano y mango; y en menor cuantía son las palmas de coco y algo de café, en lo que es la región montañosa (INEGI, 2020).

En el ámbito de la ganadería, la ciudad cuenta con una superficie de quince mil doscientos setenta y nueve hectáreas, dedicadas a la actividad antes mencionada. Se ubican 448 unidades producción rural con actividad de cría y explotación de animales, cuenta con ganado bovino de doble propósito, además de la cría de ganado porcino, ovino y equino (INEGI, 2020).

Coatzacoalcos es el punto más importante en el ámbito de la pesca, puesto que cuenta con un muelle, dos embarcaderos, un varadero, un astillero, diez fábricas de hielo y tres congeladoras, como facilidades de apoyo a la productividad pesquera tan escasa.

Las artes de pesca utilizadas suman un total de 9,341 diversificados en 1,332 redes, 62 líneas de pesca, 7,877 trampas y setenta equipos. Datos estadísticos obtenidos del INEGI, indican que en el puerto la población dedicada a las actividades pesqueras es de 7,000 individuos, dicha cantidad incluye a los pescadores, técnicos y empacadores, relacionados con dicho sector.

3.1.1.3.2.1. Minería, industria y comercio nacional e internacional.

La actividad minera más importante que se realiza en el puerto y ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz es la de la extracción del petróleo y gas natural.

La refinería general Lázaro Cárdenas de la ciudad de Minatitlán, que nació en 1906 fue la primera gran refinería de Latinoamérica y actualmente, desarrolla un completo proyecto de reconfiguración. Cuenta con 27 plantas industriales, dedicadas a la producción de energéticos, además de que tiene un sector ubicado en la cangrejera de Veracruz, donde existen 3 plantas.

Una gran parte de la industria petroquímica del país, pública y privada se encuentra en el sur del Estado de Veracruz, específicamente en el puerto de Coatzacoalcos. Como ejemplo de lo anterior, se hace mención de los complejos petroquímicos de Cosoleacaque, Morelos, Cangrejera y Pajaritos.

Tanto en el ámbito nacional e internacional, la ciudad y puerto de Coatzacoalcos cuenta con la Administración Portuaria Integral, la cual invirtió 75 millones de pesos en los trabajos de dragado tanto del canal principal de navegación como de la nueva posición de atraque marginal en el recinto de Laguna de Pajaritos.

3.1.1.4. Aspectos de infraestructura.

Por su ubicación geoestratégica, Coatzacoalcos, Veracruz, tiene una trascendental participación en el Sistema Portuario Nacional al representar la ruta más corta para interconectar el océano atlántico con el pacífico. Su comercio exterior se rige principalmente hacia la costa este de los Estados Unidos de Norteamérica, Canadá, Centro y Sudamérica, así como la Costa Oeste de Europa; mientras que en el comercio interior, sirve a las regiones geoeconómicas del Golfo de México, Pacífico Sur y parte del altiplano cubriendo a los estados de Oaxaca, Tabasco, Chiapas, Campeche, Yucatán, Puebla, México y la Ciudad de México, posicionándose de dicha forma como el puerto con mayor potencial para la captación de inversiones privadas nacional y extranjera.

La ciudad y puerto de Coatzacoalcos, Veracruz cuenta con una amplia gama de infraestructura, lo cual ha permitido la atracción de turistas que a continuación se mencionan:

Para comenzar, cuentan con un monumento a Don Miguel Hidalgo y Costilla, que se encuentra ubicado al final del Paseo Miguel Alemán y que fue construido en el año de 1960.

El edificio que alberga las oficinas corporativas de Pemex Petroquímica es una de las obras arquitectónicas más representativas de la ciudad, se encuentra al poniente sobre la calle Jacarandas a un costado de la plaza denominada Crystal.

Uno de los complejos petroquímicos con los que cuenta el puerto de Coatzacoalcos, es el complejo Morelos, se puede apreciar durante el día y la noche al aproximarse al puerto desde unas 10 M viniendo del este.

El edificio del Sector Naval, pintado en colores crema y rojo óxido, de 15 metros de altura con una antena de radio de 5 metros sobre la azotea, solo puede apreciarse viniendo del este y durante el día, cruzando las escolleras.

Sobre la margen derecha del río Coatzacoalcos es notable la Torre de Control de Tráfico Marítimo de forma cilíndrica, de 40 metros de altura y pintada de color blanco con franjas rojas. Durante la noche, se encuentra iluminada con luces blancas en su base y luces rojas en la parte superior.

Navegando a una distancia aproximada de 6 MN, de la costa, se aprecia la antena de telecomunicaciones de Pemex, cuya estructura es de hierro en forma trapezoidal de 50 metros de altura, pintada con franjas alternadas de color rojas y blancas, cuenta con un total de 14 luces rojas.

Para el cruce de los transbordadores y las embarcaciones de pasajeros que cruzan de la ciudad de Coatzacoalcos hacia Villa Allende y viceversa.

El paseo de las escolleras es el lugar en donde se une el río Coatzacoalcos con el Golfo de México, este paseo de casi un kilómetro es ideal para refrescarse cuando empieza a caer el sol.

Se encuentra a 12 kilómetros del puerto de Coatzacoalcos y a 11 kilómetros de la ciudad de Minatitlán, sobre la antigua carretera a Minatitlán, cuenta con una pista orientada al Norte-Sur, con una superficie de 2,100 metros de largo por 45 metros de ancho.

La salida al mar de Coatzacoalcos le permite la comunicación marítima con otros puertos tanto del país como del exterior permitiendo el acceso a barcos que transportan mercancías o productos químicos.

La Central de Autobuses de Oriente de la ciudad y puerto de Coatzacoalcos, se ubica al sur y brinda los servicios de transporte terrestre a una gran cantidad de destinos en el sureste y centro del país, en sus diferentes servicios cuenta con los siguientes: Intermedio SUR, AU, TLT, Sotavento, Transportes del Istmo, RS, Primera Clase²⁷, Ejecutivo²⁸ y transportes de lujo²⁹.

Por tierra, se encuentran actualmente ciertas en malas condiciones lo que son las carreteras, las cuales conectan hacia el norte y sur del país que permiten la afluencia de automóviles particulares, autobuses, así como vehículos de carga diversa.

Coatzacoalcos, Veracruz cuenta con una construcción que llamó mucho la atención entre la población, se trata de un túnel, el primero en México y el segundo de América Latina después del túnel subfluvial Raúl Uranga-Carlos Sylvestre, del país de Argentina. El objetivo era unir a Coatzacoalcos con la localidad de Villa Allende, donde se encuentran los complejos petroquímicos.

El puente Coatzacoalcos II, nombrado “Ingeniero Antonio Dovalí Jaime”, comunica la zona sur de Veracruz con los estados de Tabasco, Campeche, Chiapas, Yucatán y Quintana Roo. El puente I, el cual no cuenta con ningún nombre, es un puente con más de 100 años de antigüedad y tiene un mecanismo de elevación vertical cuando pasa un barco la parte del centro del puente. Dicho puente se levanta gracias a dos torres elevadoras que miden 50 metros de altura de modo que puede pasar barcos que midan menos de 0 metros.

3.1.1.4.1. Instalaciones deportivas.

Actualmente existen siete canchas deportivas en diferentes colonias populares de la ciudad de Coatzacoalcos para practicar lo que es el fútbol, con pasto alfombra y con todos los servicios para los deportistas. A continuación se mencionarán algunas de las instalaciones deportivas dentro de la ciudad:

- Estadio béisbol denominado Miguel Alemán.
- Parque recreativo denominado la Alameda.
- Parque Bicentenario en Villa Allende.
- Alberca Semi olímpica municipal de acceso al público en general.
- Estadio de atletismo denominado “Rafael Hernández Ochoa”.

²⁷ ADO / OCC

²⁸ ADO GL

²⁹ ADO Platino.

- Gimnasio popular de la colonia denominada Nueva Obrera, el cual cuenta con instalaciones para realizar todo tipo de actividades deportivas las cuales como: gimnasia, boxeo, karate, zumba, etcétera.
- Gimnasio popular de la colonia Teresa Morales, con los mismos servicios que lo antes ya mencionado.
- El club de pesca de Coatzacoalcos ofrece un torneo anual de gran importancia en la pesca del sábalo o torpón.

3.1.1.4.2. Recintos culturales.

Uno de los recintos culturales más importantes y reconocidos en lo que es la ciudad y el puerto de Coatzacoalcos, Veracruz es el Centro de Convenciones. Fue inaugurado el 19 de octubre del año 2004, con un concierto del tenor Luciano Pavarotti, obra diseñada por el arquitecto Abraham Zabludowzky, para la realización de grandes espectáculos musicales, artísticos, culturales, producciones teatrales, conferencias y otros actos cívicos.

Así como también, se mencionarán el resto de recintos culturales existentes en la ciudad y puerto de Coatzacoalcos:

- Museo de la pirámide.
- Casa de la cultura.
- Centro cultural mutualista.
- Hemiciclo de los Niños Héroeos.

3.1.1.4.3. Educación y universidades.

Una de las principales universidades más importantes con las que cuenta la ciudad es la reconocida Universidad Veracruzana, la cual es una institución de educación superior pública y autónoma. Es reconocida como la universidad de mayor impacto en el sureste de la República Mexicana.

El Instituto Tecnológico Superior de Coatzacoalcos es una institución de educación superior pública ya autónoma. Sigue los lineamientos trazado por los Gobiernos Federal y Estatal. Tiene como premisa la ciencia con el humanismo.

Una de las primeras universidades privadas existentes en la ciudad fue la Universidad de Sotavento, la cual es una institución de educación superior que cuenta con planes de estudios

incorporados a la Universidad Nacional Autónoma de México, la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría del Estado de Veracruz.

La Universidad Tecnológica del Sureste de Veracruz es una institución de educación superior que ofrece el título de Técnico Superior Universitario o de Licenciatura. Permite la opción de incorporarse en corto tiempo al trabajo productivo o continuar estudios a nivel licenciatura.

Otra de las universidades más reconocidas, pero con poca demanda, es la Universidad de Oriente, la cual es una institución de educación superior privada. Cuenta con la afiliación a la Asociación Nacional de Universidades de Educación Superior. Forman profesionistas líderes, investigadores, innovadores y emprendedores con visión humanista.

La hermana de la Universidad de Sotavento, de igual manera privada, es la Universidad Istmo Americana, es una institución de educación superior privada también con incorporación a la SEP y SEV. Busca la formación de profesionistas líderes integrales con capacidades competitivas y de respuesta efectiva.

Y por último, cuenta con otra de las universidades de gobierno más reconocidas como lo es la Universidad Veracruzana. La Universidad Pedagógica Nacional es una institución pública mexicana de educación superior, creada por decreto presidencial en el año de 1978.

Tiene la finalidad de formar profesionales de la educación en licenciatura y posgrados para atender necesidades del Sistema Educativo Nacional.

3.1.1.5. Aspectos institucionales.

3.1.1.5.1. Proyecto del corredor transístmico.

El corredor o también llamado tren transístmico está destinado a convertirse en una infraestructura de enorme trascendencia para el desarrollo de la región sur sureste del país, posibilitando así la intensificación y diversificación de las actividades económicas en la zona del istmo, convirtiéndose en una infraestructura que arrojará beneficios sociales de importancia en los municipios y comunidades istmeñas.

Siendo un nuevo medio de transporte diseñado para procurar avances en la integración económica regional, ya que apalancará nuevas inversiones productivas industriales, energéticas y de telecomunicaciones generadoras de empleos dignos, estables y remuneradores en el sur sureste del país.

Apostar en favor de la construcción de nuevos proyectos de infraestructura, de tecnología avanzada y equipamientos modernos es un acierto, puesto que contribuye al esfuerzo transformado del país. Las inversiones contempladas son cuantiosas, pero abona en su favor el hecho de que la rentabilidad social del proyecto está asegurada al traer bienestar a los pueblos y comunidades indígenas istmeñas. (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2020).

Desde el año 2019 y hasta el 2023, las inversiones en el Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec, ascenderán a cuarenta y seis mil seiscientos millones de pesos, lo cuales 20 mil millones de pesos corresponderán a la construcción de dos terminales especializadas de contenedores, una ubicada en el puerto de Salina Cruz y otra en el municipio de Coatzacoalcos, contando así con una inversión privada.

Herman Leonardo Deutsch Espino, encargado del proyecto desde una oficina de presidencia, explicó en el XXV Congreso Anual de Agentes Navieros que del total de recursos, poco más de 26 mil millones de pesos del gobierno y que el 55% de estos, destinarán al mejoramiento de las vías del tren, operadas por el Ferrocarril del Istmo de Tehuantepec con catorce mil ochocientos tres millones de pesos.

De igual manera, el encargado del proyecto añadió que en el municipio de Coatzacoalcos, se llevará a cabo el desarrollo del recinto portuario de Pajaritos en una segunda etapa, en el predio denominado El Gavilán, donado por Petróleos Mexicanos, donde se habrá construido la terminal de contenedores y donde se erogarán mil doscientos cuarenta y cinco millones de pesos en lo que es la infraestructura básica. (Periodismo Técnico Especializado, 2020).

3.1.1.5.2. Programa de adaptación ante el cambio climático.

La implementación de acciones para la adaptación al cambio climático en México, al igual que en muchos otros países con diferentes grados de desarrollo económico, es una experiencia reciente. El conocimiento sobre la mejor forma de adaptarse al cambio climático se ha ido construyendo progresivamente.

Dos aspectos importantes por considerar son la incertidumbre, que aún existe en torno a los impactos del cambio climático, el tipo, la magnitud y la naturaleza, también la incertidumbre que dificulta delimitar las acciones de adopción, el otro aspecto importante sería el dinamismo de la vulnerabilidad a los impactos que demanda la realización de evaluaciones periódicas para comprender mejor esos procesos. La ley general de cambio climático establece, entre otros aspectos,

que los objetivos de la política nacional en materia de adopción son el reducir la vulnerabilidad de la sociedad y los ecosistemas frente a los efectos del cambio climático y a la vez, fortalecer la resiliencia y resistencia de los sistemas naturales y humanos.

En concordancia con lo anterior, la Estrategia Nacional del Cambio Climático, establece tres ejes estratégicos en materia de adaptación:

1. Reducir la vulnerabilidad y aumentar la resiliencia del sector social ante los efectos del cambio climático.
2. Reducir la vulnerabilidad y aumentar la resiliencia de la infraestructura estratégica y sistemas productivos ante los efectos del cambio climático.
3. Conservar y usar de forma sustentable los ecosistemas y mantener los servicios ambientales que proveen.

De igual forma, propone doce criterios para seleccionar las medidas de adaptación más adecuada:

- Atención a poblaciones más vulnerables.
- Transversalidad con políticas, programas o proyectos.
- Fomento de la prevención.
- Sustentabilidad en el aprovechamiento y uso de los recursos naturales.
- Conservación de los ecosistemas y su biodiversidad.
- Participación activa de la población, objetivo y fortalecimiento de capacidades.
- Fortalecimiento de capacidades para la adaptación.
- Factibilidad.
- Costo efectividad o bien, costo beneficio.
- Coordinación entre actores y sectores.
- Flexibilidad.
- Monitoreo y evaluación del cumplimiento y efectividad de las acciones elegidas.

3.2. MICROLOCALIZACIÓN.

El principal objetivo que tiene un análisis de microlocalización es el de indicar cuál sería la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida ya antes mencionada.



Para la instalación de un restaurante pollería en el cual se daría el servicio de la venta de pollos rostizados preparados con la receta familiar en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz; se dispone de un terreno de 150 m², 15 metros de largo por 10 metros de ancho, que se encontraría ubicado en la zona de la ciudad de Coatzacoalcos, sobre la Avenida Universidad, esquina con Avenida Las Palmas en la Colonia Rancho Alegre II.

Dicho terreno colinda al norte y sur con Avenida Las Palmas, al este con la Avenida Universidad y al Oeste con la calle Antigua Minatitlán. La localización del terreno se puede apreciar mejor en el siguiente croquis. (Ilustración 7).

3.2.1. Tamaño y capacidad del proyecto.

3.2.1.1. Demanda insatisfecha.

Tabla 8. Porcentaje asignado a los competidores.

COMPETIDORES	PORCENTAJE
Competidor Líder 	77.5%
Otros	12.20%
Pollitas 	10.30%

Fuente: Elaboración propia.

Los porcentajes se determinaron conforme a los datos arrojados por el INEGI, y se puede observar que quien ocupa el mayor consumo por parte de la población, es El Pollo Feliz con un 77.50%, en el rango de otros se encuentran el resto de pollerías como competencia con un 12.20% de los consumidores. Al final se puede observar a nosotros como empresa, que estaremos cubriendo tan solo el 10.30% de la población de la ciudad y puerto de Coatzacoalcos, por el motivo de que apenas estaremos adentrándonos al mercado de la venta de productos avícolas.

3.2.1.2. Posibilidades de inversión.

La empresa contará con una inversión de \$500,000.00 conformada por 4 socios que se especificarán a continuación:

NOMBRE	VALORES	PORCENTAJE
Gabriel Torres Limón	\$300,000.00	60%
Cynthia Limón Martínez	\$100,000.00	20%
César Limón Martínez	\$50,000.00	10%
Heidi Limón Martínez	\$50,000.00	10%

Además de la aportación de los socios para la apertura del restaurante pollería, se solicitará un préstamo bancario por la cantidad de \$200,000.00, considerando una tasa del 34.4% anual durante el plazo de 5 años.


Dicho préstamo se utilizará para cubrir lo que es la adquisición de materia prima y ciertos insumos necesarios para el manejo correcto del negocio.


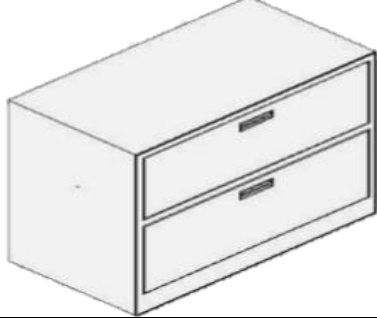
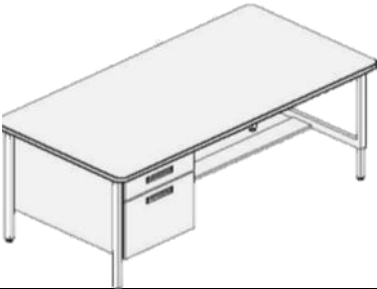


3.2.1.3. Espacio con el que se cuenta.

El terreno no es materia de depreciaciones, por lo que el área requerida para la instalación del restaurante pollería sería de 150 m². Del estudio de localización, la planta se encontrará ubicada en la misma ciudad y puerto de Coahuila de Zaragoza, Veracruz; en donde el alquiler del terreno por mes ascenderá a los \$7,000.00.

3.2.1.4. Capacidad de maquinaria y equipo.

Tabla 9. Ficha técnica de la maquinaria y equipo.

<p><u>Caja registradora</u></p> 	<p>Tipo de impresor: Técnico. Tipo de papel: Térmico 57 mm. Alfanumérica: Sí. Voltaje: 100-220 V. Amperaje: 1.5 A Frecuencia: 50/60 Hz. Dimensiones (frente x fondo x alto): 29.5 x 34.5 x 25 centímetros.</p>
---	--

<p style="text-align: center;"><u>Mostrador.</u></p> 	<p>Mostrador en escuadra modelo Nikté. Medidas de 150 cm de frente x 100 cm en la escuadra x 100 cm de alto x 50 cm de fondo de la mesa y 40 cm de fondo de las repisas.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Archivero.</u></p> 	<p>Archivero horizontal de 2 gavetas de 900 x 480 x 700 mm. Cuerpo costados, tapa, respaldos y zoclo fabricados a base lámina rolada en frío calibre 22. Pintura esmalte alquílico horneada a 140 grados de temperatura.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Escritorio.</u></p> 	<p>Escritorio con cubierta de laminado plástico, 1,200 x 750 x 750 mm. Fabricado a base de lámina rolada en frío calibre 22 con refuerzo troquelado para recepción de correderas sencillas calibre 15. Fabricada en panel sólido, aglomerado de 25 mm de espesor con recubierto acabado con capa de melanina de baja presión.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Tijeras para cortar pollo.</u></p> 	<p>Tijeras para cortar pollo, con navaja de acero inoxidable. Medidas: 30 cm de largo x 2 cm de grosor de cada navaja.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Lócker metálico.</u></p> 	<p>Lócker metálico de dos puertas, de 400 x 450 x 2,000 mm. Fabricado en lámina rolado en frío calibre 22, con refuerzos en las mismas de lámina rolada en frío calibre 24.</p>

<p><u>Rosticero para pollos.</u></p> 	<p>Mueble en lámina de acero inoxidable y lámina galvanizada. Transmisión por medio de moto reductor de 4 rpm, 1/250 h.p., 60 ciclos. Sistema de calefacción a base de quemadores. Dimensiones: 1.04x1.38x0.60 m.</p>
<p><u>Moto para servicio a domicilio.</u></p> 	<p>Capacidad de combustible de 9 litros. 38 km por litro. Sistema de arranque eléctrico y de pedal.</p>
<p><u>Mesa de trabajo refrigerada.</u></p> 	<p>Los equipos de refrigeración de quince pies llevan un compresor en la parte de conservación unidad de 1/3 HP con un amperaje de 5.5. Unidad eléctrica a 110 V. Compresor monofásico. Evaporador por tiro forzado. Temperatura promedio de conservación 5°C y de congelación de 10°C a 12°C. Cuerpo y puerta aisladas con 100% poliuretano inyectado.</p>
<p><u>Refrigerador.</u></p> 	<p>Acabado de tipo acero. 720 de ancho x 1,720 de altura x 690 de fondo milímetros. 71.4 kilos.</p>

Estufa industrial de acero inoxidable.



Medidas generales: 150 centímetros de frente x 40 cm de fondo x 0.90 cm de altura.

Material de acero inoxidable.

Totalmente desarmable para limpieza profunda.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de diferentes fuentes de información.

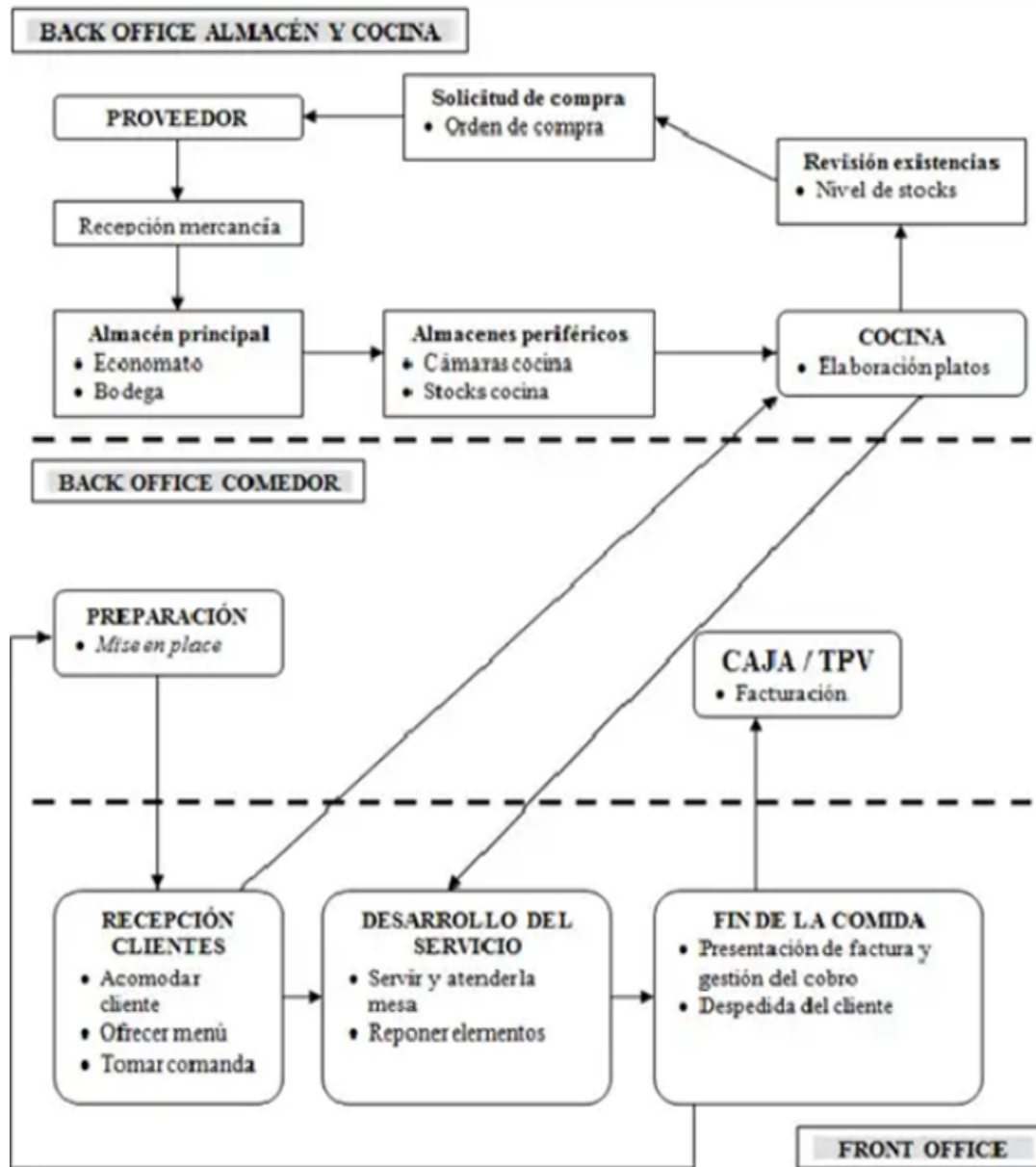
3.2.1.5. Descripción del producto.

3.2.1.5.1. Especificaciones físicas.

El producto a ofrecer es principalmente un bien que hará que el típico pollo rostizado que comúnmente se vende, se haga de acuerdo a la receta secreta familiar con una combinación de crema, chipotle, cebolla y tomate con ayuda de la propia grasa que suelta el pollo, siendo así, un bien que se complementa con el servicio de calidad, la atención personalizada e inmediata, un grato ambiente, lugar covedor y seguro.

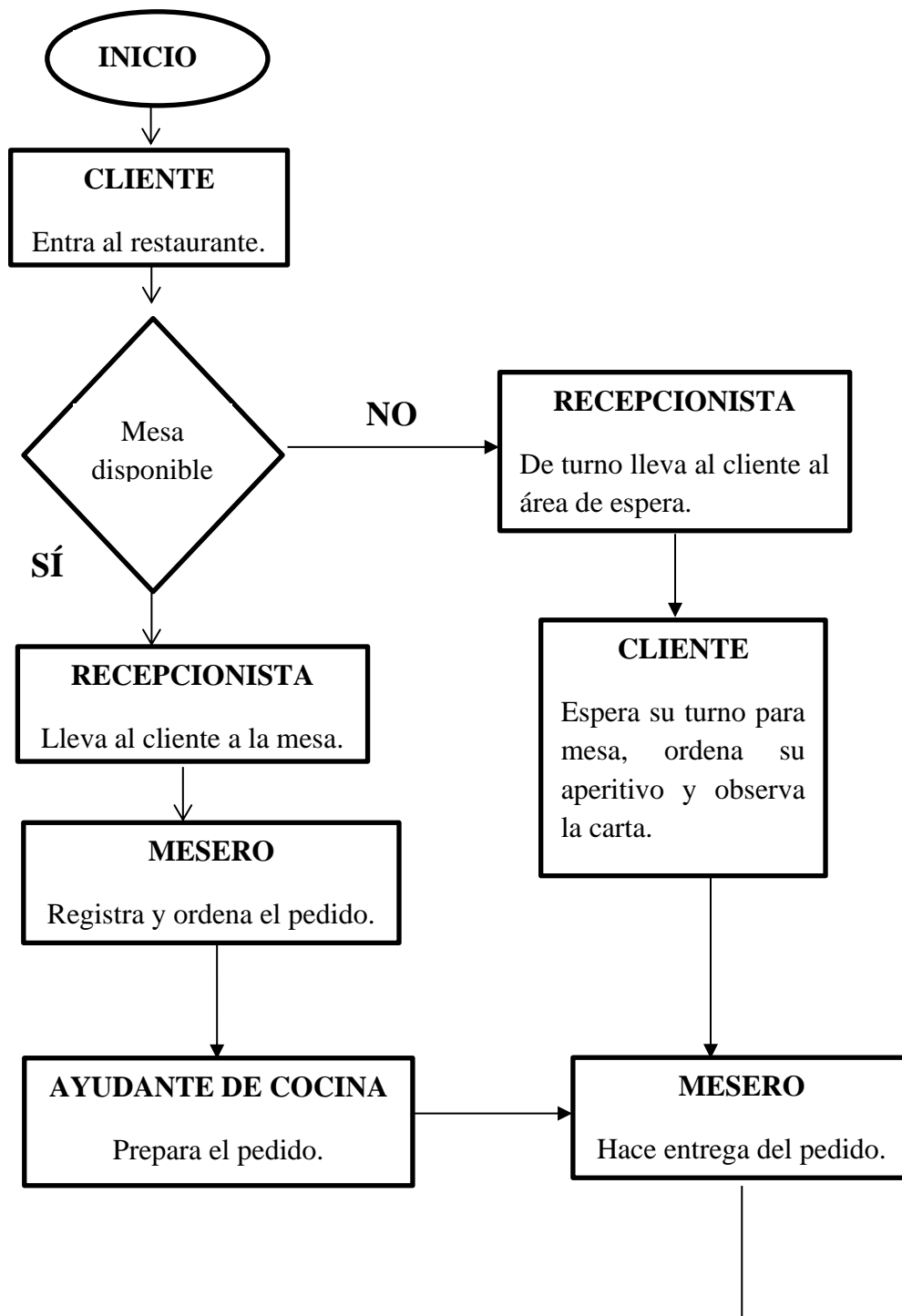
3.2.1.6. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

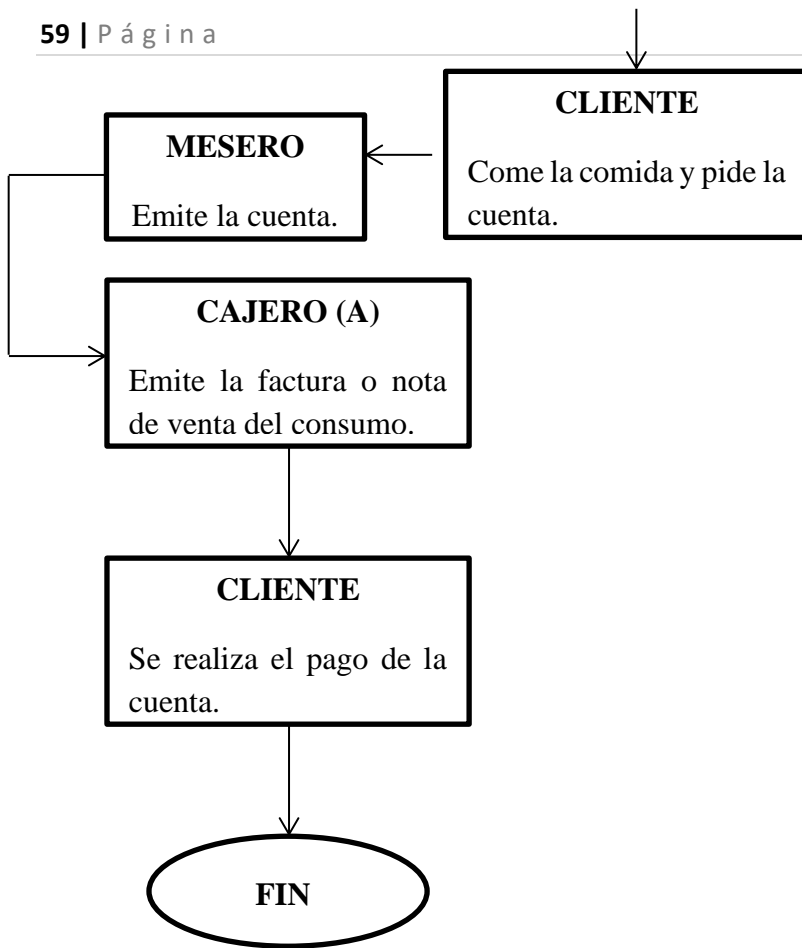
Diagrama 5. Back office de almacén y cocina.



Fuente: Elaboración propia.

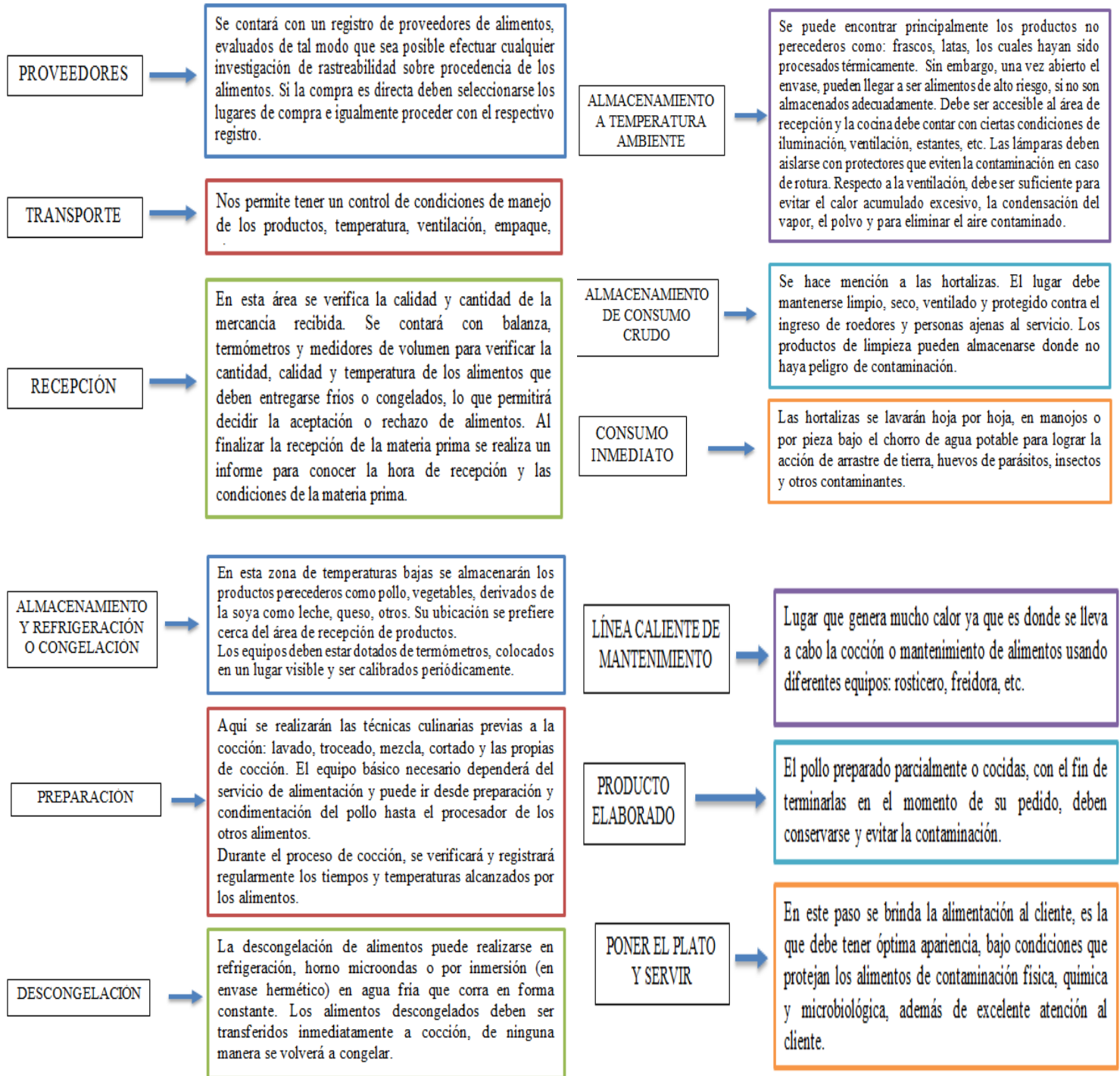
Diagrama 6. Flujograma del servicio que se ofrecerá en el restaurante.





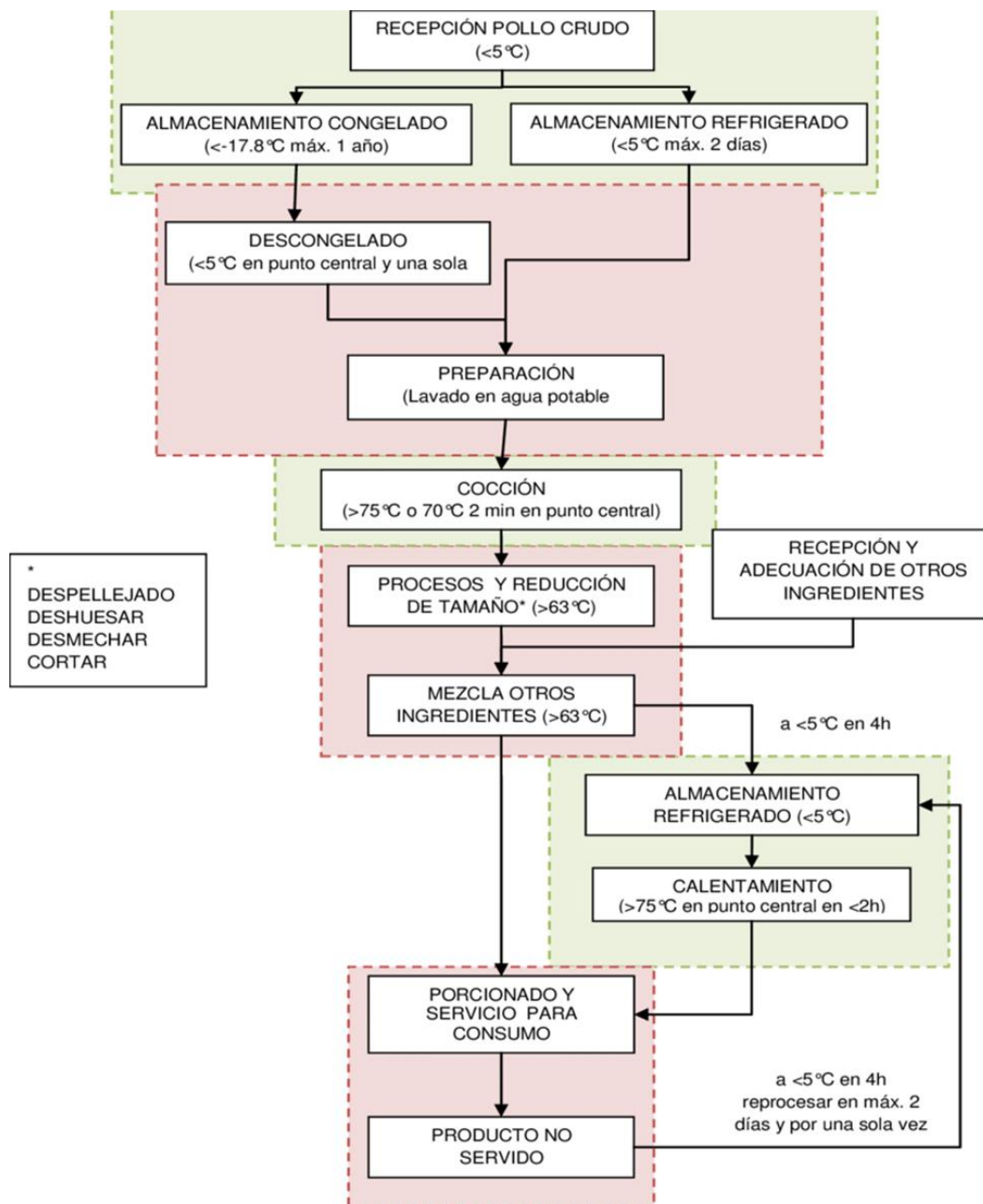
Fuente: Elaboración propia.

Diagrama 7. Descripción de los procesos logísticos.



Fuente: Elaboración propia.

Diagrama 8. Flujograma de la preparación del pollo rostizado.

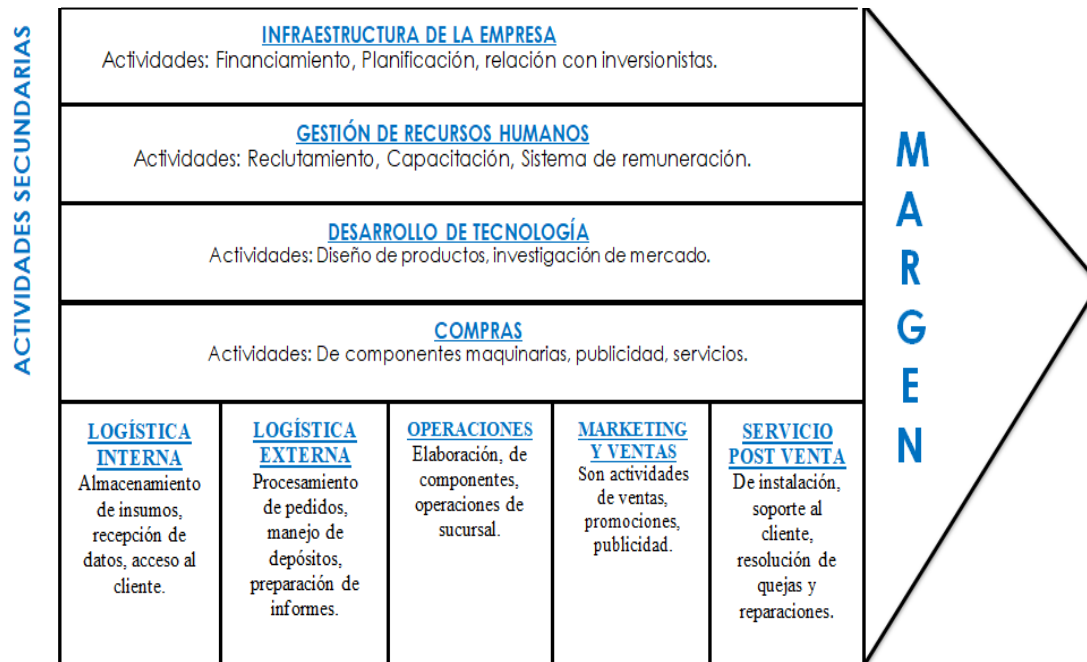


Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.7. Distribución y diseño de las instalaciones.

Es una parte fundamental del plan de organización, lo cual permitirá conocer los objetivos, procesos, estándares, presupuesto de inversión. Todo lo antes mencionado para la producción.

Diagrama 9. Plan de operaciones y logística.



Fuente: Elaboración propia.

3.2.1.7.1. Logística interna.

Estas actividades corresponden al almacenamiento de insumos, materiales, inventarios y procesos de pedidos. Se destaca que para todas estas tareas, se tomará como base una plataforma informática, ya que se da a entender que es lo más eficiente en lo que refiere a los procesos internos y también permitirá ver y utilizar información resumida al instante muy importante sobre aspectos de gestión.

El sistema de logística, comenzará con la recepción de toda la materia prima o insumos previamente seleccionados con características específicas para poder ingresar a las instalaciones. Posteriormente, los insumos serán sometidos a procesos de desinfección, de igual manera lo que es el almacenamiento a temperaturas específicas para la correcta conservación de los mismos, la calidad de los pollos rostizados será evaluada hasta que el cliente se haya mostrado satisfecho.

Se trabajará en una ciudad de selección de proveedores que cubrirán las necesidades en tiempo de respuesta, calidad de los insumos, materias primas, y a través del sistema de gestión personalizado se cargarán los insumos para que se puedan controlar diariamente.

3.2.1.7.2. Infraestructura.

A diferencia de las otras actividades de apoyo, la infraestructura apoyará normalmente a toda la cadena completa y no a las actividades individuales. Dotaremos a las dependencias de la empresa, los muebles, inmuebles y las herramientas necesarias para realizar los diversos procesos de manera eficiente.

A continuación, se detallará la distribución del local donde se realizarán las operaciones del negocio, para lo cual, se podrá observar en la distribución del local (Ilustración 8). Es importante mencionar la estructura de la cocina, ya que es considerada como uno de los departamentos críticos.

Es necesario contar con un amplio lugar con medida aproximadamente de 4 por 6 metros, que serían 24 metros cuadrados, para instalar y colocar todas las maquinarias, herramientas e instalaciones, por supuesto se logrará la optimización necesaria del espacio.

Se contará con un almacén que se dividirá de diferentes secciones:

Sección de almacenamiento:

- Almacenamiento de insumos perecederos.
- Almacenamiento de bebidas alcohólicas, no alcohólicas, naturales, aperitivos, etcétera.
- Almacenamiento de alimentos no perecederos o secos.
- Almacenamiento de productos de higiene.

Sección de materiales:

- Sección de materiales y herramientas de cocina.
- Sección de lavado de utensilios.
- Sección de vasos, platos, cubiertos, etcétera.
- Despacho de platos, vasos, cubiertos, etcétera.
- Entrada de platos de post utilización.

Para el área de cocina y equipamiento, la empresa se encontrará trabajando con un rosticero, un refrigerador industrial y por supuesto, una mesa de trabajo refrigerada.

Para el diseño del servicio higiénico de los comensales, contará con grandes espejos, puertas de madera hechas de cedro, una gritería de alta calidad con un plateado brillante, secado de manos, secciones individuales y con cerámicos con predominio de colores fuertes.

Cabe mencionar que la decoración del restaurante es un factor que busca transmitir algunas características del medio ambiente y lograr que los clientes entren en contacto con diversos aspectos de la misma.

El estilo moderno, los colores cálidos donde predomina la madera. En las paredes se ubicarán imágenes incitadoras de tranquilidad, por ejemplo, paisajes de nuestro querido México.

Las mesas mostrarán diseños dependiendo de su ubicación, estarán las clásicas mesas con sillas individuales, dicha sección contará con la capacidad máxima de 45 personas.

El proyecto contará con un área de limpieza y vestuario para los empleados. Esta última se encontrará diseñada para que el personal pueda cambiarse, con baños y lockers individuales.

El área ya antes mencionada permitirá almacenar productos de limpieza, así como también de poder separar los residuos en una zona de depósito de basura, el cual contará como medida de medio ambiente interno el de efectuar la clasificación de los residuos en diferentes colores, para así poder identificarlos por botellas, cartones, etcétera.

**CAPÍTULO IV:
MARCO LEGAL**

CAPÍTULO IV: MARCO LEGAL.

4.1. ASPECTOS JURIDICOS.

Cuando los emprendedores cuentan con el deseo para promover un proyecto, es importante conocer los límites y regla de la actividad que se propone y realiza. Dichas limitaciones permitirán la concurrencia de un número indeterminado de oferentes y consumidores a los mercados de forma ordenada y equilibrada, son concebidas por el Estado y otros agentes con la forma de leyes y normas jurídicas. A continuación, se desglosarán las principales leyes que rigen el ámbito de los negocios:

Ley de Sociedades comerciales. La ley 19.550 crea y organiza el funcionamiento de las sociedades de personas, la sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.) y la sociedad anónima (S.A.). Establece los procedimientos para la creación o modificación de una sociedad, el rol del capital de la sociedad y de los socios o accionistas, tanto como las conductas que deben observar los administradores de las entidades -directores, gerentes y síndicos-. El cumplimiento de las normas societarias le permite al emprendedor acceder más fácilmente al mercado de crédito, y garantizar los derechos de los socios.

Leyes de propiedad intelectual. Una nueva empresa requiere el registro y la protección de la marca (Ley 23.362), la obtención de derecho de patente sobre los inventos y desarrollos originales (Ley de patentes 24.481), y el resguardo de los derechos sobre los diseños o modelos industriales novedades (Decreto Ley 6673). También, la ley 11.723 de Propiedad Intelectual protege los derechos sobre los desarrollos informáticos. La falta de registro de estos elementos puede suponer graves pérdidas para la empresa.

Leyes del Trabajo. El emprendedor debe conocer todo el cuadro de derechos, obligaciones y riesgos que conlleva el empleo de los colaboradores que necesita para crecer. En nuestro país, las principales leyes que conforman el ordenamiento jurídico laboral son: la ley de contrato de trabajo (N° 20.744), la ley de Régimen Laboral (N° 25.877), ley de Protección del Trabajo –trabajo no registrado o *en negro* - (N° 24.013), ley de Riesgos de Trabajo (N° 24.557). También, el emprendedor deberá tener conocimiento de los convenios colectivos que comprendan al personal empleado, y a las normas provinciales de seguridad e higiene en el trabajo, entre otras.

Leyes de previsión social. En la evaluación de los costos laborales y el planeamiento financiera, deben incluirse todas aquellas contribuciones a la seguridad social del empleado que el empleador debe realizar y todo estímulo o beneficio laboral o social que, no siendo obligatorio, puede ser previsto y prestado para la mejora del rendimiento del colaborador. Las leyes 24.241

(sistema integrado previsional argentino), 23.660 (obras sociales) y 23.661 (sistema de seguro de salud), deben ser complementadas con los decretos y resoluciones administrativas previstas para cada caso.

Leyes tributarias. Los impuestos constituyen un elemento central en el planeamiento y ejercicio financiero, y, por tanto, resulta esencial que el emprendedor conozca su régimen a fin de absorber el impacto que estos tienen en la contabilidad de la empresa. Entre ellas, se destaca la ley 20.628 y modificatorias (ganancias), Decreto 280/97 (IVA), la ley 25.063 (ganancia mínima presunta) y la ley 23.966 (bienes personales). También deben preverse aquellos tributos directos, previstos por las leyes provinciales (ingresos brutos, sellos, propiedad inmobiliaria rural y urbana), y las tasas municipales que gravan habilitaciones, inspecciones y publicidad.

Leyes de protección al consumidor. El conocimiento de la Ley 24.240 (defensa del consumidor) le permite al emprendedor saber, de antemano, evitar conductas, acciones o situaciones que pueden volverle responsable de algún daño frente al consumidor del producto o servicio. Las políticas empresariales que ajustan a esta norma resultan siempre beneficiosas para la empresa a mediano y largo plazo, que de ese modo mejora la relación con el cliente, la prestación del servicio y la imagen de la marca.

Leyes administrativas. Por último, el emprendedor deberá informarse acerca de las normas nacionales (eventualmente internacionales) y provinciales que regulan en forma específica la actividad que él realiza.

4.2. ASPECTOS LEGALES.

4.2.1. Constitución legal.

Dentro del proceso de formación del negocio, la constitución legal de la empresa constituye un paso esencial. Sólo así lograremos que la empresa sea considerada legalmente establecida por el Gobierno y pueda funcionar en forma regular.

La constitución de la empresa puede ser como persona física, sociedad anónima o bien como una sociedad de responsabilidad limitada. Cualquiera que sea la forma de constitución que el emprendedor decida para la empresa, deberá seguir una serie de trámites legales.

Es importante tomar en cuenta la estructura legal que se va a adoptar para constituir la empresa, se deberá estar asesorado por un contador público y un abogado. Conforme a las disposiciones legales vigentes en México, se deben seguir los siguientes pasos para pasar de ser una persona física a convertirse legalmente en una persona moral:

1. Registrarse en www.tuempresa.gob.mx, para esto se necesitará la CURP, el RFC y la Firma Electrónica Avanzada o también conocida como la FIEL.
2. Ingresar hasta tres denominaciones o razones sociales, por cada una de ellas se podrá recibir como respuesta no favorable, en proceso o bien, favorable.
3. Reservar la denominación social, elegir el régimen jurídico y fedatario público con el que se formalizará el trámite. Las formas de operar a través de sociedades reconocidas por las leyes mexicanas son las siguientes:
 - Sociedad Anónima de Capital Variable o bien, S.A. de C.V.
 - Sociedad de Responsabilidad Limitada o bien, S. de R.L.
 - Sociedad en Nombre Colectivo o bien, S. en N.C.
 - Sociedad en Comandita Simple o bien, S. en C.S.
 - Sociedad Anónima o bien, S.A.
4. Acudir con el fedatario público que se eligió para construir la empresa. Se deberán presentar los siguientes documentos para continuar los trámites:
 - Original y fotocopia del comprobante de domicilio fiscal, original para cotejo.
 - Copia certificada y fotocopia del documento constitutivo debidamente protocolizado.

- Original y fotocopia de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma expedida por el gobierno federal, estatal o municipal del representante legal.
- Copia certificada y fotocopia del poder notarial con el que se acredite la personalidad del representante legal o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante autoridades fiscales o ante notario o fedatario público.

4.2.2. Ejemplo de un acta constitutiva.

Dato de los socios:

NOMBRE	NACIONALIDAD	DOMICILIO
Víctor Gabriel Torres Limón	Mexicana	Coatzacoalcos, Veracruz
Cynthia Limón Martínez	Mexicana	Coatzacoalcos, Veracruz
César Limón Martínez	Mexicana	Coatzacoalcos, Veracruz
Heidi Limón Martínez	Mexicana	Coatzacoalcos, Veracruz

Objeto social

El objeto comprende la venta, distribución y comercialización de pollos rostizados preparados.

Denominación que tendrá la sociedad:

Sociedad Anónima de Capital Variable.

Capital social que será aportado:

NOMBRE	APORTACIÓN
Gabriel Torres Limón	\$300,000.00
Cynthia Limón Martínez	\$100,000.00
César Limón Martínez	\$50,000.00
Heidi Limón Martínez	\$50,000.00

Administración de la sociedad y principales administradores:

Víctor Gabriel Torres Limón Representante legal

Toda empresa es considerada como una persona, por lo tanto se le atribuye que cuenta con una personalidad jurídica propia. Bajo dicho panorama para que pueda existir, deberá constituirse bajo un marco legal, el cual trae consigo una amplia gama de requisitos tanto generales como específicos, que se tienen que cumplir para ejecutar de manera legítima.

Dentro de los requisitos legales se encuentran el acta constitutiva, el cual es un documento que dará constancia notarial de todos los datos que corresponden la formación de una agrupación o sociedad.

Las actas constitutivas se tratan de un instrumento legal que es de carácter obligatorio y que incluye todos los datos básicos de la entidad que va a crearse y que debe contar con la firma de todos los integrantes de la sociedad.

Aunque dicha forma variará dependiendo del tipo de sociedad de la cual uno quiera pertenecer, es cierto que la estructura será bastante similar. Concerniente a lo anterior, se constituirá una Sociedad Anónima de Capital Variable, cumpliendo así con los requisitos tanto generales como específicos que marcan las leyes respecto a la constitución de la sociedad:

1. Se acudirá a la Secretaría de Relaciones Exteriores para la autorización de la razón y el objeto social. Una vez obtenida, se procederá a formalizar la constitución de la sociedad.
2. Se formalizará la sociedad ante el notario público, mediante la realización de la escritura constitutiva. Contendrá los requisitos y reglas sobre la organización y funcionamiento de la misma, constituyendo los siguientes estatutos:
 - Datos generales de los socios.
 - Objeto social de la entidad.
 - Denominación o razón social.
 - Duración de la sociedad.
 - Importe del Capital Social.
 - Domicilio social.
 - Órgano de administración
 - Vigilancia.
 - Bases para la liquidación.
3. Cuando el capital sea variable, así se expresará indicándose el mínimo que se fije:
 - El domicilio de la sociedad.
 - Manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores.
 - Nombramiento de los administradores y designación de los que han de llevar la firma social.

- Hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad
 - El importe del fondo de reserva.
 - Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
 - Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente.
4. Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere cumplir una serie de requisitos establecidos por el ordenamiento jurídico respectivo. Conforme al artículo 89 de la Ley General de Sociedades Mercantiles señala los siguientes:
- Un mínimo de dos socios o accionistas, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.
 - Un capital social mínimo de cincuenta mil pesos.
 - Que se exhiba el dinero en efectivo, por lo menos, el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario.
 - Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagar en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.
5. La estructura de una sociedad anónima se encuentra delimitada en sus estatutos, los cuales establecen la creación de órganos encargados de realizar las diferentes funciones para logo de sus objetivos, los cuales son:
- Asamblea General de Socios, quienes formarán parte de la empresa.
 - Órgano de Administración, en el cual estará a cargo de uno o varios mandatarios temporales, revocables y remunerados, quienes pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad.
 - Órgano de vigilancia.
 - Órgano Supremo o Asamblea General de Socios, el cual constituye el órgano de decisión de la sociedad.
6. Una vez formalizada la sociedad, se procederá a registrar el acta constitutiva ante el Registro Público de Comercio de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.
7. Una vez realizados los tramites descritos anteriormente, cumpliendo así con los requisitos generales de legitimación de la sociedad se procederá cumplir con los requisitos específicos realizando los siguientes trámites ante el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz:

7.1. Certificación negativa de nombre.

Requisitos:

1. Acudir directamente a las oficinas del Registro Mercantil Central con el impreso de solicitud de certificación.
2. Remitir la solicitud a través de correo electrónico o enviando una carta a las oficinas del Registro Mercantil Central.
3. Solicitar la denominación por vía telemática, antes se deberá rellenar el formulario que aparece en la web del Registro Mercantil Central.
4. Solicitar la certificación negativa mediante un notario autorizante de la escritura de constitución de la sociedad.

7.2. Afiliación al seguro social.

Requisitos:

Por internet.

1. Primera y última hoja del poder notarial para actos de dominio, de administración o poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS³⁰, así como también la hoja donde aparezca el nombre del representante legal.
2. Primera y última hoja de la escritura pública o acta constitutiva que contenga el sello del Registro Público de la Propiedad y del Comercio, así como también la hoja donde aparezca el nombre del representante legal.

Presencial.

1. Copia del RFC.
2. Original y copia del comprobante de domicilio del centro de trabajo.
3. Original del croquis de la localización del domicilio del centro de trabajo.
4. Original y copia de la escritura pública o acta constitutiva que contenga el sello del Registro Público de la Propiedad y del Comercio.

³⁰ Instituto Mexicano del Seguro Social.

5. Original y copia del poder notarial para actos de dominio, de administración o de poder especial en donde se especifique que puede realizar toda clase de trámites y firmar documentos ante el IMSS.
 6. Original y copia de la identificación oficial vigente con fotografía y firma del representante legal.
 7. Copia del RFC del representante legal.
 8. Copia de la CURP del representante legal.
- 7.3. Licencias municipales de actividad, de obra o de apertura.

Requisitos:

1. Solicitud del interesado, especificando el nombre completo, giro o la actividad a realizar y ubicación del lugar.
 2. Realización de verificación de campo, por parte del inspector designado por la Coordinación de Inspectores de Hacienda Municipal, actuando de conformidad al reglamento y leyes aplicables.
 3. Presentación del dictamen por escrito por el Inspector de Hacienda Municipal, en un tiempo máximo de 72 horas para la validación de la autoridad.
- 7.4. Alta en el registro de establecimientos.

Requisitos:

1. Ingresar a la sección trámites y de la barra superior elegir la opción “RFC”.
 2. Del apartado actualización, seleccionar la opción “Apertura de establecimiento”.
 3. Llenar los datos solicitados por el formulario electrónico y firma del trámite con la e-firma.
 4. Enviar el trámite al SAT e imprimir, guardar el acuse de recibo electrónico.
 5. Esperar la resolución del SAT a través del medio que se haya elegido para contactar.
- 7.5. Inscripción ante el SAT

Para poder registrar a la empresa ante el SAT, el primer paso fue el de integrarse a la formalidad. A continuación, se presentarán los pasos a seguir:

1. Decidir el tipo de empresa que se creará, ya que de esto dependerá el desarrollo empresarial con posibles impactos legales, fiscales, contables y administrativos. Se puede

comentar que el tipo de empresa a la cual se seleccionó para darle funcionamiento, fue la de persona moral.

Algunos tipos de empresas a elegir son los siguientes:

- Persona moral.
 - Persona física con actividad empresarial.
 - Régimen de Confianza.
 - Sociedad Anónima.
 - Sociedad Civil.
 - Asociación civil.
2. Solicitar una cita ante el SAT a través de la página de internet o bien por medio telefónico al número 800 463 6728.
 3. Asesorarse y decidir el régimen fiscal al cual uno decide incorporarse.
 4. Documentos necesarios:
 - CURP o acta de nacimiento del representante legal.
 - Identificación oficial vigente.
 - Comprobante de domicilio fiscal.
 - Acta constitutiva de la empresa.

Cuando se cuente con el Registro Federal de Contribuyentes, se procederá a tramitar la firma electrónica de forma que se pueda generar un certificado de sello digital. Una vez con estos documentos en mano, se procederá a darse de alta ante un proveedor autorizado de certificación para así generar las facturas electrónicas y cumplir en tiempo y forma con los deberes fiscales.

4.2.3. Ejemplo de constancia de situación fiscal.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE:

RFC: COLI170914363

DENOMINACION O RAZÓN SOCIAL: Comercializadora Limón, S.A. de C.V.

RÉGIMEN CAPITAL: Sociedad Anónima de Capital Variable.

NOMBRE COMERCIAL: Pollitas.

FECHA DE INICIO DE OPERACIONES: 25 de octubre del año 2018.

ESTATUS EN EL PADRÓN: Activo.

DATOS DE UBICACIÓN:

CÓDIGO POSTAL: 96050

TIPO DE VIALIDAD: Calle.

NOMBRE DE VIALIDAD: Av. Universidad Veracruzana, esquina Av Las Palmas #2501,
Rancho Alegre II.

NUMERO EXTERIOR: S/N

NUMERO INTERIOR: 2005.

NOMBRE DE LA COLONIA: Rancho Alegre.

LOCALIDAD: Coatzacoalcos.

MUNICIPIO O DEMARCACION TERRITORIAL: Coatzacoalcos.

ENTIDAD FEDERATIVA: Veracruz de Ignacio de la Llave.

CORREO ELECTRÓNICO: pollitas@hotmail.com

**CAPÍTULO V:
ESTUDIO ECÓNOMICO Y FINANCIERO.**

CAPÍTULO V: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.

5.1.1. Recursos materiales.

Tabla 10. Presupuesto de inversión.

Producto	Unidades	Precio unitario	Precio por mayoreo
<u>MAQUINARIA Y EQUIPOS</u>			
Rostizador	1		\$22,700.00
>27 pollos cada hora y media.			
Refrigerador	1		\$4,285.00
Caja registradora de punto de venta	1		\$2,000.00
Caja de reparto	1		\$1,100.00
Equipo de cómputo	1		\$3,000.00
Televisión	1		\$6,899.00
Motocicleta p/ servicio a domicilio	1		\$13,200.00
Equipo de ventilación			
>Aire acondicionado	2	\$15,876.00	\$31,752.00
>Ventiladores	3	\$560.00	\$1,680.00
Mesa de trabajo con refrigeración	1		\$12,200.00
Tanque estacionario de gas (100 kg)	2	\$3,900.00	\$7,800.00
Estufa de acero inoxidable	1		\$9,499.00
SUBTOTAL			\$116,115.00
<u>MUEBLES Y ENSERES</u>			
Mostrador	1		\$3,120.00
Lócker metálico	2	\$685.00	\$1,370.00
Juego de ocho sillas y dos mesas redondas	4	\$1,490.00	\$5,960.00
Escritorio	1		\$720.00
SUBTOTAL			\$11,170.00
<u>HERRAMIENTAS Y MATERIALES</u>			
Tijeras especiales para cortar polo	1		\$350.00

Trinchera para sacar pollo	2	\$150.00	\$300.00
Servilleteros	15	\$60.00	\$900.00
Contenedor de basura	4	\$320.00	\$1,280.00
Productos de limpieza			
>Detergentes	12	\$250.00	\$3,000.00
>Escobas	12	\$23.00	\$276.00
Papel higiénico	12	\$500.00	\$6,000.00
Uniforme para empleados			\$3,500.00
Utensilios			
>Cucharas	50	\$16.53	\$826.50
>Cucharones	10	\$20.00	\$200.00
>Tenedores	50	\$17.41	\$870.50
>Platos	50	\$32.00	\$1,600.00
>Sartenes	8	\$450.00	\$3,600.00
>Ollas	8	\$550.00	\$4,400.00
Mantelería			
>Manteles	8	\$85.00	\$680.00
>Servilletas	10	\$35.00	\$350.00
SUBTOTAL			\$28,133.00
<u>INSUMOS NECESARIOS VARIABLES</u>			
Materia prima			
>Pollo	2,430 pzas	\$45.00	\$109,350.00
Chile chipotle por kg	49 kg	\$299.00	\$14,651.00
Crema ácida por lt	120 pzas	\$10.00	\$1,200.00
Limón por kg	113	\$10.00	\$1,125.00
Aceite de oliva 500 ml	135 pzas	\$150.00	\$20,250.00
Jitomate 20 kg		\$8	\$2,700.00
Cebolla 30 kg		\$8	\$288.00
Vinagre de manzana		\$15.50	\$930.00
Especias			

>Sal por kg		\$6.00	\$243.00
>Pimienta por kg		\$60.00	\$2,430.00
>Ajo		\$75.00	\$2,328.00
Aceite por litro	930 pzas	\$20.00	\$18,600.00
Arroz	36 pzas		
Utensilios desechables			
>Platos	2,700.00	\$2.00	\$5,400.00
>Charolas	\$2,700.00	\$2.20	\$5,940.00
SUBTOTAL			\$185,435.00
<u>REMODELACIONES</u>			
Remodelación al local			
>Losetas x m2	7	\$1,200.00	\$14,400.00
>Plafón x m2	7	\$240.00	\$2,880.00
>Pintura	7	\$457.00	\$3,199.00
Fachada	1		\$1,300.00
Interiores	1		\$1,300.00
Remodelación del baño			
>Inodoro			\$2,117.00
>Mingitorio			\$1,850.00
>Lavabo			\$850.00
>Puertas			\$2,200.00
SUBTOTAL			\$30,096.00
<u>GASTOS PREOPERATIVOS</u>			
Gastos legales			
Permisos			
>Salubridad	1		\$980.00
>Manejo de alimentos	1		\$650.00
>Anuncio exterior	1		\$320.00
>Estudio de impacto ambiental	1		\$250.00
Procedimientos legales			
>Obtención de la razón social	1		\$0.00

>Elaboración del acta constitutiva	1		\$22,380.00
>Inscripción del acta constitutiva	1		\$11,056.00
>Inscripción en la SIEM	1		\$640.00
Licencias			
>Licencia comercial	1		\$6,000.00
>Licencia de funcionamiento	1		\$7,412.00
SUBTOTAL			\$49,688.00
TOTAL DE INVERSIÓN			\$420,637.00

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2. Recursos humanos.

Tabla 11. Personal del restaurante.

PERSONAL	VACANTES	MONTO MENSUAL	MONTO ANUAL
<u>EMPLEADOS GENERALES</u>			
Cocineros	3	\$16,500.00	\$66,000.00
Meseros	2	\$8,000.00	\$96,000.00
Cajero	1	\$4,000.00	\$48,000.00
Lavaplatos	1	\$3,000.00	\$36,000.00
Limpieza	2	\$4,500.00	\$54,000.00
<u>ADMINISTRATIVOS</u>			
Contador general	1	\$12,800.00	\$153,600.00
Administrador	1	\$6,000.00	\$72,000.00
SUBTOTAL			\$693,600.00

Fuente: Elaboración propia.

5.1.3. Cronograma de inversión.

Tabla 12. Cronograma de inversión.

CONCEPTO	PRIMER AÑO		TERCER AÑO		QUINTO AÑO	
	1er semestre	2do semestre	1er semestre	2do semestre	1er semestre	2do semestre
Constitución legal de la empresa	■					
Realización de requisitos legales						
Contrato de servicios de luz y agua						
Remodelación del local						
Adquisición de mobiliario y equipo						
Adquisición de materia prima						
Adquisición de maquinaria						
Contratación del personal						
Reinversión de materia prima		■				
Renovación de uniformes		■				
Renovación de permisos y licencias						
Reinversión en equipo de cómputo						
Reinversión en la remodelación						
Renovación del mobiliario del restaurante						
Reinversión del Rosticero			■	■		
Reinversión de la estufa industrial						
Renovación de uniformes					■	■
Reinversión de materia prima					■	■

Fuente: Elaboración propia.

5.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN.

5.2.1. Factores fijos.

Tabla 13. Factores fijos de producción.

Producto	Unidades	Precio mensual	Precio anual
Pago de servicios			
>Agua		\$500.00	\$6,000.00
>Luz		\$5,000.00	\$60,000.00
>Gas		\$425.00	\$5,100.00
>Tv por cable		\$450.00	\$3,600.00
Mantenimiento de rostizadora		\$300.00	\$3,600.00
Mantenimiento de equipo de reparto		\$400.00	\$4,800.00
Mantenimiento de equipo de ventilación		\$250.00	\$3,000.00
Sueldos y salarios			
Empleados generales			
>Cocineros	2	\$9,000.00	\$108,000.00
>Meseros	2	\$8,000.00	\$96,000.00
>Cajero	1	\$5,000.00	\$60,000.00
>Lavaplatos	1	\$4,300.00	\$51,600.00
>Limpieza	1	\$4,500.00	\$54,000.00
Administrativos			
>Contador	1	\$12,800.00	\$153,600.00
>Administrador	1	\$6,000.00	\$72,000.00
Seguro para trabajadores		\$4,166.66	\$50,000.00
Productos de limpieza			
>Detergentes	12	\$250.00	\$3,000.00
>Escobas	12	\$23.00	\$276.00
Papel higiénico	12	\$500.00	\$6,000.00
TOTAL			\$740,576.00

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. Otros costos.

Tabla 14. Costos por la venta de refresco.

Producto	Precio unitario	Precio mensual	Precio anual
Refresco	\$16.50	\$495.00	\$5,940.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15. Factores variables de producción.

Producto	Precio unitario	Precio mensual	Precio anual
Materia prima			
Pollo	\$30.00	\$72,900.00	\$874,800.00
Chile chipotle 5 kg.	\$200.00	\$1,000.00	\$12,000.00
Crema ácida	\$10.00	\$1,200.00	\$14,400.00
Limón por kg.	\$10.00	\$1,125.00	\$13,500.00
Aceite de oliva 500 ml	\$150.00	\$20,250.00	\$243,000.00
Jitomate 20 kg	\$8.00	\$2,700.00	\$32,400.00
Cebolla 30 kg.	\$8.00	\$288.00	\$3,456.00
Vinagre de manzana	\$15.50	\$930.00	\$11,160.00
Espicias			
>Sal por kg	\$6.00	\$243.00	\$2,916.00
>Pimienta por kg	\$60.00	\$2,430.00	29,160.00
>Ajo por kg	\$75.00	\$2,328.00	\$27,936.00
Arroz	\$10.00	\$3,600.00	\$43,200.00
Utensilios desechables			
>Platos	\$2.00	\$5,400.00	\$64,800.00
>Charolas	\$2.20	\$5,940.00	\$71,280.00
TOTAL		\$119,559.00	\$1,444,008.00

Fuente: Elaboración propia.

5.3. COSTOS DE OPERACIÓN.

Tabla 16. Gastos de la inversión.

Concepto	Precio mensual	Precio anual
Renta del local.	\$7,000.00	\$84,000.00
1.Papelería	\$400.00	\$4,800.00
2.Publicidad y propaganda	\$1,250.00	\$15,000.00
3.Uniforme para empleados		\$3,500.00
4.Gasolina para equipo de reparto	\$1,300.00	\$15,600.00
Aguinaldos del personal		
5.Cocineros (3)	\$8,091.78	\$97,101.36
6.Mesero	\$2,697.26	\$32,367.12
7.Personal de limpieza	\$5,394.52	\$64,734.24
8.Cajero	\$2,697.26	\$32,367.12
9.Lavaplatos	\$2,206.85	\$26,482.20

Gastos de administración		
10.Administrador	\$6,400.00	\$76,800.00
TOTAL	37,437.67	\$452,752.04

Fuente: Elaboración propia.

5.4. COSTOS MEDIOS.

5.4.1. Determinación de la producción.

Tabla 17. Producción de pollos.

LABORAREMOS 360 DÍAS AL AÑO	
PRODUCCIÓN DIARIA:	81 pollos
PRODUCCIÓN MENSUAL:	2,430 pollos
PRODUCCIÓN ANUAL:	29,160 pollos

Fuente: Elaboración propia.

5.4.2. Determinación del precio.

Tabla 18. Determinación del precio sugerido a venta.

CT= CF+CV	DESARROLLO	
CT	\$740,576.00 + 1,444,008.00	\$2,184,584.00
Cfme= CF/PT		
Cfme	\$740,576.00 / 29,160	25.39
Cvme= CV/PT		
Cvme	\$1,444,008.00 / 29,160	49.52
Ctme=CT/PT		
Ctme	\$2,184,584.00 / 29,160	71.50

Fuente: Elaboración propia.

$$\$740,576.00 + \$219,227.00 (0.40) / 29,160$$

$$m= 28.40$$

$$28.40 + 49.52$$

$$\text{Precio a distribuidor}= \$77.92$$

5.4.3. Ingresos por la venta del pollo.

Se dará a un precio de \$90.00

Tabla 19. Ventas anuales por los pollos.

Unidades ventas	Precio de venta	Ingresos por ventas
29,160 pollos	\$90.00	\$2,624,400.00

Fuente: Elaboración propia.

5.4.4. Ingresos por la venta del refresco.

Cada refresco se dará a un precio de \$21.00.

Tabla 20. Ventas anuales por refresco.

Unidades ventas	Precio de venta	Ingresos por ventas
29,160 pollos	\$21.00	\$612,360.00

Fuente: Elaboración propia.

5.4.5. Capacidad de operación.

Tabla 21. Proyección de la producción, precios e ingresos a cinco años.

	Producción de pollos	Precio de venta	Ingresos por ventas
AÑO 1	29,160	\$90.00	\$2,624,400.00
AÑO 2	32,760	\$97.00	\$3,177,720.00
AÑO 3	36,803	\$105.00	\$3,864,315.00
AÑO 4	41,344	\$113.00	\$4,671,872.00
AÑO 5	46,446	\$122.00	\$5,666,412.00

Fuente: Elaboración propia.

Se consideró un aumento anual a la producción del 5% y se pronosticó un incremento de 8% al precio con respecto a la inflación.

Tabla 22. Proyección de la venta de refrescos.

	Producción de pollos	Precio de venta	Ingresos por ventas
AÑO 1	29,160	\$21.00	\$612,360.00
AÑO 2	32,760	\$23.00	\$753,480.00
AÑO 3	36,803	\$25.00	\$920,075.00
AÑO 4	41,344	\$27.00	\$1,116,288.00
AÑO 5	46,446	\$29.00	\$1,346,934.00

Fuente: Elaboración propia.

5.4.6. Tabla de amortización del préstamo bancario.

Tabla 23. Amortización del préstamo bancario.

AÑO	SALDO INSOLUTO	ABONO A CAPITAL	INT S/SALDO	IVA	PAGO TOTAL	ACUMULADO
0	\$200,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
1	\$160,000.00	\$40,000.00	\$68,800.00	\$11,008.00	\$119,808.00	\$119,808.00
2	\$120,000.00	\$40,000.00	\$55,040.00	\$8,806.40	\$103,846.40	\$223,654.40
3	\$80,000.00	\$40,000.00	\$41,280.00	\$6,604.80	\$87,884.80	\$311,539.20
4	\$40,000.00	\$40,000.00	\$27,520.00	\$4,403.20	\$71,923.20	\$383,462.40
5	\$0.00	\$40,000.00	\$13,760.00	\$2,201.60	\$55,961.60	\$439,424.00

Fuente: Elaboración propia.

5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Tabla 24. Punto de equilibrio en pesos.

Costos fijos Precio de venta	Menos	Costo variable unitario	Punto de equilibrio en pesos
\$640,976.00		49.52	\$15,834.39.00
<hr/> \$90.00			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25. Punto de equilibrio en unidades.

Punto en equilibrio en pesos Precio de venta	Punto de equilibrio en unidades
\$15,834.39	
<hr/> \$90.00	176 pollos

Fuente: Elaboración propia.

5.6. PROYECCION DE FLUJO DE EFECTIVO PARA EL PERIODO DE VIDA DEL PROYECTO.

Tabla 26. Proyección de flujo de efectivo.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por la venta de pollos	\$2,624,400.00	\$3,177,720.00	\$3,864,315.00	\$4,671,872.00	\$5,666,412.00
Ingresos por la venta de refresco	\$612,360.00	\$753,480.00	\$920,075.00	\$1,116,288.00	\$1,346,934.00
Total de ingresos	\$3,236,760.00	\$3,931,200.00	\$4,784,390.00	\$5,788,160.00	\$7,013,346.00
Costos de producción	\$2,090,924.00	\$2,258,197.92	\$2,438,853.75	\$2,633,962.05	\$2,844,679.02
Utilidad bruta	\$1,145,836.00	\$1,673,002.08	\$2,345,536.25	\$3,154,197.95	\$4,168,666.98
Gastos de operación	\$220,787.67	\$238,450.68	\$257,526.74	\$278,128.88	\$300,379.19
Utilidad de operación	\$925,048.33	\$1,434,551.40	\$2,088,009.51	\$2,876,069.07	\$3,868,287.79
Abono interés más capital	\$119,808.00	\$103,846.40	\$87,884.80	\$71,923.20	\$55,920.60
Utilidad antes de impuestos	\$805,240.33	\$1,330,705.00	\$2,000,124.71	\$2,804,145.87	\$3,812,367.19
30% ISR	\$241,572.10	\$399,211.50	\$600,037.41	\$841,243.76	\$1,143,710.16
Utilidad neta	\$563,668.23	\$931,493.50	\$1,400,087.30	\$1,962,902.11	\$2,668,657.04
PTU 10%	\$56,366.82	\$93,149.35	\$140,008.73	\$196,290.21	\$266,865.70
Flujo de efectivo.	\$507,301.41	\$838,344.15	\$1,260,078.57	\$1,766,611.90	\$2,401,791.33
% de rendimiento	231.40%	382.41%	574.78%	805.84%	1095.57%
Inflación.	8%	8%	8%	8%	8%
% de rendimiento neto	223.40%	374.41%	566.78%	797.84%	1087.57%
INVERSIÓN	\$219,227.00				

Fuente: Elaboración propia.

5.7. CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo resulta útil para establecer el equilibrio patrimonial de cada organización empresarial. Se trata de una de herramienta fundamental a la hora de realizar un análisis interno de la firma, ya que evidencia un vínculo muy estrecho con las operaciones diarias que se concretan en ella.

$$COSTOS FIJOS = \frac{\$740,576.00}{12} = \$61,714.66$$

$$COSTOS VARIABLES = \frac{\$1,444,008.00}{12} = \$120,334.00$$

CAPITAL DE TRABAJO = COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES

= \$61,714.66 + \$120,334.00

= \$182,048.66 (MENSUAL)

CAPITAL DE TRABAJO PARA INVERSIÓN = \$182,048.66 X 2

= 364,09732

Se multiplica el capital de trabajo por dos por motivo que desde el segundo mes se empieza a obtener producción para venta, así podrá ser incluido en la inversión como se muestra a continuación:

5.8. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.

Tabla 27. Presupuesto de inversión.

Producto	Unidades	Precio unitario	Precio por mayoreo
Rostizador	1		\$22,700.00
>27 pollos cada hora y media			
Refrigerador	1		\$4,285.00
Caja registradora de punto de venta	1		\$2,000.00
Caja de reparto	1		\$1,100.00
Equipo de cómputo	1		\$3,000.00
Televisión	1		\$6,899.00
Motocicleta para servicio a domicilio	1		\$13,200.00
Equipo de ventilación			
>Aire acondicionado	2	\$15,876	\$31,752.00
>Ventilador	3	\$560	\$1,680.00
Mesa de trabajo con refrigeración	1		\$12,200.00
Tanque estacionario de gas (100 kg)	1	\$3,900	\$7,800.00
Estufa de acero inoxidable	1		\$9,499.00
Mostrador	1		\$3,120.00
Lócker metálico	2	\$685.00	\$1,370.00
Juego de ocho sillas y dos mesas redondas	4	\$1,490	\$5,960.00
Escritorio	1		\$720.00
Tijeras especiales para cortar pollo	1		\$350.00
Trinchera para sacar pollo	2	\$150.00	\$300.00
Servilleteros	15	\$60.00	\$900.00
Contenedor de basura	4	\$320.00	\$1,280.00
Utensilios			
>Cucharas	50	\$16.53	\$826.50
>Cucharones	10	\$20.00	\$200.00
>Tenedores	50	\$17.41	\$870.50
>Platos	50	\$32.00	\$1,600.00

>Sartenes	8	\$450.00	\$3,600.00
>Ollas	8	\$550.00	\$4,400.00
Mantelería			
>Manteles	8	\$85.00	\$680.00
>Servilletas	10	\$35.00	\$350.00
Remodelación de local			
>Losetas x m2	7	\$1,200	\$14,400.00
>Plafón x m2	7	\$240.00	\$2,880.00
Fachada	1		\$1,300.00
Interiores	1		\$1,300.00
Remodelación del baño			
>Inodoro	1		\$2,117.00
>Mingitorio	1		\$1,850.00
>Lavabo	1		\$850.00
>Puertas	2	\$1,100	\$2,200.00
Gastos legales			
Permisos			
>Salubridad	1		\$980.00
>Manejo de alimentos	1		\$650.00
>Anuncio exterior	1		\$320.00
>Estudio de impacto ambiental	1		\$250.00
Procedimientos legales			
>Obtención de la razón social	1		\$0.00
>Elaboración del acta constitutiva	1		\$22,380.00
>Inscripción ante acta constitutiva	1		\$11,056.00
Inscripción en la SIEM	1		\$640.00
Licencias			
>Licencia comercial	1		\$6,000.00
>Licencia de funcionamiento	1		\$7,412.00
TOTAL DE INVERSIÓN			\$219,227.00

Fuente: Elaboración propia.

CAPITAL DE TRABAJO + INVERSIÓN

$$= \$364,097.32 + \$219,227.00$$

$$= \$583,324.32$$

5.9. ESTADO DE RESULTADOS.

Tabla 28. Estado de resultados PRO forma.

COMERCIALIZADORA LIMÓN S.A. DE C.V.			
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL			
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021			
Ingresos por la venta de pollos		\$2,624,400.00	
Ingresos por la venta de refresco		\$612,360.00	
(=) Ventas netas			\$3,236,760.00
(-) Costo de producción			\$2,090,924.00
(=) Utilidad bruta			\$1,145,836.00
GASTOS DE OPERACIÓN			\$787,976.00
Papelería	\$4,800.00		
Publicidad y propaganda	\$15,000.00		
Uniformes	\$3,500.00		
Gasolina para equipo de reparto	\$15,600.00		
Mantenimiento de equipo de reparto	\$4,800.00		
Gastos generales			
Agua	\$6,000.00		
Luz	\$60,000.00		
Gas	\$59,400.00		
Sueldos y salarios	\$525,600.00		
Renta del local	\$84,000.00		
Productos de limpieza	\$9,276.00		
(=) Utilidad de operación			\$357,860.00
Gastos financieros	\$119,808.00		
(=) Utilidad antes de impuestos			\$238,052.00
ISR 30%	\$71,415.60		
(=) Utilidad después de impuestos			\$166,636.40
PTU 10%	\$16,663.64		
(=) Utilidad del ejercicio			\$149,972.76

Fuente: Elaboración propia.

5.10. BALANCE GENERAL.

Tabla 29. Balance general PRO forma.

COMERCIALIZADORA LIMON S.A. DE C.V.					
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019					
ACTIVO.			PASIVO.		
CIRCULANTE.			A CORTO PLAZO		
Caja	\$50,000.00		Impuestos por pagar	\$71,415.60	
Bancos	\$862,857.36	\$912,857.36			\$71,415.60
FIJO.			A LARGO PLAZO		
Estufa de acero inoxidable	\$9,499.00		Préstamos bancarios a largo plazo	\$200,000.00	
Depreciación acumulada 20%	\$1,899.80		Intereses por pagar	\$ 119,808.00	\$319,808.00
Equipo de cómputo	\$3,000.00				
Depreciación acumulada 30%	\$900.00				
Equipo de ventilación	\$33,432.00				
Depreciación acumulada 10%	\$3,343.20				
Rostizador	\$22,700.00				
Depreciación acumulada 10%	\$2,270.00				
Lócker metálico	\$1,370.00				
Depreciación acumulada 10%	\$137.00				
Caja registradora	\$2,000.00				
Depreciación acumulada 10%	\$200.00				
Refrigerador	\$4,285.00				
Depreciación acumulada 20%	\$857.00				
Mesa de trabajo con refrigeración	\$12,200.00				
Depreciación acumulada 20%	\$2,440.00				
Equipo de transporte	\$13,200.00				
Depreciación acumulada 25%	\$3,300.00	\$86,339.00			
DIFERIDO.					
Rentas pagadas por anticipado	\$42,000.00	\$42,000.00			
			TOTAL PASIVOS		\$391,223.60
			CAPITAL CONTABLE.		\$649,972.76
			Capital social.	\$500,000.00	
			Utilidad del ejercicio.	\$149,972.76	
TOTAL ACTIVO.		\$1,041,196.36	TOTAL PASIVO + C.C.		\$1,041,196.36

Fuente: Elaboración propia.

5.11. RAZONES FINANCIERAS.

5.11.1. Razones de liquidez.

a) Capital de trabajo.

Activo circulante	Menos	Pasivo a corto plazo	Capital de trabajo
\$912,857.36		\$71,415.60	\$841,441.76

Se cuenta con los recursos suficientes para prolongar la operación de la empresa y así, poder cumplir nuestros compromisos a corto plazo.

a) Razón de liquidez.

Activo circulante	Entre	Pasivo a corto plazo	Razón de liquidez
\$912,857.36		\$71,415.60	\$12.78

Por cada peso que se debe en el corto plazo, se tienen \$12.78 en el activo circulante para enfrentar lo antes mencionado. Como el resultado es superior a la unidad, significa que la empresa es solvente.

b) Prueba de ácido.

Activo circulante	Menos Inventarios	Entre	Pasivo a corto plazo	Prueba de ácido
\$912,857.36		\$0.00	\$71,415.60	\$12.78

Por cada peso de deuda, se tienen \$12.78 para cubrir los compromisos de la empresa.

c) Razón de efectivo o prueba súper ácida.

Caja y bancos	Entre	Pasivo a corto plazo	Prueba súper ácida
\$912,857.36		\$71,415.60	\$12.78

5.11.2. Razones de endeudamiento.

a) Endeudamiento a corto plazo.

Pasivo a corto plazo	Entre	Activo circulante	A corto plazo
\$71,415.60		\$912,857.36	\$0.08

Por cada peso que se encuentran en el activo circulante, hay \$0.08 que se deben a corto plazo. Es decir, como es menor a la unidad la empresa no se encuentra muy endeuda.

b) Endeudamiento total.

Total de pasivo	Entre	Total de activo	Endeudamiento total
\$391,223.60		\$1,041,196.36	\$0.38

Existen \$0.38 centavos en el pasivo total por cada peso que se encuentran en el activo.

a) Razón de propiedad.

Capital contable	Entre	Total activo	Razón de propiedad
\$649,972.78		\$1,041,196.36	\$0.62

\$0.62 centavos pertenecen a los socios por cada peso invertido en la empresa.

b) Razón de estructura.

Capital contable	Entre	Pasivo total	Razón de estructura
\$649,972.76		\$391,223.60	\$1.66

Por cada peso invertido de los socios, existen \$1.66 de pasivo total.

5.11.3. Razones de rendimiento de capital.

a) Rotación de activos.

Ventas	Entre	Total activo	Rotación de activos
\$3,236,760.00		\$1,041,196.36	\$3.11

Por cada peso que se encuentran en nuestros activos, se tienen \$3.11 en lo que es la generación de ventas.

b) Del activo fijo.

Ventas	Entre	Activo fijo	Del activo fijo
\$3,236,760.00		\$86,339.00	\$37.49

Mis inmuebles, las maquinarias y equipos generan \$37.49 respecto a las ventas de la empresa.

c) Del activo total.

Utilidad neta	Entre	Activo total	Del activo total
\$149,972.76		\$1,041,196.36	0.14

Los activos tienen \$0.14 centavos de capacidad para producir utilidades.

d) Capital contable.

Utilidad neta	Entre	Capital contable	Capital contable
\$149,972.76		\$649,972.76	0.23

Se generan \$0.23 centavos por cada peso invertido por parte de los socios.

e) Ventas.

Utilidad neta	Entre	Ventas	Ventas
\$149,972.76		\$3,236,760.00	0.05

Las ventas contribuyen a la generación de \$0.05 centavos de utilidades.

5.11.4. Razones de rentabilidad.

a) Rentabilidad bruta sobre ventas.

Utilidad bruta	Entre	Ventas	Rentabilidad sobre ventas
\$1,145,836.00		\$3,236,760.00	35.40%

A nivel bruto, la rentabilidad de las ventas es del 35.40%.

Aunque es un porcentaje aceptable, puede reducirse aún más si se disminuyen nuestros costos.

b) Rentabilidad de la inversión.

Utilidad neta	Ventas	
\$149,972.76	\$3,236,760.00	Rentabilidad
	Por	de la
Entre	Entre	inversión
Ventas	Total activo	14.40%
\$3,236,760.00	\$1,041,196.36	

La rentabilidad del total del activo representa un 14.40%.

**CAPÍTULO VI:
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.**

CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.

6.1. Cálculo del valor presente neto y la tasa interna del retorno.

Tabla 30. Valor presente neto y la TIR.

Año	Flujos	Tasa de interés (TIR)	Valor presente neto (VPN)
0	-219,227.00		\$219,227.00
1	\$507,301.341	20%	\$101,460.28
2	\$838,344.15	20%	\$167,668.83
3	\$1,260,078.57	20%	\$252,015.71
4	\$1,766,611.90	20%	\$353,322.38
5	\$2,401,791.33	20%	\$480,358.27
TOTAL	\$6,774,127.35		\$1,354,825.47
VALOR TIR	\$6,554,900.35	TIR %	88.00%

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Cálculo de la tasa promedio de recuperación.

Tabla 31. Tasa promedio de recuperación.

Año	Tasa promedio de recuperación (TPR)
0	
1	2.31%
2	3.82%
3	5.75%
4	8.06%
5	10.96%
TOTAL	30.90%
TPR % / AÑOS	6.18

Fuente: Elaboración propia.

6.3. Cálculo del periodo de recuperación de la inversión y periodo de recuperación de la inversión con datos del valor presente.

Tabla 32. Periodo de recuperación de la inversión con flujos de efectivo y con datos del valor presente.

Año	Periodo de recuperación de la inversión	Periodo de recuperación de la inversión con VPN
0		
1	0.43	2.16
2	0.26	1.31
3	0.17	0.87
4	0.12	0.62
5	0.09	0.46
TOTAL	1.08	5.41
TOTAL / AÑOS	0.2166	0.9025

Fuente: Elaboración propia.

6.4. Cálculo del índice de rendimiento e índice de rendimiento con datos del valor presente.

Tabla 33. Índice de rendimiento con flujos de efectivo y con datos del valor presente.

Índice de Rendimiento	30.90
Índice de rendimiento con Valor Presente Neto	6.18

Fuente: Elaboración propia.

6.5. Cálculo de la tasa de rendimiento y tasa de rendimiento con datos del valor presente neto.

Tabla 34. Tasa de rendimiento y con datos del valor presente neto.

Tasa de Rendimiento	30.90%
Índice de rendimiento con Valor Presente Neto	6.18%

Fuente: Elaboración propia.

6.6. Cálculo de la tasa de rendimiento aceptable.

Tabla 35. Tasa mínima de rendimiento aceptable.

TMAR=	Tasa de inflación + Premio al riesgo
TMAR=	5.78% + 10%
TMAR=	15.78%

Fuente: Elaboración propia.

La tasa de inflación se calculó tomando como base la proyección de la tasa de inflación desde el año 2015 al año 2020. Se utilizó la media y el resultado que se obtuvo fue un total de 15.78%.

6.7. Cálculo del costo de capital promedio ponderado.

Tabla 36. Costo de Capital Promedio Ponderado.

Fuentes de financiamiento	Porcentaje	Miles	Precio relativo	Costo	Beneficios fiscales	Costo de Capital Promedio Ponderado
Crédito bancario	42%	\$294,000.00	34.40%	0.344	0.00%	14.45%
Socios	58%	\$406,000.00	10%	0.10	0.00%	5.80%
TOTAL		\$700,000.00	44.40%	0.444		20.25%
Es la tasa de interés del costo del financiamiento						

Fuente: Elaboración propia.

**CAPÍTULO VII:
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.**

CAPÍTULO VII: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

7.1. GRÁFICAS E INTERPRETACIÓN.

El municipio de Coatzacoalcos, se encuentra situado en el estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, de acuerdo a datos del INEGI en el año 2020, la población fue 310,698 habitantes y se sitúa a 18 metros de altitud.

En la localidad hay 149,135 hombres y 161,563. En el cuarto trimestre del año 2021, la tasa de participación laboral en Veracruz de Ignacio de la Llave fue del 54.1%, lo que implicó un aumento de 0.5 puntos porcentuales respecto al trimestre anterior.

La tasa de desocupación fue del 3.3%, lo que implicó una disminución de 0.11 puntos porcentuales respecto al trimestre anterior. Las ocupaciones con más trabajadores durante el cuarto trimestre del 2021 fueron trabajadores de apoyo en actividades agrícolas, trabajadores en el cultivo de maíz y/o frijol y empleados de ventas, despachadores y dependientes en comercio. (DATAMEXICO, 2020).

Si el 54.5% de la población se encuentra ocupada laboralmente, esto equivale a 169,330 personas, por lo cual a continuación se determinará el tamaño de la muestra con la fórmula:

$$n = \frac{K^2 pqN}{e^2(N - 1) + K^2 pq}$$

Dónde:

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

K: es una constante que depende del nivel de confianza asignado. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos, los valores K más utilizados y sus niveles de confianza son:

Tabla 37. Niveles de confianza de K.

K	Nivel de confianza
1.15	75%
1.28	80%
1.44	85%

1.65	90%
1.96	95%
2.0	95.5%
2.58	99%

Fuente: Elaboración propia.

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que se obtiene preguntando a una muestra de la población y el que se obtendría si se preguntara al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q= es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

N= es el tamaño de la muestra (número de encuestas que se van a hacer). Entonces se considera a $N=169,330$ personas, $K=1.15$, $e= 0.1$, $p=q=0.5$. Sustituyendo:

$$n = \frac{1.15^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 169,330}{0.1^2 (169,330 - 1) + 1.15^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

Se obtiene que el tamaño de muestra ideal es de $n=33,076$ personas.

Es así como a continuación se plantea una serie de preguntas abiertas con la finalidad de recabar la mayor información posible acerca de las características de las actividades económicas en Coatzacoalcos, Veracruz.

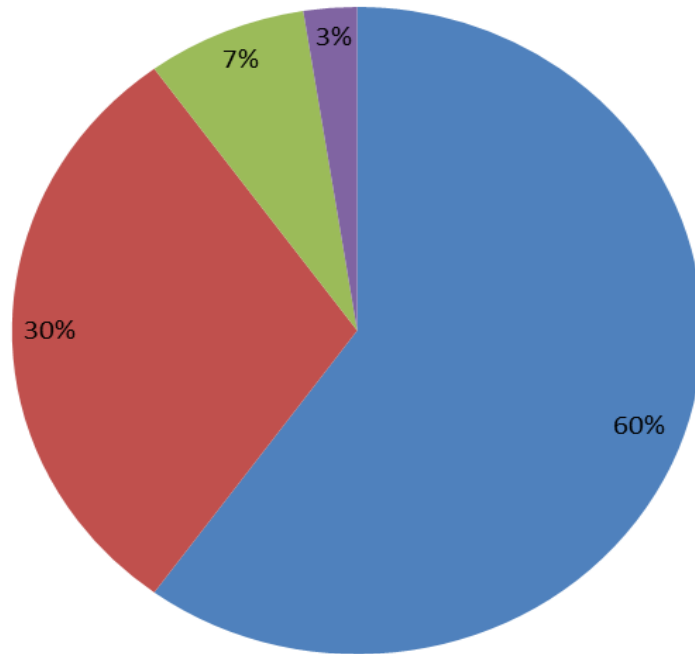
Antes de plantear el cuestionario (Formato 1), se le realiza a la persona encuestada una exposición y se le presenta una simulación del diseño de la propuesta.

El siguiente análisis buscará determinar la demanda del consumo de pollos rostizados dentro del mercado, tomando en cuenta que la población de la región de Coatzacoalcos, Veracruz es de 310,698 habitantes y considerando que nuestros futuros clientes se encuentran dentro de un rango de 20 a 60 años, en base a datos estadísticos del INEGI por medio de un censo realizado en el año 2020.

Gráfica 5. ¿Con qué frecuencia compra comida preparada?

¿Con qué frecuencia compra comida preparada?

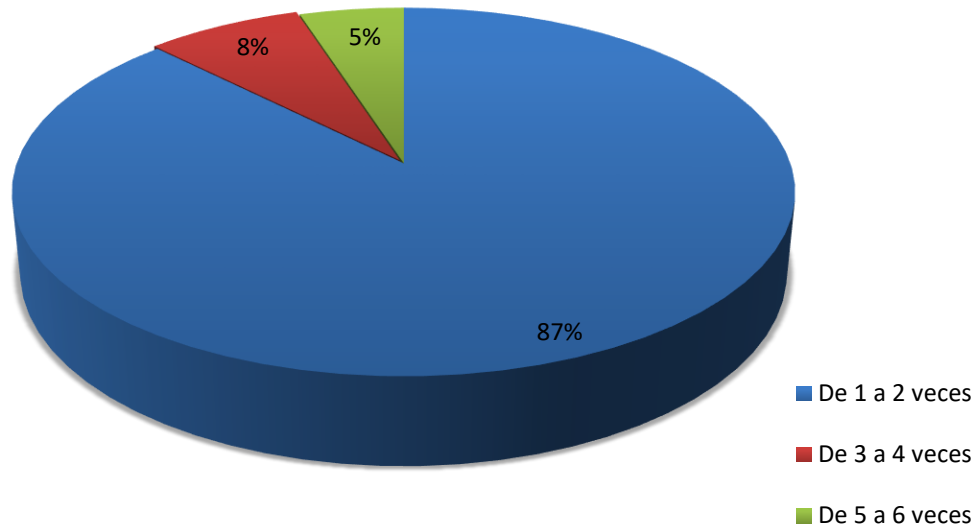
■ De 1 a 2 veces ■ De 3 a 4 veces ■ De 5 a 6 veces ■ Más de 6 veces



Fuente: Elaboración propia con datos de la cuenta realizada.

Observamos que el 60% de la muestra consume con mayor frecuencia de 1 a 2 veces lo que es la comida preparada, justificando dicha acción por la escasez del tiempo en realizar alimentos del hogar, así como también la influencia de la accesibilidad de los precios que se ofrecen.

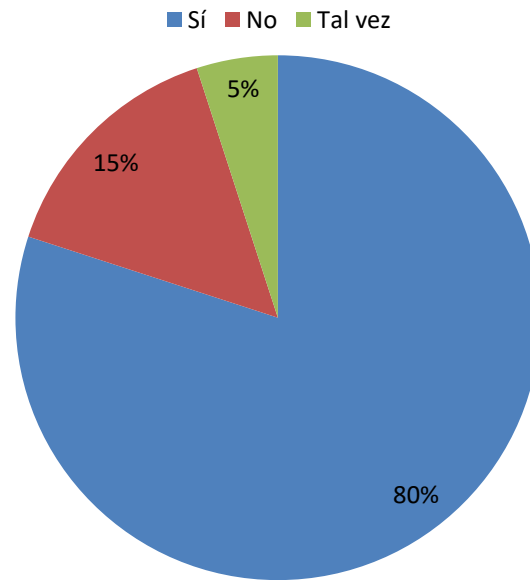
Gráfica 6. ¿Cuántas veces por semana es su consumo de pollo?

¿Cuántas veces por semana es su consumo de pollo?

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

De acuerdo a la gráfica presentada, se determinó que el ochenta y siete por ciento de la muestra consume al menos de 1 a 2 veces por semana. Esto sucede ya que como se mencionaba, el pollo es uno de los productos cárnicos más accesibles para los consumidores.

Gráfica 7. ¿Estaría dispuesto a consumir pollo rostizado preparado?

¿Estaría dispuesto a consumir pollo rostizado preparado?

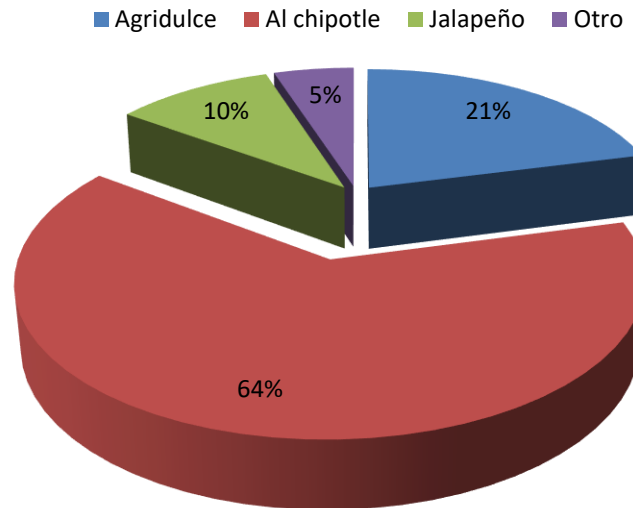
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

El 80% de la muestra se encuentra dispuesta a consumir un pollo rostizado preparado a su gusto, debido a que les es interesante la idea de que la sazón del pollo sea similar al de un hogar. Mientras que el 15% no estarían dispuestos a probarlos, justificando que posiblemente serían pollos con mucha grasa y con un elevado costo a comparación de cualquier otro producto cárnico y que quizás no llegarían a satisfacer la demanda necesaria como lo hacen ciertas marcas ya reconocidas existentes en el mercado.

De tal manera, el cinco por ciento restantes quizás lo llegarían a probarlos. Tomando en cuenta las recomendaciones de amigos, familiares y conocidos. Agregando de esa forma que también tendrían que ver qué tan apetecible se vea el producto.

Gráfica 8. ¿Cuál sabor sería de su preferencia?

¿Cuál sabor sería de su preferencia?



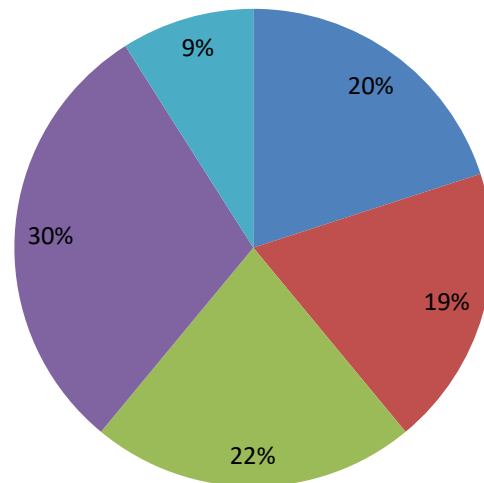
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

En la gráfica anterior se puede lograr observar que al 64% de la población, el sabor de su preferencia sería el de chipotle, porque en la mayoría de los comentarios es que gustaban de un sabor tanto picosito pero sin la necesidad de realmente llegue a lastimar el estómago del consumidor, así como también destacándose que al 21% y al 10% gustan de un sabor agridulce y jalapeño, respectivamente.

Gráfica 9. ¿Con qué tipo de guarnición le gustaría acompañarlo?

¿Con qué tipo de guarnición le gustaría acompañarlo?

■ Ensalada ■ Arroz ■ Pasta ■ Puré ■ Otro



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la encuesta realizada.

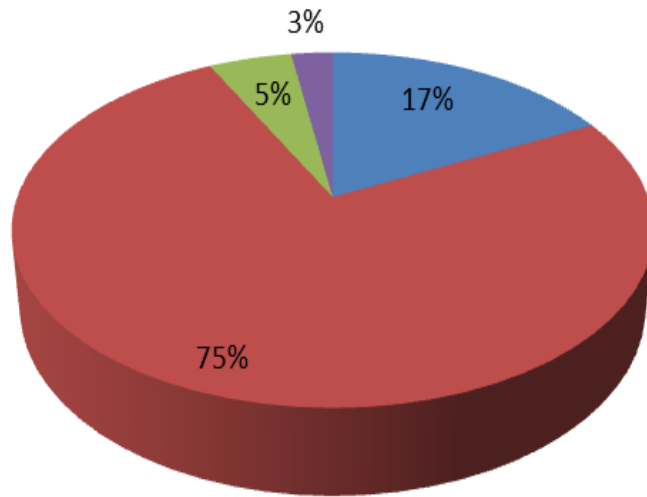
Se puede apreciar que al 30% de la muestra, la guarnición principal que los consumidores preferirían acompañar a un pollo rostizado es el puré de papa, siguiendo de las pastas, con un 22% de la muestra.

Mientras que a tan solo el 9% de la muestra daba otras opciones de guarniciones de acuerdo a sus gustos y preferencias como por ejemplo, papas a la francesa.

Gráfica 10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo rostizado preparado?

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un pollo rostizado?

■ \$50.00 a \$80.00 ■ \$90.00 a \$110.00 ■ \$115.00 a \$130.00 ■ \$135.00 a \$150.00



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la encuesta realizada.

Si bien es cierto, el precio es uno de los factores que influye a los consumidores al momento de decidir si adquirir o no dicho producto, además de la calidad. A bajo costo, mala calidad y alto costo, excelente calidad.

Ahora bien, conforme al gráfico anterior se observa que al 75% de la muestra les parece accesible el precio entre \$90.00 a \$110.00, lo cual nos dice que la mayoría de la muestra optan por un precio promedio que no exceda de los \$120.00, siendo así uno de los factores más importantes a considerar.

Además de que como se ha comentado con anterioridad, la carne de pollo es una de los productos cárnicos más accesibles por motivo de que es la que más se consume a un precio económico y de buena calidad.

CONCLUSIONES.

Una construcción establecida con otro objetivo resultó en el proyecto de inversión a la apertura del restaurante denominado “Las Pollitas”, con un tiempo aproximado de cinco años, así logrando adaptar y distribuir los espacios necesarios para su buen funcionamiento, puesto que el área de cocina y comedor se organizó en base a la información obtenida en el estudio de mercado, para la adecuada operación y así poder brindar la comodidad que el consumidor espera.

De tal manera, se puede concluir que existe un mercado potencial que se encuentra interesado en la apertura de un restaurante pollería que se encargue de la comercialización de pollo rostizado preparado.

La principal competencia que tiene Pollitas, es El Pollo Feliz con un 77.50% de preferencia por parte de los consumidores que su menú de elección es pollo.

Los precios de los combos o platillos que ofrecen los restaurantes dentro del municipio de Coatzacoalcos, Veracruz; son justos puesto que cumplen con las exigencias de los clientes.

El sabor, la calidad, la higiene y la presentación, la atención al cliente, el ambiente, la decoración, la ubicación y el precio, son algunos de los factores por los cuales los consumidores escogerían en llegar a consumir dentro del restaurante pollería.

Por último, se logra identificar que los restaurantes de comida rápida o comida preparada, poseen una buena ventilación y un excelente mobiliario en óptimas condiciones.

RECOMENDACIONES.

Se recomienda que:

1. Se considera como una estrategia de rentabilidad por parte de los accionistas la apertura de una sucursal en el área de Coatzacoalcos, Veracruz, ya que supuestamente el estudio es novedoso, puesto que no existe un restaurante pollería que ofrezca este tipo de menú.
2. Dar a conocer a los consumidores del municipio, en qué consiste el pollo rostizado preparado y ser una opción diferente de presentación del típico menú de pollo rostizado.
3. Proporcionar precios competitivos en los combos que se tendrían dentro del menú, con la finalidad de ser la mejor opción para el cliente al momento de elegir un restaurante en dicha área.
4. Entre las políticas de publicidad, se considerará en colocar promociones en fines de semana, como banquetes familiares o de parejas
5. La empresa entre sus políticas, se encargará de capacitar al personal en servicio al cliente, además de promover ascensos en el personal que responda a un buen clima laboral.
6. Garantizar las condiciones de seguridad e higiene de los clientes del restaurante y verificar con regularidad que el mobiliario se encuentre en perfecto estado.
7. Contar con un plan de contingencia que permita en años, que este proyecto se encuentre en ejecución que sus costos se mantengan en lo presupuestado y casos fortuitos, que no desajusten las proyecciones de utilidades esperadas por los accionistas.

BIBLIOGRAFÍA

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (2020). *Proyecto del tren transístmico* . Obtenido de file:///C:/Users/cyn_z/Downloads/CESOP-IL-72-14-TrenTrans%C3%ADstmico-180719.pdf

Ciudades Porteñas. (2020). Obtenido de Coatzacoalcos, historia y economía.

Consejo Mexicano de la carne. (12 de febrero de 2020). *COMECARNE y sus productos cárnicos*. Obtenido de <https://comecarne.org/estadisticas/>

DATAMEXICO. (2020). *Coatzacoalcos*. Obtenido de <https://datamexico.org/es/profile/geo/coatzacoalcos>

El universal. (15 de febrero de 2020). *Pollo rostizado tiene su historia*. Obtenido de <https://archivo.eluniversal.com.mx/menu/2015/alimento-tradicional-y-de-gran-sabor-y-su-historia-107251.html>

INEGI. (2020). *MEXICO EN CIFRAS*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=30#tabMCcollapse-Indicadores>

Jose Cuevas Valdez. (16 de marzo de 2020). *Carne de pollo: oportunidades de crecimiento en México* . Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Carne-de-pollo-oportunidades-de-crecimiento-en-Mexico-20190303-0025.html>

Milenio. (15 de marzo de 2020). *Pollo, la carne más consumida por mexicanos*. Obtenido de <https://www.milenio.com/negocios/pollo-la-carne-mas-consumida-por-mexicanos-durante-2018>

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. (15 de febrero de 2020). *Producción y productos avícolas*. Obtenido de <http://www.fao.org/poultry-production-products/production/es/>

Periodismo Técnico Especializado. (2020). *Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec*. Obtenido de <http://t21.com.mx/maritimo/2019/09/24/van-46-mil-600-mdp-corredor-transistmico>

Rankia. (15 de marzo de 2020). *Niveles socioeconómicos de México*. Obtenido de

<https://www.rankia.mx/blog/mejores-opiniones-mexico/3095882-niveles-socioeconomicos-mexico>

Unión Nacional de Avicultores. (12 de marzo de 2020). *Situación de la avicultura mexicana*.

Obtenido de <http://www.una.org.mx/index.php/panorama/situacion-de-la-avicultura-mexicana>

Unión Nacional de Avicultores. (14 de febrero de 2021). *Situación de la Avicultura Mexicana*.

Obtenido de

<https://una.org.mx/industria/#:~:text=Para%20el%20cierre%20de%202021,de%203.5%20millones%20de%20toneladas.>

ANEXOS.

Ilustración 1. Logotipo del negocio.



El placer en tu paladar

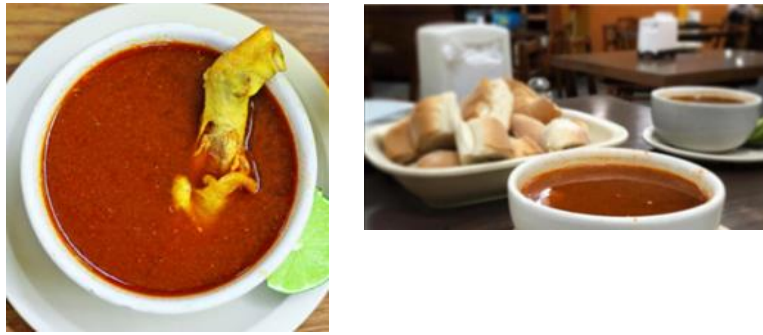
Fuente: Imagen elaborada por uno mismo.

Ilustración 2. Pollo rostizado preparado y acompañamientos.



Fuente: Imágenes tomadas por uno mismo.

Ilustración 3. Presentación del caldo rojo con pieza de pollo o menudencia.



Fuente: Imágenes tomadas por uno mismo.

Ilustración 4. Presentación del pollo frito al mojo de ajo.



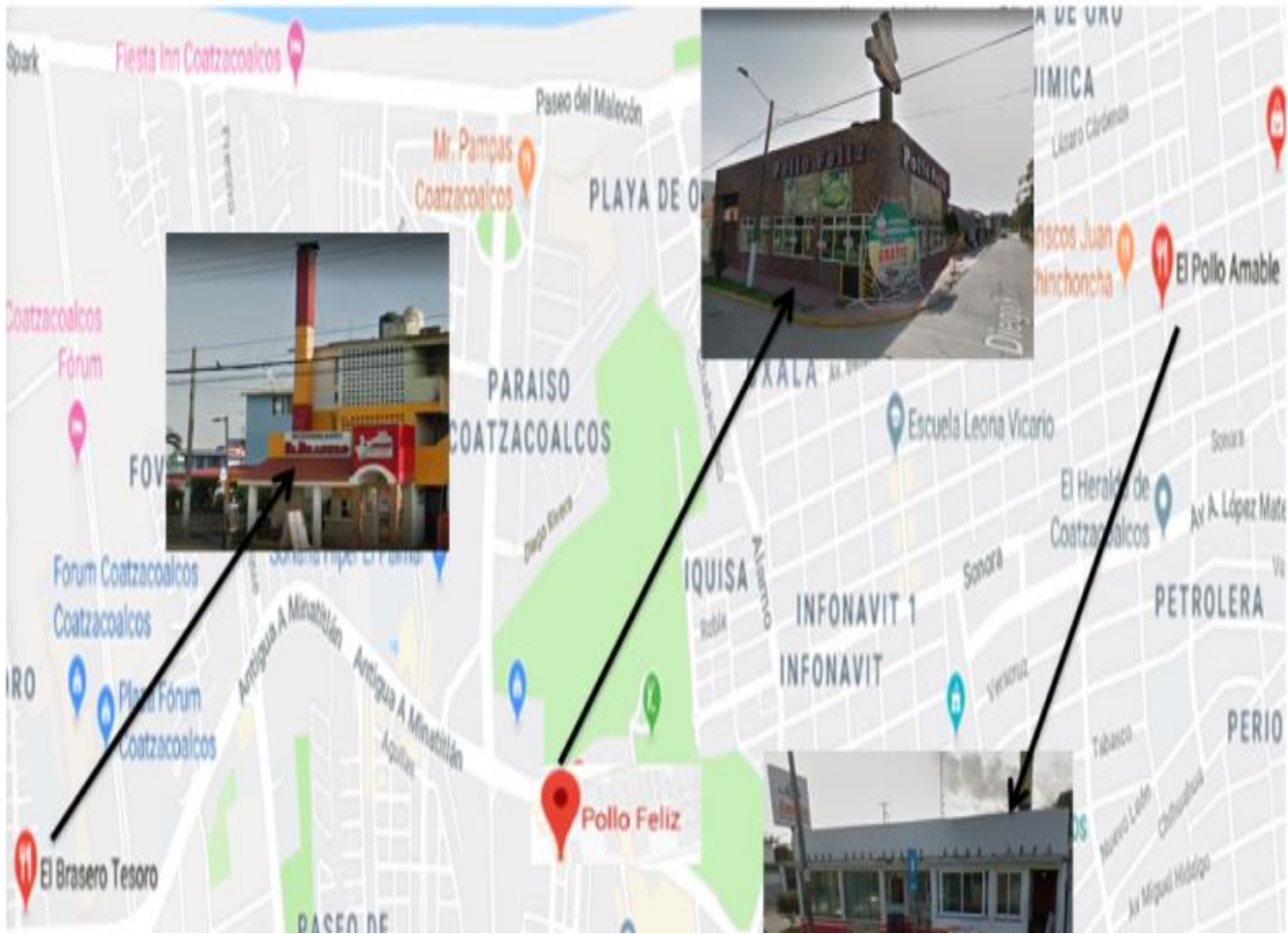
Fuente: Imagen tomada por uno mismo.

Ilustración 5. Presentación del pollo en barbacoa.



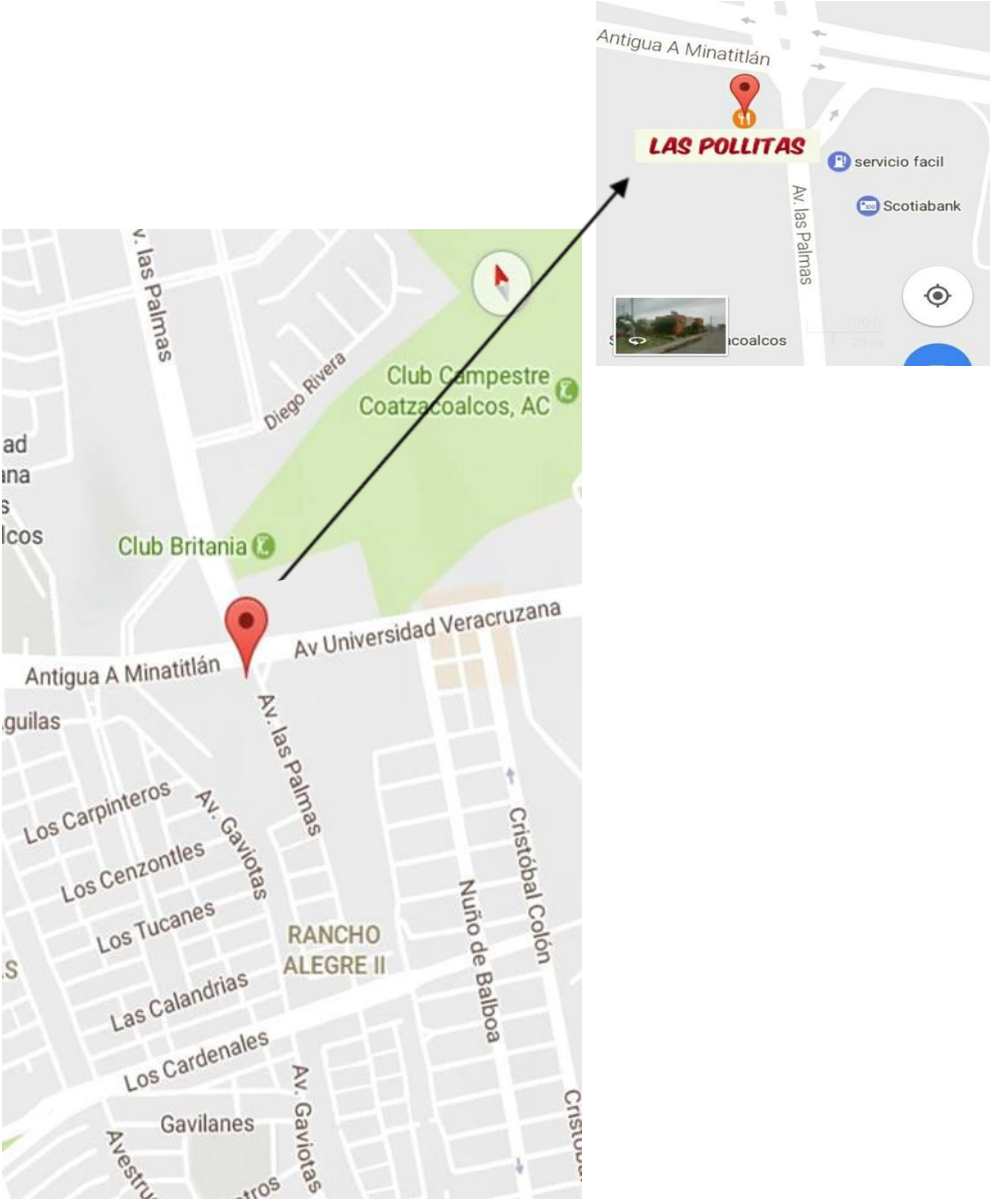
Fuente: Imagen tomada por uno mismo.

Ilustración 6. Ubicación a mapa de la competencia directa.



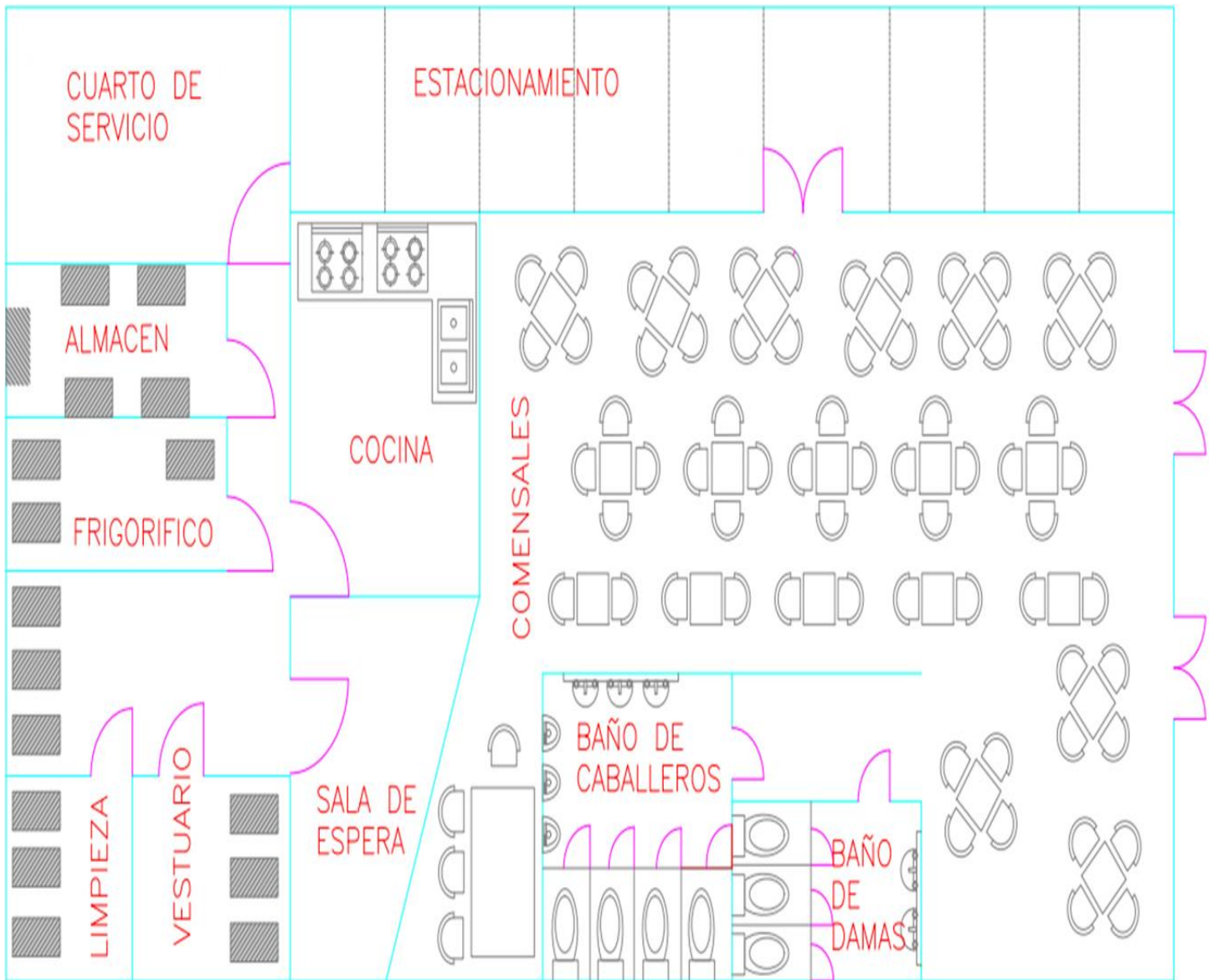
Fuente: Elaboración propia con imágenes desde Google imágenes.

Ilustración 7. Croquis de microlocalización donde se ubicaría el proyecto.



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 8. Plano de instalaciones del local.



Fuente: Elaboración propia con el programa AutoCAD.



Formato 1. Encuesta inicial.

UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.

Incorporada a la UNAM

CLAVE: 8859-08

LICENCIATURA EN CONTADURÍA



Objetivo: La finalidad es la de recabar información sobre gustos y preferencias de los habitantes de la ciudad y puerto de Coatzacoalcos, Veracruz, respecto a la implementación de un restaurante de pollos rostizados preparados.

Instrucciones: Estimado Sr. / Sra., gracias por regalarnos un momento de su tiempo. Rellenando esta breve encuesta, ayudará a obtener los mejores resultados.

Género: _____ Edad: _____

1. ¿Con qué frecuencia compra comida preparada?
 - a) De 1 a 3 veces.
 - b) De 4 a 6 veces.
 - c) Más de 7 veces.
2. ¿Cuántas veces por semana es su consumo de pollo?
 - a) De 1 a 3 veces.
 - b) De 4 a 6 veces.
 - c) Más de 7 veces.
3. ¿Estaría dispuesto a consumir pollo rostizado preparado?
 - a) Sí.
 - b) No.
 - c) Tal vez.
4. ¿Cuál sabor sería de su preferencia?
 - a) Agridulce.
 - b) Al chipotle o Enchiptlado.
 - c) Jalapeño.
 - d) Otro: _____
5. ¿Con qué tipo de guarnición le gustaría acompañarlo?
 - a) Ensalada.
 - b) Arroz.

- c) Pasta.
 - d) Puré.
 - e) Otro: _____
6. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un pollo rostizado?
- a) De \$50.00 a \$80.00.
 - b) De \$90.00 a \$110.00.
 - c) De \$115 a \$130.00
 - d) De \$135 a \$140.00



El placer en tu paladar

Investigador: Víctor Gabriel Torres Limón.