

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



Ensayo y/o Artículo Científico

Tema:

“Análisis del mercado para la implementación de un negocio de pollos asados en Manta”

Autor:

Bravo González Henry Alejandro

Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio

Carrera Administración de Empresas

Tutor:

Ing. Morante Galarza José Luis, Mg.

Manta – Manabí – Ecuador

2025-2

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	CERTIFICADO DE TUTOR(A).	
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante BRAVO GONZÁLEZ HENRY ALEJANDRO, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2025-2, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es "ANÁLISIS DEL MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE POLLOS ASADOS EN MANTA".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 27 de enero de 2026

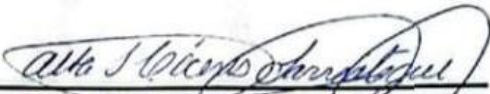
Lo certifico,


 Ing. José Luis Morante Galafza, Mg.
Docente Tutor(a)
Área: Administración de empresas

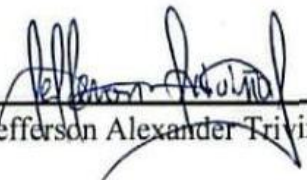
APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación el tema: **"Análisis del mercado para la implementación de un negocio de pollos asados en Manta"**. Elaborado por el egresado Bravo González Henry Alejandro, el mismo que cumple con el estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Facultad de Ciencias Administrativa Contables y Comercio de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:



Ing. Alba Lucía Cáceres Larreategui, Mg.



Ing. Jefferson Alexander Triviño Quijije, Mg .



Ing. María Jessenia Alcívar Mero, Mg.

Certificado de Compilado



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

BRAVO GONZALEZ HENRY ALEJANDRO

ARTICULO PREGRADO

2%
Textos sospechosos

2% Similitudes
%similitudes entre comillas
0 %entre las fuentes mencionadas
4% Idiommas no reconocidos (ignorado)
49% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento:BRAVO GONZALEZ HENRY ALEJANDRO
ARTICULO PREGRADO.docx
ID del documento:61f51636f55d9029eea7942b7dec1cbe452e6357
Tamaño del documento original:542,34 kB

Depositante:José Morante Galarza
Fecha de depósito:21/1/2026
Tipo de carga:interface
fecha de fin de análisis:21/1/2026

Número de palabras:4079
Número de caracteres:28.954

Ubicación de las similitudes en el documento:

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 ORTIZ VELEZ JOSELYN ELIZABETH .docx ORTIZ VELEZ JOSELYN ELIZABETH... #db3023 Viene de de mi grupo	1%		 Palabras idénticas:1%(34 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 doi.org Estrategias de Marketing Implementadas en el Rubro de Panaderías de I... https://doi.org/10.61616/rvdc.v6i2.914	< 1%		 Palabras idénticas:< 1%(14 palabras)
2	 Documento de otro usuario #e78f8f Viene de de otro grupo	< 1%		 Palabras idénticas:< 1%(14 palabras)
3	 Documento de otro usuario #1a60ee Viene de de otro grupo	< 1%		 Palabras idénticas:< 1%(12 palabras)
4	 dspace.ucuenca.edu.ec La dirección de arte aplicada a la tecnología y redes soc... http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/38916	< 1%		 Palabras idénticas:< 1%(10 palabras)
5	 hdl.handle.net Propuesta de mejora de los factores relevantes del marketing m... https://hdl.handle.net/20.500.13032/29383	< 1%		 Palabras idénticas:< 1%(10 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1

 https://orcid.org/0009-0003-4079-1134

2

 https://orcid.org/0000-0003-1716-3765

3

 https://www.controlsanitario.gob.ec/rendicion-de-cuentas-2023/

4

 https://www.ccmanta.org.ec/

5

 https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/154

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Bravo González Henry Alejandro, con cédula de identidad **1313306357**, declaro que el presente trabajo de titulación: **“Análisis del mercado para la implementación de un negocio de pollos asados en Manta”** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y de Comercio sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



Bravo González Henry Alejandro
C.I.: 1313306357
E-mail: e13133063567@live.uleam.edu.ec
Telf: 0993696335

Dedicatoria

Dedico el presente artículo, en primer lugar, a Dios, fuente de sabiduría, fortaleza e inteligencia, cuya guía constante ha orientado mi vida personal y académica, permitiéndome afrontar cada desafío con fe, discernimiento y propósito.

A mi padre, Henry, por su apoyo incondicional, por su ejemplo de perseverancia y por enseñarme, con hechos, a no rendirme ante las dificultades. A mi madre, Mercedes, por su amor inagotable, su cuidado permanente y por sostenerme con firmeza y ternura en los momentos más complejos del camino.

A mi hermana Margarita, parte esencial de mi vida y apoyo constante en cada etapa. A mi sobrinito Alejandrito, quien crece día a día y representa una fuente genuina de motivación, ternura y esperanza para el futuro.

A mi madrina Tatiana, por abrirme generosamente las puertas de su hogar y brindarme un apoyo sincero y desinteresado. A mi tío Carlos, por su orientación y acompañamiento, fundamentales en mi formación personal y humana.

De manera especial, dedico este trabajo a mi amigo Shande, quien ha sido una presencia esencial a lo largo de todo mi recorrido universitario, acompañándome en cada semestre con lealtad, apoyo y amistad sincera; a quien considero y aprecio profundamente como un hermano. Asimismo, a Laura, mi mejor amiga, confidente y apoyo constante, cuya cercanía, comprensión y afecto han sido un pilar importante durante esta etapa académica y personal.

De igual manera, deseo reconocer de forma particular al Ing. Carlos Velasco Mg, quien no solo fue un excelente docente, sino también un gran amigo. Su cercanía, calidad humana y vocación por la enseñanza dejaron una huella significativa en mi proceso formativo, motivándome a enfrentar la carrera con responsabilidad, entusiasmo y sentido ético.

A Fabiola, por su presencia constante durante la elaboración de este trabajo, por su aliento en los momentos de cansancio y por su apoyo incondicional cuando dudé de mis propias fuerzas.

Finalmente, me dedico este logro a mí mismo, Henry Alejandro Bravo González, por la perseverancia, paciencia, constancia y esfuerzo personal que hicieron posible alcanzar esta meta académica, como reflejo del compromiso asumido con mi formación y crecimiento profesional.

Reconocimiento

Expreso mi profundo agradecimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, institución que me brindó la oportunidad de acceder al conocimiento y de desarrollarme en un entorno académico que fortaleció tanto mi formación profesional como mi crecimiento humano. De manera especial, a la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio – Carrera de Administración de Empresas, espacio fundamental en el que comprendí que la disciplina, la constancia y el compromiso son pilares esenciales del aprendizaje y del desarrollo profesional.

Manifiesto un reconocimiento sincero a mi tutor, Ing. José Luis Morante, quien me acompañó y orientó a lo largo de mi trayectoria universitaria con dedicación, paciencia y vocación docente. Su guía académica y humana dejó en mí aprendizajes que hoy constituyen herramientas valiosas para el ejercicio profesional; más allá de la enseñanza técnica, supo transmitir una visión integral de la carrera como un verdadero proyecto de vida.

Asimismo, expreso mi especial agradecimiento a la Directora de Carrera, Ing. Rocío Piguave Pérez Ph.D, cuyo liderazgo y gestión académica contribuyeron de manera significativa a que mi formación se desarrollara en un ambiente de orden, exigencia y apoyo constante. Su trabajo comprometido, muchas veces discreto, se refleja en la calidad profesional y humana de quienes culminamos esta etapa formativa.

Finalmente, agradezco a las autoridades, docentes y al personal administrativo de la institución, cuyo esfuerzo conjunto hizo posible que esta etapa académica se transforme en una experiencia enriquecedora, significativa e inolvidable.

ANÁLISIS DEL MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE POLLOS ASADOS EN MANTA

Autor

Bravo González Henry Alejandro <https://orcid.org/0009-0003-4079-1134>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio

Manta, Ecuador

e1313306357@live.uileam.edu.ec

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la viabilidad de mercado para la implementación de un negocio de pollos asados en sectores periféricos del cantón Manta, mediante la identificación de la demanda potencial, la evaluación de la oferta competitiva existente y el análisis de los atributos de valor desde la perspectiva del consumidor. La investigación se justifica por la concentración de la oferta gastronómica en zonas céntricas y el crecimiento poblacional en parroquias con limitada presencia de establecimientos formales de alimentos preparados. La metodología empleada se apoyó en el enfoque cuantitativo, tipo de estudio descriptivo, diseño no experimental y transversal, la información se recolectó aplicando encuestas a habitantes mayores de edad, seleccionados a partir de un muestreo probabilístico aleatorio simple. Los resultados evidenciaron una significativa demanda de pollo asado no satisfecha, así como la apreciación positiva de características como la rapidez del servicio, la conveniencia del establecimiento y las condiciones de higiene. Asimismo, se identificó un incremento en la tendencia del uso de plataformas digitales para la promoción comercial y la búsqueda de información gastronómica especialmente en población joven y económicamente activa. Se concluyó que existen las condiciones idóneas para la puesta en marcha de emprendimientos de comercialización de pollos asados en áreas periféricas, pese a que se debe considerar estándares de ubicación territorial próximo a los usuarios, formalidad y cumplimiento de reglamentos de inocuidad alimentaria, contribuyendo de esta forma al fortalecimiento del sector gastronómico local.

Palabras clave: viabilidad de mercado; comportamiento del consumidor; demanda; oferta; alimentos preparados.

Abstract

This study aimed to analyze the market viability of implementing a rotisserie chicken business in peripheral areas of the Manta canton. This was achieved by identifying potential demand, evaluating the existing competitive offerings, and analyzing value attributes from the consumer's perspective. The research is justified by the concentration of food services in central areas and the population growth in parishes with a limited presence of formal prepared food establishments. The methodology employed was based on a quantitative approach, a descriptive study, and a non-experimental, cross-sectional design. Data was collected through surveys of adult residents selected using simple random sampling. The results revealed a significant unmet demand for rotisserie chicken, as well as positive perceptions of characteristics such as speed of service, convenience of the establishment, and hygiene conditions. Furthermore, an increasing trend was identified in the use of digital platforms for commercial promotion and the search for gastronomic information, especially among young and economically active individuals. It was concluded that the ideal conditions exist for launching roasted chicken marketing ventures in peripheral areas, although territorial location standards close to users, formality and compliance with food safety regulations must be considered, thus contributing to the strengthening of the local gastronomic sector.

Keywords: market viability; consumer behavior; demand, supply, prepared foods.

Introducción

En el contexto global actual, el consumo de carne de pollo ha experimentado un crecimiento sostenido, impulsado por su accesibilidad económica, versatilidad culinaria y alto valor nutricional. En conformidad con indicadores provenientes de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2023), la carne de aves es la que presenta mayor demanda a nivel global con un crecimiento anual promedio de 4.3%, estableciéndose como una de las más importantes proteínas de origen animal consumidas internacionalmente. Kalinowski (2021) manifiesta, que esta tendencia, se refleja en países de Latinoamérica, donde las modificaciones de las condiciones de vida urbana están inclinando las preferencias culinarias hacia alimentos listos y de fácil acceso, como es el pollo que lidera con un 55% en referencia a otros tipos de carnes.

En Ecuador, la carne de pollo es una de las proteínas más solicitadas, se estima una demanda por persona de 26.5 kilogramos al año, esto representa un aproximado significativo destinado a la alimentación con carnes (Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG, 2024). Este tipo de consumo se encuentra asociado con dimensiones socioeconómicas propias de contextos urbanos, que se distinguen por tener jornadas laborales extensas y limitada disponibilidad del tiempo para preparar alimentos en el hogar. Información proveniente del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2023) un 57% de familias pertenecientes al sector urbano mencionó que laboran bajo extensas jornadas, lo que beneficia la demanda de comidas listas para el consumo.

Bajo esta perspectiva, la provincia de Manabí se ubica como uno de los sectores más destacados dentro del espacio avícola en Ecuador, genera alrededor de un 22% de carne de pollo a nivel nacional (MAG, 2024), si bien es cierto que se debe mencionar que la transformación primaria de este tipo de carne, con valor agregado resulta bastante limitada, debido a que solamente el 15% es destinada a comercialización de pollos asados (Cámara de Comercio de Manta, 2023), tal escenario interfiere con la demanda y el crecimiento poblacional continuo de importantes ciudades como Manta, que mantiene una tasa al año de 2.1%, lo cual provoca una presión progresiva sobre la oferta gastronómica actual.

Localmente, la disponibilidad de empresas gastronómicas evidencia una alta concentración en el área urbana, según fuentes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta (GAD, 2024), alrededor del 70% de los establecimientos de alimentos preparados formales, están localizados en el centro de la urbe, aún cuándo otros importantes sectores urbanos periféricos como son la parroquia Tarqui, Los Esteros y Eloy Alfaro, muestran escasa presencia comercial,

aproximadamente un 0.4 locales comerciales por cada 10.000 habitantes. La marcada concentración restringe el oportuno acceso de los consumidores de estas áreas poblacionales, que deben trasladarse distancias significativas para adquirir productos alimenticios con gran demanda como el pollo asado.

Desde este ámbito, ponen de manifiesto la presencia de una necesidad no satisfecha dentro del mercado de este tipo de alimentos preparados en la ciudad de Manta. De acuerdo con Cedeño y Palma (2021); López y Véliz (2019) coinciden en que el consumo de pollo asado se posesiona como una de las preferencias culinarias de los habitantes, especialmente en aquellas áreas con alta densidad de población, en tal contexto los usuarios valoran características como la higiene de los locales, accesibilidad en los costos y atención inmediata, no obstante, estas cualidades no siempre se garantizan dentro de la oferta existente, especialmente en entornos de venta informales.

En tal sentido, uno de los más importantes desafíos identificados en el área gastronómica a nivel local, se encuentra representada por una alta prevalencia de locales comerciales informales, de acuerdo con la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2023) alrededor de un 60% de alimentos preparados en la provincia de Manabí contravienen en parte algunas normativas de inocuidad alimentaria, por otra parte, el Ministerio de Producción (2023) difunde que un 35% de los comerciantes se manejan sin los permisos legales pertinentes dispuestos para este rubro.

Esto no solo implica una amenaza para la salud pública, sino que provoca el surgimiento de competencia desleal en menoscabo de los establecimientos que laboran apegados a estándares de la formalidad. De acuerdo con lo detallado, se formula el siguiente problema de investigación ¿Cuál es la viabilidad del mercado para la implementación de un negocio de pollos asados en las parroquias urbanas periféricas del cantón Manta, considerando patrones de consumo, oferta existente y atributos de valor percibido por los usuarios? En línea con la problemática, el objetivo consistió en analizar la viabilidad de mercado para la implementación de un negocio de pollos asados en sectores periféricos del cantón Manta, mediante la identificación de la demanda potencial, la evaluación de la oferta competitiva existente y el análisis de los atributos de valor desde la perspectiva del consumidor.

La ejecución del estudio se sustenta en el fortalecimiento de la iniciativa del emprendimiento local y de los procesos de toma de decisiones corporativas fundamentadas en la teoría disponible y en la experiencia práctica. Asimismo, busca contribuir al desarrollo económico

territorial al promover iniciativas gastronómicas formales que integren criterios de calidad sanitaria, accesibilidad geográfica y orientación del cliente, en concordancia con las necesidades reales de la población urbana de la ciudad de Manta.

Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con un diseño no experimental y de corte transversal, de acuerdo con los lineamientos metodológicos propuestos por (Hernández et al. 2021). El enfoque de estudio fue considerado adecuado debido a que colaboró con la cuantificación, descripción de patrones de consumo e identificación de preferencias de la población objetivo, sin manipular variables ni establecer relaciones causales entre ellas.

Este enfoque de estudio resultó adecuado debido a que permitió cuantificar y describir los patrones de consumo, preferencias y percepciones del mercado objetivo, sin manipular deliberadamente las variables, ni establecer relaciones causales entre ellas. El trabajo estuvo orientado a la caracterización del comportamiento del consumidor en referencia al consumo de pollos asados en área urbanas del cantón Manta. La investigación se orientó a caracterizar el comportamiento de los usuarios respecto al consumo de pollos asados en parroquias urbanas del cantón Manta, con la intención de reunir información imparcial y específica que avale la viabilidad comercial de la iniciativa de emprendimiento propuesto. En este sentido, el análisis se centró en la descripción de frecuencias y distribuciones de las variables de interés, proporcionando una visión general del fenómeno investigado.

Diseño de investigación

Se aplicó un diseño no experimental, dado que las variables no fueron manipuladas intencionalmente, sino observadas tal como se presentan en su contexto natural. Asimismo, desde el punto de vista del diseño transversal, la recolección de datos se realizó en un único momento temporal. Este tipo de diseño es ampliamente utilizado en estudios de mercado y análisis de viabilidad comercial, al facilitar la descripción de características y tendencias de una población específica (Sampieri et al., 2021).

Variables de estudio

Las variables analizadas en la investigación fueron definidas de la siguiente manera:

- **Variable independiente:** Oferta de pollos asados en parroquias urbanas del cantón Manta, medida a través de indicadores como disponibilidad del producto, ubicación del establecimiento, formalidad del negocio, calidad del servicio y nivel de precios.
- **Variable dependiente:** Nivel de satisfacción y comportamiento del consumidor, evaluado mediante la frecuencia de consumo, percepción de higiene, tiempo de espera, disposición de pago e intención de compra.

La operacionalización de ambas variables se realizó con base en indicadores de viabilidad comercial propuestos para contextos urbanos periféricos, siguiendo los aportes metodológicos de Ramírez et al. (2021).

Población y muestra

La población escogida para desarrollar la investigación conformada con habitantes mayores de 18 años pertenecientes a las parroquias urbanas: Tarqui, Los Esteros y Eloy Alfaro, del cantón Manta. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD Manta (2024) la población total es de 162.512 habitantes, distribuidos de la siguiente forma: Tarqui (69.877), Los Esteros (52.146) y Eloy Alfaro (40.489).

El tipo de muestreo aplicado es el probabilístico aleatorio simple, esto garantizó que todos los participantes contaran con igual posibilidad de ser escogidos, lo que disminuyó riesgo de sesgo en la selección. El tamaño de la muestra se definió en base al cálculo de la fórmula para poblaciones finitas, a partir de un nivel de confianza del 95%, margen de error del 5%, así como posible ocurrencia y no ocurrencia del 0.5.

ISERTAR FÓRMULA

De conformidad con los resultados generados por la fórmula de cálculo poblacional, la muestra quedó establecida en 383 habitantes, a los que se aplicó el instrumento de forma presencial en espacios estratégicos como áreas comerciales, terminales, mercados y zonas recreativas.

Técnica e instrumento de recolección de datos

La técnica utilizada para la recolección de información fue la encuesta, aplicada mediante un cuestionario estructurado compuesto por preguntas cerradas de opción múltiple. La implementación del instrumento de medición colaboró con la reunión de información sobre

frecuencia de consumo, preferencia del consumidor, percepción de calidad e higiene, disposición de pago y manejo de canales digitales de información comercial.

Antes de la implementación final del cuestionario a los participantes, el contenido de los ítems fue revisado para garantizar claridad, coherencia y comprensión, igualmente se realizó una prueba piloto con un pequeño grupo de participantes, estos pasos aportaron con datos para realizar ajustes antes de aplicarlo a toda la muestra.

Procedimiento y análisis de datos

La recolección de datos se llevó a cabo durante el año 2025, previo consentimiento informado de los participantes, garantizando la confidencialidad y el uso exclusivo de la información con fines académicos. Los datos obtenidos fueron procesados y analizados mediante estadística descriptiva, utilizando tablas de frecuencia y porcentajes para la interpretación de los resultados.

El análisis permitió identificar patrones de consumo, niveles de aceptación del producto y atributos de valor relevantes para el consumidor, constituyéndose en insumos fundamentales para la evaluación de la viabilidad comercial del negocio de pollos asados en los sectores periféricos del cantón Manta.

Para garantizar la representatividad de los datos, la muestra se distribuyó proporcionalmente en las tres parroquias con mayor densidad poblacional del cantón. Las características generales de los participantes, así como su ubicación geográfica y las variables críticas de interés para el estudio, se detallan de manera sucinta en la **Tabla 1**.

Tabla 1 Distribución geográfica de la muestra y variables de residencia

Parroquia	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Los Esteros	133	34.7%
Tarqui	131	34.2%
Eloy Alfaro	91	23.8%
Otros sectores	28	7.3%

Nota. Datos sociodemográficos recopilados mediante la encuesta aplicada a los residentes del cantón Manta durante el periodo 2025.

Resultados

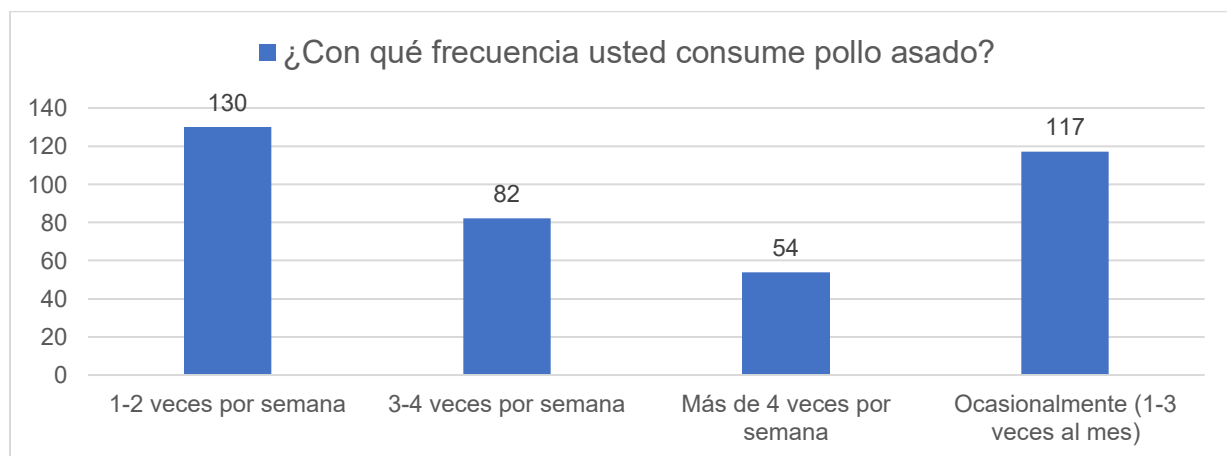
Los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario permiten describir el comportamiento de consumo, las preferencias y los atributos de valor asociados al mercado de pollos asados en las parroquias urbanas del cantón Manta. La información recopilada se presenta de manera descriptiva, empleando frecuencias y porcentajes, en concordancia con el enfoque metodológico del estudio.

Frecuencia de consumo de pollos asados

En relación con la frecuencia de consumo, se identificó que el pollo asado constituye un alimento de consumo recurrente entre los habitantes de las parroquias analizadas. Tal como se observa en la **Figura 1**, el 33,9 % de los encuestados manifestó consumir pollo asado entre una y dos veces por semana, consolidándose como el segmento de mayor recurrencia. Por su parte, un 28,7 % reportó un consumo mensual, mientras que el porcentaje restante corresponde a consumos ocasionales.

Estos resultados evidencian la existencia de una demanda estable, lo cual representa un indicador favorable para la viabilidad comercial del negocio, al tratarse de un producto con alta rotación y aceptación en el mercado local.

Figura 1. Frecuencia de consumo de pollo asado en las parroquias urbanas del cantón Manta,



Nota. La figura muestra que una proporción significativa de la población consume pollo asado de forma semanal, lo que refleja una demanda constante del producto.

Disposición de gasto promedio

Respecto a la capacidad de gasto, los datos obtenidos permiten identificar el rango de precios predominante aceptado por los consumidores. En la **Tabla 2** se presenta la distribución de la disposición de pago promedio por consumo de pollo asado.

Tabla 2. Distribución de la disposición de gasto promedio por consumo de pollo asado

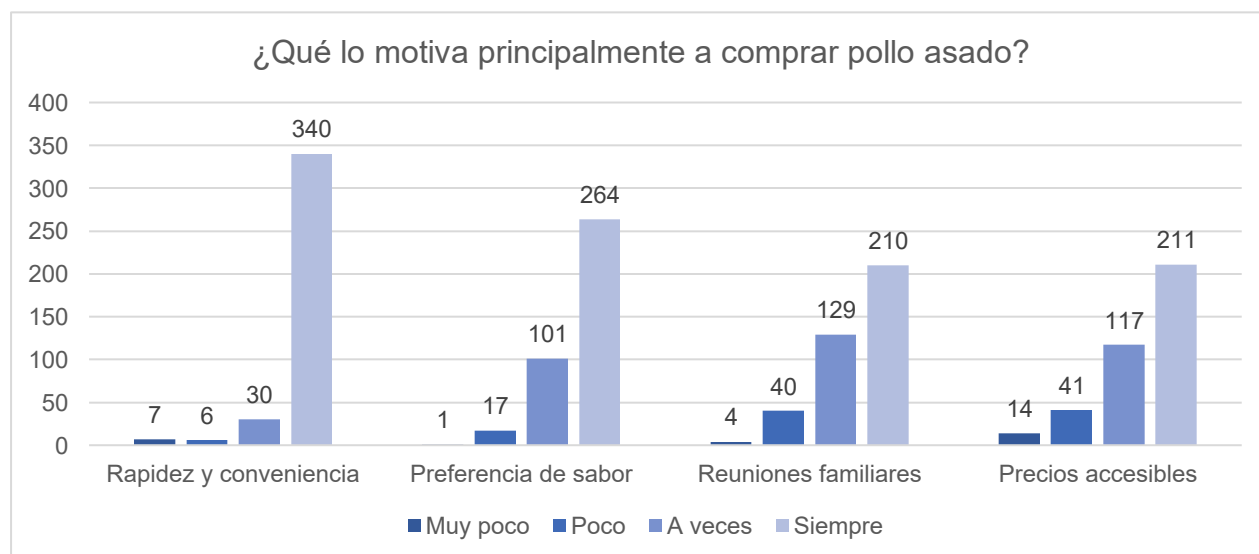
Rango de gasto estimado	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Entre \$8,00 y \$10,00	144	37.6%
Entre \$11,00 y \$13,00	133	34.7%
Entre \$14,00 y \$16,00	93	24.3.%
Más de \$16,00	13	3.4.%

Nota. El 72,3 % de los encuestados concentra su disposición de gasto en un rango de precios entre \$8,00 y \$13,00, lo cual constituye un referente clave para la definición de una estrategia de precios competitiva.

Factores determinantes en la elección del establecimiento

En cuanto a los factores que influyen en la elección del establecimiento de pollos asados, los resultados indican que los consumidores priorizan atributos relacionados con la eficiencia del servicio. Tal como se ilustra en la **Figura 2**, la rapidez en la atención y la conveniencia del establecimiento se posicionan como los factores más relevantes, seguidos por la percepción de higiene y la cercanía al lugar de residencia.

Figura 2. Factores determinantes en la elección del establecimiento de pollos asados,



Nota. La rapidez del servicio y la conveniencia destacan como los principales atributos valorados por los consumidores, lo cual respalda la importancia de una ubicación estratégica en zonas periféricas.

Preferencia de canales digitales de información

Finalmente, con el objetivo de identificar los canales más adecuados para la difusión de ofertas y servicios, se analizó el uso de plataformas digitales por parte de los encuestados. Los resultados se presentan en la **Tabla 3**.

Tabla 3. Preferencia de canales digitales para la información comercial

Plataforma Digital	Frecuencia de uso (f)	Porcentaje (%)
Tik Tok	165	43.1%
Facebook	90	23.5%
Instagram	116	30.3%
Otros (Web/WhatsApp)	12	3.1%

Nota. TikTok e Instagram concentran la mayor preferencia de los encuestados, lo que evidencia una inclinación hacia plataformas visuales dinámicas para la búsqueda de información comercial.

Síntesis de los resultados

En conjunto, los resultados obtenidos permiten afirmar que existe una demanda efectiva y recurrente de pollos asados en las parroquias urbanas periféricas del cantón Manta. Asimismo, se identifican rangos de precios aceptables, atributos de valor claramente definidos y canales de comunicación digital efectivos, elementos que constituyen insumos fundamentales para sustentar la viabilidad comercial del emprendimiento propuesto.

Discusión

Los resultados generados en el proceso de investigación confirman que el consumo de pollo asado constituye una práctica alimentaria ampliamente extendida entre los habitantes de las parroquias urbanas periféricas del cantón Manta. La elevada proporción de consumidores que adquiere este producto de manera regular evidencia su consolidación como una alternativa gastronómica recurrente, asociada a la practicidad, accesibilidad económica y facilidad de adquisición.

Las evidencias reunidas son consistentes con lo mencionado en Kotler y Keller (2016) quienes indican que los alimentos previamente preparados para el consumo humano presentan niveles altos de aceptación en distintos contextos urbanos diferenciados por factores como poca disposición de tiempo, condiciones laborales y ritmo de vida acelerado que limitan la preparación de alimentos en ambiente familiar.

Relacionado con la frecuencia de consumo, los datos recopilados hacen posible la identificación de un segmento característico de la población consumidora más frecuente de pollos asados, ellos lo hacen semanalmente, la asiduidad de consumo de los usuarios simboliza una señal favorable para la estabilidad de la demanda, esto es de gran importancia para conservar la sostenibilidad de una actividad emprendedora en el rubro gastronómico de los pollos asados. Lo descrito guarda concordancia con el estudio de Solomon (2017) la adquisición repetida señala una percepción favorable del producto y la adecuada alineación entre las perspectivas del consumidor y el valor recibido. En tal sentido, el comportamiento reflejado por los participantes en la investigación, fortalecen la posibilidad de implementar el emprendimiento propuesto.

De manera similar, el estudio del comportamiento de los gastos deja ver que un alto porcentaje de consumidores está concentrado en un rango de costos de entre \$ 8,00 hasta \$ 13,00 lo que se ajusta con la literatura académica disponible a nivel local Cedeño y Palma (2021); Toala y Vera (2020) se encuentran de acuerdo en que los usuarios consumidores de alimentos preparados en la provincia de Manabí dan preferencia a costos accesibles sin dejar a un lado la calidad e higiene. La evidencia encontrada representa gran importancia para el diseño de estrategias de costos competitivos en función de la capacidad adquisitiva de la comunidad local.

En referencia a los factores determinantes que favorecen la opción para elegir al establecimiento, los resultados revelan que factores como agilidad del servicio y la comodidad del punto de venta son particularidades muy valoradas por los consumidores. Esta preferencia puede deberse a la prioridad por optimizar el tiempo que en entornos urbanos es restringido, como subrayan los autores Zeithaml et al. (2018) la eficacia operativa y fácil acceso influyen significativamente en la calidad del servicio otorgado. Esta tendencia, se observa en el cantón Manta, ya que la ubicación en áreas específicas ayudaría con la reducción de desplazamiento de la oferta gastronómica, fortaleciendo la propuesta de valor del negocio propuesto.

Adicionalmente la percepción de higiene se ubica como elemento clave para la toma de decisiones al momento de la adquisición del producto, principalmente en lugares donde la

informalidad gastronómica es fuerte. Los datos obtenidos refuerzan lo descrito en el trabajo de García y Moreira (2022), manifiestan que la infracción de las normas legales establecidas sobre la inocuidad alimentaria conforma uno de los principales riesgos relacionados con la oferta informal de alimentación preparada en la provincia de Manabí. De este modo, desarrollar un negocio formal con alternativas sanitarias confiables, se ajusta con criterios de una ventaja competitiva sostenible.

Con respecto a lo generado por los canales de comunicación, existen grandes preferencias hacia las plataformas digitales entre las que destacan Tik Tok e Instagram, lo que genera certeza sobre los cambios de búsqueda de información comercial adoptados por la población consumidora. Estos resultados son similares con los reportados por Villacrés y Beltrán (2022), los que sustentan que el manejo de redes sociales de información visual dinámica se ha transformado en una herramienta fundamental para promocionar emprendimientos gastronómicos, y despierta el interés preferentemente entre segmentos poblacionales jóvenes y adultos económicamente activos. En consecuencia, el aprovechamiento estratégico de estos canales tecnológicos podría potenciar la visibilidad y posicionamiento del emprendimiento en el mercado local.

En términos generales, la discusión de los resultados permite afirmar que los patrones de consumo, la disposición de gastos y los atributos de valor identificados se articulan directamente con el objetivo del estudio, al evidenciar la existencia de condiciones favorables para la implementación de un negocio de pollos asados en los sectores periféricos del cantón Manta. Estos hallazgos no solo aportan evidencia empírica al análisis de viabilidad comercial, sino que también refuerzan la importancia de diseñar modelos de negocio orientados al consumidor, con énfasis en la calidad del servicio, la formalidad y la cercanía territorial.

Conclusiones

Los resultados del estudio permiten concluir que la implementación de un negocio de pollos asados en las parroquias urbanas periféricas del cantón Manta es comercialmente viable, debido a la existencia de una demanda efectiva y recurrente, así como a la limitada presencia de oferta formal en estos sectores. La frecuencia de consumo del producto, dentro de un grupo significativo de la población, evidencia la certeza de la fuerte aprobación del pollo asado como opción gastronómica dentro del segmento poblacional identificado.

De esta manera, el estudio de la disposición de gastos colaboró con información clave, sobre gran cantidad de consumidores que sienten inclinación hacia precios que van desde \$ 8,00 hasta 13,00 dólares, esto se constituye en un punto de referencia para desarrollar una estrategia de costos

que sea competitiva para el mercado local. Lo analizado fortalece la noción de que el éxito del emprendimiento se verá influenciado por la capacidad para ofertar una apropiada relación entre precios y calidad, ajustada a las expectativas económicas del segmento de los consumidores.

Con referencia a los atributos de costos, se determina que la rapidez en la atención del cliente, conveniencia de ubicación del establecimiento e higiene percibida, se constituyen en los elementos más destacados para que el consumidor de preferencia a la adquisición del producto. De esta manera, ubicar el emprendimiento estratégicamente en áreas periféricas disminuirá los tiempos de traslado, así mismo, cumplir con modelos de calidad de inocuidad alimentaria superiores a los ofertados por los negocios informales, aportaría con la generación de confianza, lo que al mismo tiempo lo diferenciaría de la competencia.

Por otra parte, los resultados obtenidos sobre las plataformas digitales especialmente TikTok e Instagram conforman los principales canales de consulta y difusión comercial empleados actualmente por los consumidores. En conjunto, se recomienda que futuras tácticas de promoción y posicionamiento del emprendimiento, estén encaminadas hacia la utilización de contenidos audiovisuales interactivos, enfocados en destacar los atributos de calidad productiva, transparencia de procesos y facilidad de acceso al establecimiento comercial.

En tal ámbito, lo desarrollado en este estudio aporta con información relevante, se deben reconocer algunas limitaciones, la investigación se llevó a cabo en base al diseño trasversal, lo que disminuye el seguimiento de los cambios ocurridos a través del tiempo, conjuntamente, el análisis de resultados se encuentra centrado en variables descriptivas, sin profundizar en términos causales ni relación estadística entre los factores abordados, lo que podría estar limitando el alcance explicativo de los resultados obtenidos.

En virtud de lo expuesto, se propone que futuros estudios profundicen en el análisis de viabilidad financiera del emprendimiento propuesto, se integre diseños longitudinales para valorar el consumo a través del tiempo, considerando otras variables como fidelización del usuario, percepción de la marca y el impacto del marketing digital en la intención de adquirir el producto. De este modo, se contribuiría con un fortalecimiento del conocimiento sobre la viabilidad y sostenibilidad de emprendimientos gastronómicos en contextos urbanos periféricos.

Referencias

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2023). *Informe anual de control y vigilancia de establecimientos de alimentos y bebidas*.
<https://www.controlsanitario.gob.ec/rendicion-de-cuentas-2023/>
- Cámara de Comercio de Manta. (2023). *Estudio del sector gastronómico y de servicios en la provincia de Manabí*. <https://www.ccmanta.org.ec/>
- Cedeño-Sánchez, L. M., & Palma-García, M. J. (2021). Análisis del comportamiento del consumidor en el sector gastronómico de Manta. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 3(4), 112–128.
<https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/154>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2023). *Perspectivas alimentarias: Análisis de los mercados mundiales de productos básicos*. <https://doi.org/10.4060/cc6039es>
- García-Vásquez, J., & Moreira-Choez, J. (2022). Inocuidad alimentaria en los establecimientos de comida rápida: Un desafío para la salud pública en Manabí. *Dominio de las Ciencias*, 8(2), 540–558.
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2678>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta. (2024). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Manta 2023–2027*. <https://manta.gob.ec/pdot-manta/>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2021). *Metodología de la investigación* (7.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) 2023*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/trabajo/>
- Kalinowski, A. (2021). *Mantener la competitividad en tiempos de incertidumbre y volatilidad: Una perspectiva latinoamericana. Actas de la Conferencia de Nutrición de Arkansas (I), 1-9*. <https://scholarworks.uark.edu/panc/vol2021/iss1/9>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson Educación.
- López-López, A., & Véliz-Quevedo, J. (2019). Percepción de la calidad del servicio en los asaderos de pollos de la zona urbana de Manta. *ECA Sinergia*, 10(2), 45–56.
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1654>

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2024). *Boletín estadístico agropecuario 2024*.

<https://www.agricultura.gob.ec/boletines-estratificacion-agropecuaria/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Registro Nacional de*

Emprendimientos. <https://www.produccion.gob.ec/registro-nacional-de-emprendimiento/>

Ramírez-Pincay, P., & Santos-Véliz, M. (2021). Emprendimiento y viabilidad comercial de las

MIPYMES gastronómicas en entornos urbanos periféricos. *Polo del Conocimiento*, 6(9), 1234–1250. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3089>

Solomon, M. R. (2017). *Comportamiento del consumidor: Comprando, teniendo y siendo (12.ª ed.)*.

Pearson Educación.

Toala-Baque, S., & Vera-García, R. (2020). Factores determinantes en la elección de establecimientos de comida rápida en la provincia de Manabí. *Revista San Gregorio*, (40), 154–168.

<http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/1458>

Villacrés-Beltrán, J. (2022). Estrategias de marketing y preferencias de consumo en el mercado de aves procesadas en Ecuador. *Revista de Estrategias del Desarrollo*, 5(1), 88–102.

<http://revistaestrategias.org/index.php/red/article/view/88>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Marketing de servicios: Integración del enfoque del cliente a través de la empresa (7.ª ed.)*. McGraw-Hill Education.

Financiación

La presente investigación no recibió financiamiento específico de agencias del sector público, privado ni de organismos sin fines de lucro.

Conflicto de intereses

El autor declara no tener conflictos de intereses de carácter personal, académico, institucional ni financiero que hayan podido influir en el desarrollo de la investigación, la interpretación de los resultados o la elaboración del manuscrito.

Contribución de los autores

Henry Alejandro Bravo González: conceptualización del estudio, diseño metodológico, recolección y análisis de datos, redacción del manuscrito original, revisión crítica del contenido intelectual y aprobación de la versión final para su publicación.

José Luis Morante Galarza: tutoría del trabajo, revisión en cada fase.

Aprobación ética

El estudio se desarrolló respetando los principios éticos de la investigación científica. La participación de los encuestados fue voluntaria, garantizando la confidencialidad y el anonimato de la información recolectada, sin comprometer datos personales sensibles.

Disponibilidad de datos

Los datos que respaldan los hallazgos de este estudio están disponibles previa solicitud razonable al autor de correspondencia.

Anexos

Directrices para autores/as

CONSIDERACIONES GENERALES.

1. Los artículos serán admitidos desde la plataforma de OJS (Open Journal System), donde serán procesados y el autor inscribe el documento señalando el cumplimiento de:

- Declarando que el envío no ha sido publicado previamente, ni se ha sometido a consideración por ninguna otra revista (o se ha proporcionado una explicación al respecto en los comentarios al editor/a).
- El archivo de envío está en formato de Microsoft Word.
- Siempre que sea posible, se proporcionarán los DOI de los artículos, en caso de no aparecer las direcciones URL para las referencias de sitios web.
- El texto tiene interlineado sencillo (1,5); Times New Roman a 12 puntos de tamaño de fuente; se utiliza cursiva en lugar de subrayado (excepto en las direcciones URL); y todas las figuras y tablas se encuentran en el texto en formato legible con numeradas de manera consecutivas con su descripción respectiva.
- El texto se adhiere a los requisitos estilísticos y bibliográficos resumidos en la Norma APA 7ma. Ed.
- No existen controversias entre autores en artículos escritos en co-autorías.
- Deben ser registrados los Metadatos de todos los autores y colaboradores que han trabajado en el Artículo, con sus nombres completos y dos apellidos, datos de la filiación y correo electrónico.

2. Además, el autor en su artículo debe atender las siguientes normas básicas

- a- Proporcionar un título en español e inglés
- b- Colocar un resumen en español e inglés
- c- Proporcionar hasta 6 palabras clave en español e inglés.
- e- Declarar la filiación de cada autor y direcciones de correo electrónico.

2.1 Normas de Formato

- Papel: tamaño carta (21.59 cm x 27.94 cm (8 1/2" x 11")).
- Los márgenes de 2.54 cm por todos los lados de la hoja.
- Sangría: Al iniciar un párrafo debe aplicarse sangría en la primera línea de 5 cm, con respecto al borde de la hoja. No colocar espaciado entre párrafos.
- Letra Times New Roman tamaño 12pt.
- La alineación del cuerpo del trabajo científico debe estar justificado y con un interlineado sencillo.
- Títulos de figuras y tablas deben aparecer en el cuerpo del texto, serán de tamaño 12 de puntos e interlineado sencillo.
- Toda palabra que lleve tilde o diéresis deberá respetar la regla ortográfica respectiva, aplicándose también en mayúsculas.
- Para referirse al nombre de organizaciones, estas se harán en el idioma original seguido de su acrónimo, en paréntesis, y de ser necesario se incluirá su traducción en castellano.
- Para escribir citas bibliográficas dentro del texto, se aplicarán normas APA séptima edición. No se admiten las citas de pie de página.

- Las notas al pie de página, se utilizarán solo para explicar un texto pequeño, no para citar, se utilizará letra de tamaño de 12 puntos, interlineado sencillo y no deben exceder de 5 líneas (40 palabras), de excederse deben ser explicadas en el cuerpo del texto. En el caso de existir notas al pie de páginas, se admiten hasta 5.
- Las tablas y figuras (solo se admiten un total de hasta 6 tablas o figuras), se requiere calidad en las tablas y figuras. Los títulos y notas deben ser claros y concisos; y la información debe ser necesaria para ayudar a la lectura.
- En caso de ser necesaria alguna autorización para la publicación del material, esta corre por cuenta de quien escribe el artículo.

2.2 Apartados del Artículo

PRIMERA PÁGINA. Debe contener los siguientes apartados:

-Título. En español e inglés, minúsculas. Justificación centrada. No exceder de 15 palabras, debe ser analizado por el editor, que responda al contenido del texto, por lo que puede modificarse contando con el autor.

-Datos del Autor o Autores. Minúsculas. Justificación izquierda. Debe aparecer: nombres y apellidos completos, filiación institucional (nombre completo, por ejemplo, Universidad San Gregorio de Portoviejo, Ecuador), correo electrónico y ORCID.

-Resumen en español. Se redacta en un solo párrafo. No debe exceder las 250 palabras. Debe contener la introducción al tema, objetivo, metodología utilizada, avance de hallazgos y conclusiones. Se debe escribir de manera impersonal: «El presente estudio se analiza...»

Resumen en inglés (ABSTRACT). Se redacta en un solo párrafo. No debe exceder las 250 palabras y debe expresar el mismo contenido del resumen en español, la traducción debe ser redactada con estilo, se sugiere no utilizar traductores automáticos, al igual que para el título, y las palabras clave,

Palabras clave en español e inglés. De tres a seis palabras o grupos de frases, ordenadas alfabéticamente, separadas por punto y coma (;), deben presentarse en español e inglés (KEYWORDS).

Cuerpo del Artículo. Ha de contener los siguientes apartados, todos ellos justificados a la izquierda, en negrita y minúsculas:

-Introducción. Debe dejar claros los antecedentes, fundamento y el propósito del estudio, objetivos y problemática tratada, así como la metodología a emplear, utilizando citas bibliográficas, así como la revisión de la literatura más significativa del tema a nivel nacional e internacional.

-Metodología. Debe estar presentada con suficiente claridad y detalle de tal forma que otro/a investigador/a pueda replicar el estudio. se describirá la muestra y las estrategias de muestreos, así como se hará referencia al tipo de análisis estadístico empleado.

-Resultados. Deben presentarse los datos de forma clara y sucinta. No debe existir redundancia entre el texto, las tablas y las figuras. El análisis debe ser coherente con el tipo de datos, los cuales han de estar bien ejecutados e interpretados.

-Discusión. Los resultados han de estar ubicados con el marco de la investigación presentados en la introducción. Se debe manejar apropiadamente la literatura, siendo adecuadas y suficientes las citas.

-Conclusiones. Deben venir expresadas de forma clara y en relación con los objetivos, datos, interpretación y discusión.

-Referencias.

Todas las obras citadas en el cuerpo del texto deben aparecer en el apartado de referencias por orden alfabético. Se debe seguir el Sistema de la American Psychological Association APA 7ª edición (<https://normas-apa.org/>).

Citas en el Texto

Citas Literales cortas (menos de 40 palabras). Las citas literales deberán ir entre comillas y deberá exponer: Primer apellido del autor(es) y el año, además de indicarse la página, el capítulo, o la figura... de donde se hayan extraído.

Ejemplo:

Según Borroto (2015) “el dilema ético principal estriba en que el ser humano en su accionar sea consciente de la necesidad de ser éticamente justo aun en un mundo profundamente injusto” (p.14).

Citas literales largas (más de 40 palabras). Las citas literales se colocan en párrafo independiente, con sangría todo el párrafo, sin comillas, además de indicarse la página, el capítulo, o la figura... de donde se hayan extraído. También es frecuente presentarlo con la letra un punto más pequeño de la que tiene el texto del documento.

Ejemplo:

Según Torrens y Molina (2018) se considera que:

La mujer tiene una perspectiva diferente, su empoderamiento la hace resurgir en todas las esferas y en la política, lo que admite una visibilidad en la esfera pública mediática. sin embargo, en la actualidad América latina se ha quedado nuevamente sin la representación de mujeres como jefas de estado (p. 106).

Citas no textuales o indirectas (parafraseo).

Si en el trabajo se desea incorporar una idea de otro autor, sin mantener literalmente sus palabras, se puede hacer expresando la idea o concepto en otras palabras y se debe reconocer de quien es la idea original.

Ejemplo:

La realidad es controversial y demanda de mayor atención que indique mayor aceptación, siendo necesario erradicar los prejuicios y la exclusión de género. (Souza-Leal & Antunes, 2018).

Cantidad de referencias en los artículos. Los artículos deben contener al menos 18 referencias académicas actualizadas. En el caso de los artículos de revisión, deben tener como mínimo 30 referencias. Todas las referencias con su DOI, en caso de no aparecer colocar el Url. Deben estar ordenadas alfabéticamente y tener sangría francesa.

Ejemplos de referencias por tipo de documentos

Documentos	Referencias
------------	-------------

Libro	Apellido, Iniciales. (año). <i>Título en cursiva: subtítulo</i> (n.º ed.). Editorial. Noguera, J. E. (2011). <i>La ordenación urbanística: conceptos, herramientas y prácticas</i>. Iniciativa Digital Politècnica.
Capítulo de Libro	Apellido, N. autor capítulo (año). Título capítulo: subtítulo. En N. Apellido coordinador/editor literario del libro (Coord./Ed.), <i>Título libro en cursiva: subtítulo</i> (n.º ed., p. n.º primera página capítulo-n.º última página capítulo). Editorial. Molero, F. y Cuadrado, I. (2008). Atracción interpersonal: el papel de la semejanza de las características psicológicas en la satisfacción y la duración de las relaciones de pareja. En J. F. Morales, C. Huici, E. Gaviria y A. Gómez (Coords.), <i>Método, teoría e investigación en psicología social</i> (p. 365-375). Pearson Educación.
Artículos de Revista científica	Apellido, N. (año). Título del artículo: subtítulo del artículo. <i>Título de la revista en cursiva: subtítulo</i>, n.º volumen en cursiva (n.º del número del volumen), n.º primera página del artículo-n.º última página del artículo. Elosua, P. (2010). Valores subjetivos de las dimensiones de calidad de vida en adultos mayores. <i>Revista española de geriatría y gerontología</i>, 45(2), 61-71.
Artículos de Periódicos	Apellido, N. (año, mes día). Título del artículo: subtítulo del artículo. <i>Título del periódico en cursiva: subtítulo</i>, p. n.º. Faus, J. (2013, julio 24). La caiguda de l'economia s'atenua. <i>Ara</i>, p. 13.
Tesis, Trabajo de Fin de Máster (TFM) y Trabajo de Fin de Grado (TFG)	Apellido, N. (año). <i>Título en cursiva: subtítulo en cursiva</i> [Tesis doctoral / Trabajo de Fin de Máster, Nombre de la Universidad . Nombre de Repositorio. Blanch, A. y Closas, N. (2014). <i>Els petits de casa: el portal digital de salut i educació per a pares i mares amb infants de 0 a 6 anys</i> [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Vic]. Repositorio Vic.
Actas de Congreso	Apellido, N. (año). Título ponencia: subtítulo. En Nombre Apellido del editor literario del congreso (Ed.), <i>Título congreso en cursiva: subtítulo</i> (p. n.º primera página del capítulo-n.º última página del capítulo). Editorial. Armangué, J. y Carbonell, J. (2001). La llengua catalana a Sardenya. <i>En Jornades de la Secció Filològica de l'Institut d'Estudis Catalans a l'Alguer: 2 i 3 de juny de 2000</i> (pp. 15-26). Institut d'Estudis Catalans.
Normas	Autor. (año). <i>Título en cursiva: subtítulo</i> (n.º ed.). Editorial.

	Asociación Española de Normalización y Certificación. (2011). <i>UNE-EN ISO 14006: sistemas de gestión ambiental. Directrices para la incorporación del ecodiseño</i> . AENOR
Legislación	Título de la regulación (año publicación), Nombre publicación oficial, n.º publicación, sección publicación . Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. (2007, 22 de marzo) BOE núm. 71 § , 6115.
Fuentes electrónicas institucionales* (como webs, blogs, etc.)	Nombre de la institución (año). <i>Título del documento en cursiva</i> . http://1234.com Futbol Club Barcelona. (2013). <i>Gerardo Martino, nou entrenador del FC Barcelona</i> . http://www.fcbarcelona.cat/futbol/primerequip/detall/noticia/gerardo-martino-nou-entrenador-del-fc-barcelona
Fuentes electrónicas con autoría individual* (como webs, blogs, etc.)	Autor. (año última actualización). <i>Título en cursiva</i> . dirección URL Basagaña, L. (2014). <i>El meu clàssic: Maria Barbal explora la prosa de Mercè Rodoreda</i> . http://www.nuvol.com/noticies/maria-barbal-i-mercerodoreda/

Los trabajos a postular por los autores deben ser originales, no haber sido publicados en ningún medio, ni estar en proceso de publicación, siendo responsabilidad total de los autores el cumplimiento y observancia de esta norma. Las postulaciones en la revista pueden ser:

ARTÍCULOS ORIGINALES: Presenta los resultados de una investigación que parte de una pregunta, que se intenta responder a través de un método estructurado y reproducible. Se refieren a resultados de investigaciones originales y que no hayan sido publicados parcial o totalmente, relacionados a los objetivos de estudio. **Su extensión será hasta 5,000 palabras.**

ARTÍCULOS DE REVISIÓN: Presenta los resultados de un trabajo de selección, organización, integración, sistematización y evaluación crítica de investigaciones científicas realizadas en un área, con el propósito de conocer e informar sobre el estado actual de la investigación de un problema determinado, su progreso, contradicciones y tendencias. **Su extensión será hasta 6.000 palabras.**

ARTÍCULOS DE POSICIÓN O REFLEXIÓN: Es una forma de composición escrita, cuyo propósito es intentar responder una pregunta o resolver un problema específico por medio de argumentos o afirmaciones lógicamente expresadas y debidamente respaldadas, que intenta demostrar la validez de lo afirmado. Se utiliza como forma de incentivación del juicio crítico e independiente de los autores. **Su extensión será hasta 5.000 palabras.**

ESTUDIO DE CASO: Se presentan y describen los resultados de un estudio sobre una situación particular, dando a conocer las experiencias técnicas y metodológicas y el material obtenido al trabajar con un individuo, organización o situación específica, para describir un problema o indicar cómo resolverlo. Incluye una revisión sistemática comentada de la literatura sobre casos análogos. Es importante que contenga una descripción detallada del caso y una discusión sobre el mismo. **Su extensión hasta 4.000 palabras.**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICAS PROFESIONALES: El artículo de sistematización de prácticas profesionales, permite construir y explicar el conocimiento que se ha producido o se está produciendo en una determinada experiencia por diferentes sujetos, a través del análisis y evaluación de las acciones desarrolladas. Su extensión hasta **5.000** palabras.

Las decisiones de los miembros del Comité Científico serán respetadas por el Consejo Editorial y por el autor o los autores, siempre y cuando, no pretendan cambiar el contenido expresado por el autor o autores. En este último caso, el autor o los autores deben comunicar su posición ante el Consejo Editorial con un informe razonado y válidamente sustentado. La decisión final sobre la publicación se sustentará en la opinión mayoritaria del Consejo Editorial.

Encuestas

¿Usted consume pollo asado regularmente? *

☐ Sí

☐ No

¿Con qué frecuencia usted consume pollo asado? *

☐ 1-2 veces por semana

☐ 3-4 veces por semana

☐ Más de 4 veces por semana

☐ Ocasionalmente (1-3 veces al mes)

Cuándo adquiere su pollo, ¿qué tipo de porción suele consumir con mayor frecuencia? *

	No lo consumo	Lo consumo poco	Lo consumo regul...	Lo consumo mucho
Cuarto de pollo	☐	☐	☐	☐
Medio pollo	☐	☐	☐	☐
Pollo entero	☐	☐	☐	☐
Porciones específi...	☐	☐	☐	☐

¿Qué característica es MÁS importante al elegir donde comprar? *

	No me interesa	Me interesa poco	Me interesa	Me interesa mucho
Higiene del establ...	☐	☐	☐	☐
Precio accesible	☐	☐	☐	☐
Sabor y calidad	☐	☐	☐	☐
Tiempo de espera ...	☐	☐	☐	☐

¿Cuánto gasta normalmente en pollo asado, por visita? *

- ☐ \$8 - \$10
- ☐ \$11 - \$13
- ☐ \$14 - \$16
- ☐ Más de \$16

Considera que los precios actuales son: *

- ☐ Económicos
- ☐ Justos
- ☐ Elevados
- ☐ Muy elevados

¿Usualmente por cuál de los mencionados, usted suele consumir el pollo asado? *

	Muy poco	Poco	A veces	Siempre
En el local	☐	☐	☐	☐
Para llevar	☐	☐	☐	☐
Servicio a domicilio	☐	☐	☐	☐

¿Qué lo motiva principalmente a comprar pollo asado? *

	Muy poco	Poco	A veces	Siempre
Rapidez y conveni...	☐	☐	☐	☐
Preferencia de sab...	☐	☐	☐	☐
Reuniones familiar...	☐	☐	☐	☐
Precio accesible	☐	☐	☐	☐

¿En qué parroquia de Manta reside? *

- ☐ Tarqui
- ☐ Los Esteros
- ☐ Eloy Alfaro
- ☐ Otra

¿Usualmente por cuál de los mencionados usted se suele enterar de los nuevos locales de pollo asado? *

	Muy poco	Poco	A veces	Siempre
Periódicos	☐	☐	☐	☐
Radio	☐	☐	☐	☐
Televisión	☐	☐	☐	☐
Instagram	☐	☐	☐	☐
TikTok	☐	☐	☐	☐
Facebook	☐	☐	☐	☐
Pancartas	☐	☐	☐	☐

Envío a la Revista San Gregorio:

The screenshot shows the author dashboard for Revista San Gregorio. The browser address bar indicates the URL: `revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/authorDashboard/submission/4071#workflow`. The page header includes the journal name and a navigation bar with tabs: **Envío**, **Revisión**, **Edición**, and **Producción**. The **Envío** tab is active.

At the top, the submission ID **4071** and the article title **Bravo González et al. / ANÁLISIS DEL MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE POLLOS ASADOS** are displayed. A **Biblioteca de envío** button is also present.

The main content area is divided into two sections:

- Archivos de envío**: This section contains a table with submission files. The first entry is a document titled "Artículo_ANÁLISIS DEL MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE POLLOS ASADOS EN MANTA.docx" with ID 13255, dated February 5, 2026, and labeled as "Texto del artículo". A button "Descargar todos los archivos" is located below the table.
- Discusiones previas a la revisión**: This section contains a table for pre-review discussions. The first entry is a comment titled "Comentarios para el editor/a" from user 30ale2003, dated 2026-02-05 01:49 p. m., with 0 responses and a "Cerrado" status.

Nombre	De	Última respuesta	Respuestas	Cerrado
Comentarios para el editor/a	30ale2003	-	0	☐
2026-02-05 01:49 p. m.				