



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
EXTENSIÓN LA MANÁ**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE LICENCIATURA EN COMERCIO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI
CASA/DEUS É BOM”, EN EL CANTÓN VALENCIA, PROVINCIA DE LOS
RÍOS, AÑO 2021”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciatura en
Comercio

AUTORA:

Sánchez Estrella Génesis Andrea

TUTOR:

Ing. Cabrera Toscano Eduardo Fabricio Mg.

**LA MANÁ-ECUADOR
SEPTIEMBRE-2021**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Sánchez Estrella Génesis Andrea, con C.I: 050425797-3 declaro ser la autora del presente proyecto de investigación: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI CASA/DEUS É BOM”, EN EL CANTÓN VALENCIA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021.” Siendo el Ing. Mg. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano, tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



Sánchez Estrella Génesis Andrea
C.I: 050425797-3

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI CASA/DEUS É BOM”, EN EL CANTÓN VALENCIA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021”, de Sánchez Estrella Génesis Andrea, de la Carrera de Licenciatura en Comercio, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, julio del 2021

A handwritten signature in blue ink, enclosed in an oval shape. The signature is stylized and appears to read 'Eduardo Fabricio Cabrera Toscano'.

Ing. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano Mg.
C.I: 171231719-5
TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

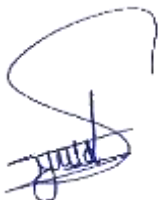
En calidad de tribunal de lectores, aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas, por cuanto la postulante Sánchez Estrella Génesis Andrea, con el título de Proyecto de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI CASA/DEUS É BOM”, EN EL CANTÓN VALENCIA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, agosto del 2021

Para constancia firman

Atentamente



Ing. Martínez Ortiz Fabián Xavier. Mg.
CI: 160050885-5
PRESIDENTE



Lcdo. Medina López Enry Gutember Mg.
C.I: 050113451-4
LECTOR 1



Ing. Mayra Elizeth Valencia Neto M. Sc.
C.I: 120556823-9
LECTOR 2

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera infinita a Dios su gran amor y porque ha sido él quien me ha permitido llegar hasta aquí y poder cumplir una meta más en la vida gracias a su ayuda.

A mis padres y hermano por haberme apoyado y por todo el esfuerzo que han hecho cada día, por ayudarme a desenvolverme en el ámbito académico y profesional, al Ab. Emilio Almache Soto por su amistad, por su apoyo, sus consejos y por compartir sus conocimientos, así como también al Ing. Mg. Fabricio Cabrera Toscano, por su amistad, su paciencia y compromiso como tutor y a cada uno de los docentes y personal administrativo de la universidad con los que he compartido, de los cuales también me han sabido brindar su apoyo, su consejo y su amistad dentro de todo el tiempo que hemos compartido.

Génesis

DEDICATORIA

Todo mi esfuerzo y dedicación a Dios por ser el que me guía en cada de mi vida y por ser él, el que me ha permitido culminar este trabajo de investigación porque sin su ayuda no sería posible.

A mis padres Carlos y Maryuri, a mi hermano Acxel por ser quienes han podido palpar este proceso y que junto a ellos he podido alcanzar esta meta y por todo el esfuerzo que han hecho cada uno de ellos por mí, en esta trayectoria.

A mi familia en general porque también han sido parte de este proceso y que han estado ahí dándome ánimo y consejos para que siga adelante en mis estudios y logre mis metas.

Génesis

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TÍTULO: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI CASA/DEUS É BOM”, EN EL CANTÓN VALENCIA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021”.

Autora:

Sánchez Estrella Génesis Andrea

RESUMEN

El Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” nace en tiempos de pandemia por COVID-19, por lo que al no existir negocios de comida en funcionamiento surgió la idea de poder hacerlo, es por eso que se ha pensado en el cliente desde el más pequeño hasta el adulto mayor, pensando aún en la salud de las personas y acorde a las necesidades o peticiones de los clientes que se preparen los alimentos, frescos, nutritivos y sobre todo con precios muy cómodos, nuestras promociones están basadas en las redes sociales, también se cuenta con una página del restaurante en el que la ciudadanía o cualquier persona que visite nuestro cantón y desee servirse algo de comer, al entrar en el GPS nos podrán hallar con nuestra ubicación, ya que el lugar en el que se ubicará el negocio es un lugar fácil de llegar, por lo que se cuenta que se tendrá una gran acogida. La inversión para este negocio es de \$33.262,60 y el objetivo es alcanzar un nivel de ventas de \$75.348,00 al año, con un incremento del 2% proyectado a 5 años, mismo que permitirá cubrir la inversión en 1 año 6 meses y 22 días y a partir de ahí se generarán ingresos líquidos, con el propósito de ser un negocio del área de restaurantes reconocidos en el cantón Valencia y alrededores, como también de la provincia.

Palabras claves: Plan de negocio – restaurante – alimentos – inversión – ingresos – factibilidad

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

TITLE: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF THE RESTAURANT "MI CASA/DEUS É BOM", IN VALENCIA CANTON, LOS RÍOS PROVINCE, YEAR 2021".

Author:

Sánchez Estrella Genesis Andrea

ABSTRACT

The restaurant "MI CASA/Deus é Bom" was created in times of the COVID-19 pandemic, because the fact that there was not food business in operation and the idea of being able to do it was arisen, that is why the client has been prioritized, it means from the little children to the adult one, even thinking of people's health and according to the needs of customers' requests in order to prepare fresh, nutritious food and above all with very comfortable prices, the promotions are based on social networks. In addition, the restaurant has its own page in which the public or anyone who visits the canton and wants to get something to eat, just go on the GPS and it will find the respective location, because the place where the restaurant is, it's easy to be located; the business is in an easy accessible place, so it is said that you will have a great welcome too. The investment for this business was \$ 33,262.60 and the goal is to reach a sale level of \$ 75,348.00 per year, with an increase of 2% projected over 5 years, so covering the investment in 1 year, 6 months and 22 days and from there, net incomes will be generated, with the purpose of being a recognized business in the area of important restaurants in Valencia Canton and its surroundings, as well as in the province.

Keywords: business plan – restaurant – food – investment – incomes - viability



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO QUE: La traducción del resumen del proyecto de investigación al idioma Inglés presentado por la estudiante Egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas, Sánchez Estrella Génesis Andrea, cuyo título versa “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI CASA/DEUS É BOM” EN EL CANTÓN VALENCIA. PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo los peticionarios hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

La Maná, agosto del 2021

Atentamente,

Mg. José Fernando Toaquiza
C.I: 050222967-7

DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	4
4.1. Beneficiarios Directos.....	4
4.2. Beneficiarios Indirectos	5
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
6. OBJETIVOS	7
6.1. Objetivo General.....	7
6.2. Objetivos Específicos	7
7. ACTIVIDADES EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	8
8.1. Antecedentes Investigativos	8
8.2. Categorías Fundamentales	10
8.3. MARCO TEÓRICO	11

8.3.1. Plan de Negocios	11
8.3.2. Estudio de Mercado	17
8.3.3. Estudio Técnico	21
8.3.4. Estudio Financiero	24
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS	28
10. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
10.1. Tipo de Investigación.....	29
10.1.1. Investigación aplicada	29
10.1.2. Investigación evaluativa	29
10.1.3. Investigación experimental.....	29
10.1.4. Investigación tecnológica	30
10.1.5. Investigación bibliográfica	30
10.1.6. Investigación propositiva.....	30
10.2. Método de investigación.....	30
10.2.1. Método Analítico	30
10.2.2. Método Deductivo	31
10.2.3. Método Inductivo.....	31
10.3. Técnicas de Investigación.....	31
10.3.1. Encuesta.....	31
10.4. Instrumentos de recolección de datos.....	31
10.4.1. Cuestionario.....	31
10.5. Población y Muestra	32
10.5.1. Población	32
10.5.2. Tamaño de la muestra.....	32
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	33
11.1. Resultado de las Encuestas Dirigidas a los Ciudadanos del Cantón Valencia	34
11.2. Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas Aplicadas.....	52
11.2.1. Conclusiones.....	52
11.2.2. Recomendaciones	53
11.3. Plan de Negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	53
11.3.1. Resumen Ejecutivo	53

11.3.2. Descripción del Negocio.....	54
11.3.3. Estudio de Mercado	57
11.3.4. Estudio Técnico	68
11.3.5. Estudio Económico.....	76
11.3.6. Estudio Financiero	86
12. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO	88
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
13.1. Conclusiones.....	89
13.2. Recomendaciones	90
14. REFERENCIAS.....	90
14.1. Referencias Bibliográficas de Diccionarios.....	90
14.2. Referencias Bibliográficas de Libros.....	91
14.3. Referencias Bibliográficas de Revistas.....	91
14.4. Referencias Bibliográficas de Tesis.....	92
14.5. Referencias Bibliográficas de la Web.....	92
15. ANEXOS	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Categorías Fundamentales del Proyecto	10
Figura 2. Mapa conceptual del plan de negocios.....	15
Figura 3. Estudio Económico	25
Figura 4. Logo del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	55
Figura 5. Misión del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	56
Figura 6. Visión del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	56
Figura 7. Carta Menú de Desayunos del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	61
Figura 8. Proceso de producción del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	64
Figura 9. Perfil de Facebook del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	64
Figura 10. Perfil de Instagram del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	65
Figura 11. Perfil de WhatsApp del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	65
Figura 12. Página Web del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	65
Figura 13. Ubicación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en Google Maps	66
Figura 14. Distribución Directa a través del Servicio de Entregas a Domicilio.....	66
Figura 15. Distribución Directa al Consumidor	67
Figura 16. Distribución Indirecta por medio de Terceros o Servicios de Entrega	67
Figura 17. Localización del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"	68
Figura 18. Distribución de planta del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"	70
Figura 19. Organigrama estructural del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género	34
Gráfico 2. Edad.....	35
Gráfico 3. Integrantes de familia	36
Gráfico 4. Ocupación.....	37
Gráfico 5. Es necesario comer fuera de casa	38
Gráfico 6. Frecuencia de visitar un restaurante	39
Gráfico 7. Asistencia a restaurantes en familia	40
Gráfico 8. Aspecto importante de un restaurante	41
Gráfico 9. Comidas que consume.....	42
Gráfico 10. Preferencias en los almuerzos	43
Gráfico 11. Envíos a domicilio.....	44
Gráfico 12. Precio de un desayuno.....	45
Gráfico 13. Precio de un almuerzo	46
Gráfico 14. Servicio de entrega a domicilio	47
Gráfico 15. Publicidad.....	48
Gráfico 16. Medio de atención al cliente.....	49
Gráfico 17. Conexión Wi-Fi.....	50
Gráfico 18. Creación del restaurante	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios Directos del Negocio.....	4
Tabla 2. Beneficiarios Indirectos del Negocio	5
Tabla 3. Matriz de Objetivos del Proyecto de Titulación I	8
Tabla 4. Proyección de la población según los cantones de la provincia de Los Ríos	32
Tabla 5. Género	34
Tabla 6. Edad.....	35
Tabla 7. Integrantes de familia	36
Tabla 8. Ocupación.....	37
Tabla 9. Es necesario comer fuera de casa	38
Tabla 10. Frecuencia de visitar un restaurante	39
Tabla 11. Asistencia a restaurantes en familia	40
Tabla 12. Aspecto importante de un restaurante	41
Tabla 13. Comidas que consume.....	42
Tabla 14. Preferencias en los almuerzos	43
Tabla 15. Envíos a domicilio.....	44
Tabla 16. Precio de un desayuno	45
Tabla 17. Precio de un almuerzo	46
Tabla 18. Servicio de entrega a domicilio	47
Tabla 19. Publicidad.....	48
Tabla 20. Medio de atención al cliente.....	49
Tabla 21. Conexión Wi-Fi.....	50
Tabla 22. Creación del restaurante	51
Tabla 23. Datos Históricos de la Oferta de restaurantes en el Ecuador.....	58
Tabla 24. Menú Desayunos del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"	62
Tabla 25. Menú Almuerzos del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"	63
Tabla 26. Mano de Obra necesaria del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"	70
Tabla 27. Funciones del Gerente	72
Tabla 28. Funciones de la Cocinera.....	73
Tabla 29. Funciones del Repartidor.....	74

Tabla 30. Funciones del Ayudante	74
Tabla 31. Matriz Estratégica FODA.....	75
Tabla 32. Inversión Activos Fijos para la creación del Restaurante	77
Tabla 33. Depreciación de Activos Fijos del para el Restaurante	78
Tabla 34. Tabla de Amortización	79
Tabla 35. Gastos Financieros y Capital Amortizado	79
Tabla 36. Plan de ventas del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	80
Tabla 37. Capital de Trabajo del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	80
Tabla 38. Mano de Obra Directa e Indirecta del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	81
Tabla 39. Costos Directos para la Producción del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	81
Tabla 40. Costos Indirectos para la Producción del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	82
Tabla 41. Servicios Básicos.....	82
Tabla 42. Insumos de limpieza para el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	83
Tabla 43. Gastos Generales del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	83
Tabla 44. Costos Totales o Egresos.....	83
Tabla 45. Costos Fijos	84
Tabla 46. Costos Variables.....	84
Tabla 47. Precio de venta en USD.....	84
Tabla 48. Punto de Equilibrio.....	85
Tabla 49. Estado de Resultados Proyectado.....	86
Tabla 50. Flujo de Caja.....	87
Tabla 51. Cálculo del VAN, la TIR y la Relación Costo-Beneficio del proyecto.....	87
Tabla 52. Periodo del Retorno de la Inversión	88
Tabla 53. Presupuesto del proyecto	88

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Hoja de vida del Docente Tutor	94
Anexo 2. Hoja de vida de la Investigadora.....	95
Anexo 3. Cuestionario de la encuesta a aplicar	96
Anexo 4. Proceso de comercialización Directa (Entrega de Alimentos a Domicilio)	98
Anexo 5. Distribución Directa al Consumidor	98
Anexo 6. Distribución Indirecta por medio del Servicio de K7 Moto Móvil.....	98
Anexo 7. Validación #1 de encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia.	99
Anexo 8. Validación #2 de encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia.	101
Anexo 9. Evidencia de Trabajo de Campo	103
Anexo 10. Informe de la plataforma Urkund	104

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto

“Plan de negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, en el cantón Valencia, provincia de Los Ríos, año 2021”

Tiempo de ejecución del proyecto

Fecha de inicio del proyecto: mayo 2020

Fecha de finalización del proyecto: agosto 2021

Lugar de ejecución: Cantón Valencia, provincia de Los Ríos

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia: Carrera de Licenciatura en Comercio

Proyecto de investigación vinculado: Proyecto macro de la carrera de Ingeniería Comercial “GESTIÓN DE LAS PYMES EN EL CANTÓN LA MANÁ 2018”

Equipo de Trabajo:

Ing. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano Mg.
Srta. Génesis Andrea Sánchez Estrella

Área de Conocimiento Educación Comercial y Administración

Línea de Investigación Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

Sub Líneas de Investigación de la Carrera: Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Como lo dijo el distinguido profesor de Negocios The Stoops, Director y Fundador del Programa Empresarial en el Colegio de Negocios de la Universidad de Ball State. (Kuratko, Donald F., como se citó en Bangs, 1998) “El plan de negocios es el mapa del empresario hacia una empresa de éxito”, es decir, que este documento nos permitirá conocer si la idea de negocio será factible.

Hoy en la actualidad al Ecuador se lo conoce por ser un país subdesarrollado, pero lo que no nos damos cuenta es que así como hay grandes mentes para crear nuevos emprendimientos, también hay personas que cuentan con el capital suficiente para invertir en franquicias que al decir verdad, ayudan a generar ingresos, dependiendo la marca que se adquiera, pero qué hay de las ideas propias y espectaculares, no nos damos cuenta que aquellas grandes empresas quizá nacieron de un plan de negocio, muchas empresas han crecido y hoy en día son marcas líderes como es el caso de La Oriental, productos chinos que son fabricados en el Ecuador en el cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, contando con una sucursal en el cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

El proyecto de investigación tiene como tema: “Plan de negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, en el Cantón Valencia, Provincia de Los Ríos, año 2021.”

El propósito del proyecto es crear un restaurante que sea conocido y reconocido dentro y fuera del cantón, no sólo por su sazón, sino también por la buena atención y servicio de calidad. La importancia del proyecto es que con un plan de negocios se dará solución a los problemas y malestares que se han podido observar en la ciudadanía y así poder brindar la solución necesaria y hacer de este restaurante un lugar preferencial ante la ciudadanía valenciana, para que al momento que las personas soliciten los productos o acudan al local a degustar de la comida que se les ofrece, queden satisfechos y con ansias de conocer más platillos, pero que sobre todo se sientan familiarizados con el equipo de trabajo con el que contará el negocio, como lo dice su nombre “MI CASA”, que cada persona se sienta como en casa con seguridad y confianza.

Lo más relevante de la investigación es que mediante la creación del negocio, se está incorporando una microempresa más para el cantón Valencia, lo que ayuda a generar más ingresos económicos y generar empleo para la sociedad. El proyecto ayudará a relacionarse con empresas mayoristas y minoristas, proveedoras de los productos necesarios para preparar y enviar los alimentos, también

ayudará a relacionarse con las microempresas de servicio del cantón. Dentro del proyecto se realiza una encuesta a los moradores del cantón Valencia quienes serán los consumidores principales de los productos que se ofrecerá en el restaurante, con el fin de coleccionar datos e información importante para desarrollar el proyecto de investigación como es el plan de negocios, para la creación del restaurante “MI CASA/Deus é Bom”. Este proyecto será de beneficio para los que crearán este negocio y las personas que trabajarán en el mismo, se beneficiará también la ciudadanía que son los consumidores o clientes porque tendrán un lugar donde podrán ir a servirse alimentos junto a sus familiares y amigos.

El proyecto de investigación está orientado a la creación de (PYMES), en el que pondré todos mis conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera de Licenciatura en Comercio, dentro del área administrativa, y el papel que desempeñaré como una futura profesional, como gerente de propias empresas o negocios, y así poder dar solución a los problemas o necesidades que haya dentro o fuera de nuestro país, generar ingresos para nuestro país y fomentar el desarrollo del mismo.

El proyecto “Plan de negocios para la creación del restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, aporta con la sociedad, con la economía y ayuda de manera consecutiva a otras empresas a generar ventas e ingresos, de la misma manera será de mucha ayuda para otros proyectos ya que será un negocio enfocado al marketing digital, mismas en el que se utilizarán las redes sociales y la conectividad para poder llegar a más personas a través de publicidades del negocio.

De esta manera se trabajará en la investigación, desarrollo y planteamiento del “Plan de negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, en el Cantón Valencia, Provincia de Los Ríos, Año 2021” estas actividades se centrarán en la elaboración del Estudio de Mercado, Estudio Técnico y el Estudio Económico – Financiero, los mismos que nos permitirán obtener información necesaria para la elaboración del proyecto.

3. JUSTIFICACIÓN

La implementación de pequeñas empresas en el Ecuador siempre se ha visto como una posibilidad de crecimiento económico. La preparación de platos tradicionales ecuatorianos es una actividad que cualquier persona que conozca un poco de cocina y sepa cómo se preparan sin otra ciencia que la experiencia personal puede hacerlo y con un golpe de suerte progresar en su proyecto económico, por lo que se podría decir que el placer de comer se confunde con el hecho de llenar un estómago

vacío, salir a comer o almorzar se volvió cotidiano, dejó de ser algo para celebrar. En las grandes ciudades del país, la gente trabaja lejos de sus casas y encuentra en el restaurante un espacio para socializar y hacer negocios.

De acuerdo a la carrera de comercio como futura profesional se puede dar asesoría en la administración de un negocio o crear nuestro propio emprendimiento. Por ello el presente proyecto de investigación se enfocará en un local de comidas ubicado en el cantón Valencia, Provincia de Los Ríos, este micro-emprendimiento es un negocio que se crea por la necesidad que tienen los habitantes de poder comprar alimentos preparados, este emprendimiento es familiar, por el cual se iniciará esta idea de negocio para unir habilidades, conocimientos y experiencias, y de esa manera poder crear, ofrecer y vender alimentos de calidad para la ciudadanía valenciana.

La idea y finalidad de este proyecto es que este local sea conocido y reconocido. La importancia de esta investigación es que con un estudio profundo se podrá dar solución al problema y lograr que las personas soliciten los productos y servicio o acudan a probar la sazón que ofrecerá el restaurante, obteniendo clientes fijos y satisfechos con los productos a ofrecer. Es por esa razón que se realizará este proyecto de elaborar un plan de negocios para que al ver que es rentable y factible se pueda llevar a cabo la idea de crear este negocio de manera física en el Cantón Valencia, y para esto se realizará una encuesta en la que se conocerá las expectativas que tiene la ciudadanía sobre este negocio a plantear y conocer también cuáles son las necesidades que tienen acerca de los restaurantes y poder dar la solución necesaria a sus problemas o necesidades.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1. Beneficiarios Directos

Tabla 1. Beneficiarios Directos del Negocio

BENEFICIARIOS DIRECTOS	
Propietario	1
Colaboradores	2
Proveedores	7

4.2. Beneficiarios Indirectos

Tabla 2. Beneficiarios Indirectos del Negocio

BENEFICIARIOS INDIRECTOS	
Consumidores	400
Repartidores (empresas de servicios de entregas a domicilio)	10
El Estado (SRI)	1

5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el Ecuador tras la entrada en vigencia del estado de excepción y de las medidas de restricción de circulación en las calles, las personas han optado por utilizar aplicaciones o servicios a domicilio para abastecerse de comida preparada, productos de primera necesidad, medicamentos, etc. Sin embargo, las entregas de estos servicios están limitadas por la alta demanda que existe en la actualidad.

La elaboración de un plan de negocios para iniciar un negocio en este caso un restaurante, son unos de los pocos temas investigados al momento de elaborar uno de ellos y al momento de crear este negocio que por cierto es de mucha factibilidad según los estudios y según los dichos de las personas a las que se les comenta ¿qué tan bueno sería ponerme un negocio de comidas? Es por eso que se desea elaborar un plan de negocios para la creación del Restaurante, con el fin de proveerle a la ciudadanía valenciana un producto de calidad y con un buen servicio.

Para realizar esta investigación hemos podido observar los siguientes problemas como son:

- Restaurantes o comedores con precios fijos e indispuestos a ajustar los precios.
- Inconformidad en la sazón de los comedores actuales.
- Cobro por envío a domicilio dentro de la ciudad.
- Cobro por pedido para llevar.
- No ofrecer servicio de entrega a domicilio.
- Indisposición a preparar lo que el cliente desee servirse por no constar en el menú del día.

Existen muchos estudios realizados sobre la elaboración de un plan de negocio para crear empresas, de las cuales muchas han dado muy buenos resultados como es el caso de Joe's Trucking Systems

Inc., una empresa canadiense de transporte por carretera de servicio completo, prestando servicios de carga de camión a empresas industriales en América del Norte, según como se detalla esta empresa (Balanko, 2008), en el que se muestra a detalle lo más resaltante de la empresa y así como ésta, hay muchas otras empresas factibles con excelentes resultados que han surgido mediante un plan de negocios.

Por ello la presente investigación pretende, elaborar un plan de negocios para la creación del restaurante “MI CASA/DEUS É BOM”, en el Cantón Valencia, Provincia de Los Ríos, con el fin de satisfacer todas aquellas necesidades de la ciudadanía valenciana, porque se podrán servir alimentos frescos y nutritivos, y sobre todo con buena sazón que es lo que más buscan las personas al momento de degustar un plato de comida y lo mejor de todo es que no se pagará por las viandas al solicitar los alimentos para llevar y mucho menos tendrán que pagar el envío de sus alimentos a domicilio, porque serán envíos totalmente gratis hasta los 2 lugares más cercanos de Valencia como es La Unión y la Nueva Unión.

En el presente proyecto de investigación, se puede plantear lo siguiente:

- Si en el cantón Valencia no se crean negocios con el servicio de entregas a domicilio o si no emplean este servicio en sus negocios, muchos negocios podrían bajar la rentabilidad, por motivo de que las personas optarán muchas veces por servirse cómodos en casa y sin tener que trasladarse a ningún lugar.
- Si no se les ofrece un amplio menú a los consumidores, los clientes optarán por no comprar alimentos en el restaurante, porque al tener una alimentación rutinaria causaría molestia y fatiga al consumidor, y a las personas les encantaría degustar de un platillo nuevo o probar nuevas recetas que les cautive el paladar.
- Si no se tiene un buen control en la atención que ofrecerá el restaurante, las ventas estarían bajas ya que lo que ayuda a mantener clientes es brindando una buena atención en la que el consumidor se sienta como en casa.

Al controlar toda esta situación podemos tener las siguientes posibilidades para nuestro negocio como son:

- Atracción y satisfacción al cliente, por el servicio completo que se le garantizaría al cliente.
- Seguridad y confianza al cliente, pues al saber el cliente que los alimentos provienen de un lugar seguro y una entrega segura y específica el cliente hará próximamente más compras al mismo lugar por lo que le generará ingresos al negocio, por lo que esto significaría que el restaurante tendría buenas ventas y buena acogida por parte de sus clientes así que sería factible continuar con nuestro negocio en el mercado.
- Al contar con una buena presentación en los platos se estaría atrayendo más clientela, muchas veces se dice que la comida entra por los ojos y la marca también, pues el cómo te traten también debería ir ahí, puesto que esta sería la oportunidad más grande para el negocio, aparte de la sazón que se brinde, los precios también son llamativos e interesantes para los clientes y es de esa manera que se buscará llegar a ser reconocidos a nivel local y si fuere posible a nivel nacional, por la acogida de parte de la clientela.

Así, ante lo expuesto, se responderá la siguiente pregunta: **¿Existe un restaurante en el Cantón Valencia que pueda satisfacer las necesidades de las personas en lo que corresponde al servicio y a la venta de alimentos preparados?**

6. OBJETIVOS

6.1.Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para establecer el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, en el cantón Valencia, provincia de Los Ríos, mediante los estudios pertinentes al plan de negocios.

6.2.Objetivos Específicos

- Realizar un Estudio de Mercado para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia.
- Realizar el Estudio Técnico del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia.
- Desarrollar el Estudio Económico - Financiero, que permitan proyectar la sostenibilidad y rentabilidad del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia.

7. ACTIVIDADES EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 3. Matriz de Objetivos del Proyecto de Titulación I

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Realizar un Estudio de Mercado para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia.	*Análisis de mercado (Identificar la oferta [competencia] y la demanda [clientes o consumidores]) *Realizar una encuesta a los habitantes del cantón Valencia.	*Conocer la competencia existente en el mercado. *Conocer las preferencias de los clientes con respecto a los productos y servicios que esperan obtener del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”	*Desarrollo del Estudio de Mercado (determinar la oferta y la demanda, definir los productos, proceso de producción y la distribución del producto). *Efectuar encuesta dirigida a los habitantes del cantón Valencia.
Realizar el Estudio Técnico del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia.	*Determinar la infraestructura, ubicación y recursos del proyecto. *Describir la estructura de la organización. *Realizar el estudio legal del restaurante.	Determinar ubicación y la infraestructura básica para la creación del restaurante.	Desarrollo del Estudio Técnico (determinación de la localización, disponibilidad de recursos, organización y marco legal, Matriz FODA)
Desarrollar el Estudio Económico - Financiero, que permitan proyectar la sostenibilidad y rentabilidad del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia.	*Establecer los egresos, ingresos y costos estimados. *Desarrollar el Estado de Resultados. *Cálculo del VAN, TIR, del Periodo de Retorno de la Inversión (PRI) y de la Relación Costo-Beneficio del proyecto.	*Determinar los ingresos. *Determinar los costos fijos y variables. *Conocer la viabilidad y rentabilidad financiera del negocio.	Desarrollo del Estudio Económico-Financiero (cálculo de las inversiones, precios de venta, costos y gastos de producción, estado de resultados, flujo de caja, VAN, TIR, Relación Costo-Beneficio, Periodo del Retorno de la Inversión)

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1. Antecedentes Investigativos

Para la realización de la presente investigación se ha hallado distintas investigaciones que presentan estructuras similares que fueron extraídas de varios repositorios de diferentes universidades del país, los mismos que presentaremos a continuación:

Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida a base de productos orgánicos en la parroquia Ayacucho de la ciudad de Guayaquil. Marzo 2015 (García Puertas, 2015)

Esta investigación fue realizada con la finalidad de crear un restaurante de comida orgánica, por lo cual en Ecuador los productos orgánicos no son utilizados de forma tradicional porque no existe un ente regulador que determine las cantidades de consumo. Este proyecto incrementaría la demanda de productos orgánicos beneficiando a la cadena de producción proponiendo una opción saludable para los diferentes consumidores locales ofreciendo la alternativa de comer saludable con alimentos que no afectan a la salud.

Un aspecto importante en el plan de negocios para la creación de un emprendimiento se debe realizar una investigación de mercado para conocer la situación actual del mercado para contar con la información necesaria para la toma de decisiones al momento de hacer la inversión para el establecimiento. Además, para conocer preferencia, hábitos de consumo y gustos de las personas.

Este estudio es de carácter exploratorio para obtener información secundaria, este tipo de investigación es apropiado para la toma de decisiones que permite realizar un análisis preliminar de la situación del mercado para ello se realiza un cuestionario descrito para obtener datos que requiera la población sobre el servicio del restaurante.

Es fundamental que la organización requiera de un marco legal, para determinar la forma jurídica que puede adoptar para realizar las actividades empresariales, los requisitos deben cumplirse para la apertura del restaurante con el debido funcionamiento como los son los requisitos y permisos que deben ser renovados cada año. El Art 7 de la Reforma de la ordenanza que regula la emisión de la tasa de habilitación y control de actividades económicas en establecimiento.

Realizar un estudio financiero nos permitirá analizar la capacidad de un negocio para ser sustentable, viable y rentable con el tiempo, además permite evaluar el proyecto de inversión en cuanto a gastos y costos y proyecciones a futuro. (García Puertas, 2015)

Plan de negocio para la creación de un restaurante temático en la ciudad de Quito. 2017 (Angulo Dávila, 2017).

Este plan de negocios, analiza la factibilidad para la creación de un restaurante de comida tradicional ecuatoriana en la ciudad de Quito, la investigación inicia con la introducción del concepto, conociendo las preferencias y comportamiento del sector, más adelante, se investigaron los trabajos y literaturas existentes relacionados con el tema de estudio, para sentar una base sólida.

Como parte del estudio se crean los alineamientos generales de la parte organizativa de la empresa y cómo funcionará ésta dentro del contexto empresarial, para establecer una demanda efectiva se realiza un estudio de mercados, basado en la investigación exploratoria y a través de encuestas en el sector, para atraer clientes, se creó un plan de marketing, creando las estrategias de producto, distribución, precio, promoción, comunicación y servicio, también se genera un plan de producción para la proyección de cinco años de estudio y un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto. (Angulo Dávila, 2017)

8.2.Categorías Fundamentales

Figura 1. Categorías Fundamentales del Proyecto



8.3.MARCO TEÓRICO

8.3.1. Plan de Negocios

8.3.1.1. Definición de plan

Según (De Conceptos, s.f., párrafo 2) El término plan etimológicamente, proviene del latín “planus” con el significado de “plano”, cuando se elabora un plan se realiza un esquema, es decir, un plano de lo que queremos y tenemos posibilidades de ejecutar. Cuanto más se trabaje en el plan, mejores serán los resultados que obtendremos.

Según las definiciones de “plan” investigadas en el diccionario de la (Real Academia Española, s.f., definición 2, 3 y 4), un plan es tener una intención o un proyecto, es un modelo sistemático de una acción, que se realiza de manera anticipada para poder ejecutarla y dirigirla, a su vez también se considera que es un escrito en el que se encuentran plasmados detalles importantes para poder realizar una acción.

Según (Ucha, 2008) Un plan es el resultado de una idea que generalmente pretende alcanzar una óptima organización, con la cual se elaborará un documento en el que se plasmará la idea inicial de manera explicativa y organizada con propósitos, estrategias y reglas a seguir, así como también objetivos por alcanzar en un periodo de tiempo determinado, mediante la utilización de herramientas e instrumentos que motive el fin de la idea inicial del plan propuesto.

8.3.1.2. Definición de negocio

Negocio, según la (Real Academia Española, s.f., definición 3, 4 y 5), es objeto de una ocupación lucrativa o de interés, es el efecto de negociar, es el interés y utilidad que se logra de lo que se trata, comercializa o de lo que se pretenda realizar.

Según (Ucha, 2009) negocio es la función u ocupación que realiza una persona con fines de lucro, los romanos antiguamente utilizaban esta palabra “negocio” para referirse a las actividades que no consideraban descanso, por lo que recibían dinero por ello.

8.3.1.3. Definición de plan de negocios

Los planes de negocio surgen como una propuesta de resolver la necesidad de emprender un negocio relacionado generalmente a comercialización de algún tipo de servicio en forma personal. (Andía Valencia y Paucara Pinto, 2013)

Según (Belmonte Vargas, 2014) El plan de negocio es una herramienta que nos permite proyectar la idea de negocio que se pretende lanzar al mercado para su venta y así poder tener excelentes resultados de parte de los consumidores, como también es indispensable para el uso del emprendedor, ya que esto nos ayuda a evaluar la idea del negocio como la viabilidad y rentabilidad del mismo, para que así se pueda ejecutar el negocio.

Las prácticas de hacer negocios, ya no funcionan en estos tiempos, debemos echar una mirada rápida al pasado y comenzar a planificar el futuro de un negocio, todo esto se lograría con un emprendimiento basado en la mejor idea del negocio y sostenido técnicamente de un buen plan de negocios, que permita impulsar a la empresa al éxito, con una verdadera oportunidad de negocio y posicionando la idea correcta. (Romero Hidalgo et al., 2018, p.13)

Según (Vara-Horna, 2012) El plan de negocios es donde se halla la información necesaria para poder evaluar un negocio y así poderlo ejecutar, haciendo esto nos permitirá identificar y evitar a tiempo grandes problemas, siendo así un ahorro de tiempo y de recursos del negocio, además nos dice que dentro del plan de negocios se requieren de varias actividades interrelacionadas para poder comenzar un negocio o poder desarrollar una empresa o proyecto y dependiendo del tipo de negocio que éste sea se pueden tener varios tipos de plan de negocio como lanzar al mercado un producto nuevo, crear un empresa nueva o como vender la empresa, entre muchas otras finalidades de un plan de negocios.

Según (Luna González, 2016) Un plan de negocios, es una técnica sobre el juego que tiene el emprendedor en mente, en el que se concretarán los sueños y la esperanza que lo motivan a seguir adelante en el proyecto de negocio. Además, define el plan de negocio como un documento audaz en el que se puede observar el proceso de planeación estratégica, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y el marco legal de la empresa o del negocio y así llevarlo a cabo para lograr los objetivos planteados.

8.3.1.4. Importancia del plan de negocios

Según (Viniegra, 2007) El plan de negocios es un requisito muy importante para quienes deseen invertir en la idea de negocio o para cualquier ente financiero antes de aceptar términos y aportar con los recursos que requiere cada empresa, esto se da por el hecho de que es una manera de poder validar o certificar de que el negocio será totalmente rentable, de que el negocio tendrá salida y puedan generar buenos ingresos para poder cubrir el préstamo solicitado al ente financiero, como también para cubrir los ingresos acordados con los inversionistas o para atraer con la propuesta de negocio a los mismos, esto dependiendo de cuál sea el tipo de negocio que se vaya a plantear. Además, hace mucho tiempo como en México, cuando se deseaba iniciar con un negocio propio, solo se requería elaborar los estados financieros proyectados de dicho negocio, pero a partir del auge de empresas por internet, se empezó a sistematizar la elaboración de un Plan de Negocios para así poder tener acceso al financiamiento para los negocios a establecer. Mientras en otros países industrializados, esto es una preferencia que se lleva aplicando ya muchos años, por lo que también se han aplicado a empresas que han estado en funcionamiento, como fundamento de la planeación estratégica de cada empresa.

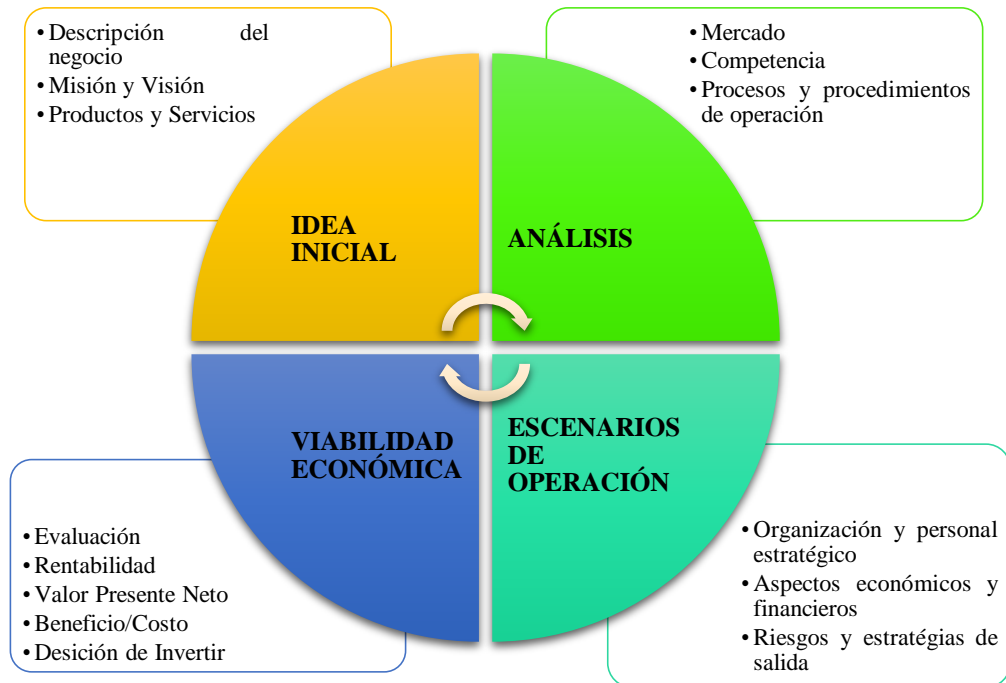
8.3.1.5. Elementos del plan de negocio

Según (Pedraza Rendón, 2014), el plan de negocios consta de los siguientes elementos como también se lo puede observar en la **Figura 2:**

1. Descripción del negocio
2. Portafolio de productos y servicios
3. Mercado
4. Análisis de competencia
5. Procesos y procedimientos de operación
6. Organización y el personal estratégico
7. Aspectos económicos y financieros
8. Principales riesgos y estrategias de salida
9. Sistema del seguimiento de la gestión
10. Documentos de apoyo y anexos;

Es muy importante resaltar que cada plan de negocios antes de comenzar con estos elementos, un plan de negocios debe contar con portada y el resumen ejecutivo, ya que estos dos últimos son lo que ayudarán a resumir de manera eficaz el plan de negocio que se vaya a presentar. Además el autor comenta que en el paso 1 es donde se define el negocio que se propone en nuestro plan y donde se construye la misión, la visión y los objetivos del negocio siempre y cuando considerando los antecedentes de la empresa, conocer sus alianzas estratégicas, la matriz F.O.D.A. (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), y las condiciones del negocio, en el paso 2, se describirá el producto o servicio que se va a ofrecer en el negocio y se establecerán sus precios, tomando en cuenta la diferencia con la competencia existente, así como también aspectos fundamentales del producto o servicio como su posicionamiento, su evolución, el ciclo de vida del producto, las estrategias que se usarán para poder tener una buena acogida de parte de los consumidores del producto a ofrecer, como también en el paso 3, es de suma importancia los clientes pues también se realizará la segmentación del mercado, se podrá plantear cómo se realizarán las ventas, cuáles serán sus precios, la publicidad que se realizará para el negocio, hablando ya de marketing, precio, publicidad, promoción y su forma de distribuir los productos. En el paso 4, se identificará la competencia, lo que hace énfasis a la estrategia de la empresa como es en el (FODA), en el paso 5, se mostrarán los procesos de operación, como conocer cuáles son los suministros y materiales que necesitará el negocio para poder producir su producto, se analiza la localización del negocio, ventajas del negocio, infraestructuras, etc., en el paso 6, se considera la organización, marco legal, personal de trabajo y el desarrollo del plan del negocio que se está planteando, en el paso 7, se detalla información económica de la empresa, como el financiamiento, la inversión, los presupuestos, etc., para luego poder reflejarlos en los estados financieros y los flujos de efectivo para poder calcular la rentabilidad y viabilidad del negocio, esto es donde se connotan los riesgos y salidas del negocio, para si se observa algún defecto en la que se produce riesgo, se pueda tratar y así minimizarlo en caso de no haber una solución eficaz, luego de esto en el paso 9, se muestran los aspectos económicos y financieros del negocio, aspectos ambientales y sociales del negocio y por último el paso 10, es donde se adjuntarán documentos de apoyo como encuestas realizadas sobre el plan que se está planteando, permisos, estados financieros y todo tipo de información importante que necesite el plan de negocio propuesto.

Figura 2. Mapa conceptual del plan de negocios



Nota. Adaptado de Modelo del Plan de Negocios para la Micro y Pequeña Empresa por Pedraza Rendón, 2014, Grupo Editorial Patria.

Según (Moyano Castillejo, 2015), un plan de negocios comprende una serie de planes internos de cada actividad como son:

- Plan de marketing
- Plan de producción
- Plan logístico
- Plan económico-financiero
- Plan de talento humano

Todos estos elementos o pequeños planes, dependiendo del tipo de actividad que realice la empresa o negocio, porque no todo negocio contará con todas estas áreas o planes, puede no contar con una o varias de estas.

Según la guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa (ProInversión, 2007, como se citó en Andía Valencia y Paucara Pinto, 2013) un plan de negocio está estructurado de la siguiente manera:

1. **Resumen ejecutivo:** es un breve resumen y conclusión del negocio a establecer.
2. **Descripción y visión del negocio:** se presenta información que permita entender el negocio y la descripción de los productos y los servicios que ofrece el negocio a plantear.
3. **Análisis del mercado:** es la descripción del sector en el que el negocio compite o competirá, así como también se estudiará a los clientes.
4. **Planeamiento estratégico:** se desarrolla una estrategia de planeamiento que nos permita saber dónde estamos y hacia dónde vamos, así como cuáles son nuestras fortalezas y debilidades.
5. **Estrategia de comercialización y ventas:** se mencionan las estrategias que se utilizarán para distribuir y vender los productos, y cómo se realizará este proceso.
6. **Análisis del proceso productivo:** se detalla cómo se debe organizar la empresa para producir, y para conocer qué insumos, maquinaria, etc., son necesarias para el negocio que se establecerá.
7. **Análisis económico financiero:** se presentan datos informativos cuantitativos de cuántos ingresos y egresos se va a tener en el negocio.

8.3.1.5.1. Resumen ejecutivo

Según (Moyano Castillejo, 2015) el resumen ejecutivo es la presentación breve del negocio, el mismo debe cautivar el interés o llamar la atención del lector (inversionistas o ente financiero), se diseñan los objetivos del negocio y trata de manera rápida de vender el negocio con la explicación que se ha dado y los resultados que se esperan obtener. Por ello para realizar bien el resumen ejecutivo se deben responder a las siguientes preguntas con argumentos:

1. ¿Cuál es la idea del negocio?
2. ¿Qué ventajas se tiene o se tendrá a diferencia de otros negocios?
3. ¿Qué productos y servicios se ofrecerán en el negocio?
4. ¿Quiénes elaboran el plan de negocio?
5. ¿Cuál es la rentabilidad que se espera tener del negocio?

Una vez respondidas estas preguntas podremos confeccionar un buen resumen ejecutivo, listo para ser presentado a los lectores y con toda la garantía de que se venderá la idea de negocio que se está planteando, con un plan de negocio muy llamativo y sobre todo rentable.

8.3.1.5.2. Misión

Según (Luna González, 2016) la misión es la meta general que se desea alcanzar o donde se anhela llegar con la empresa, fundamentada en hipótesis de los dirigentes en lo que se refiere a competencia, lugar y propósitos de la empresa en el mundo.

La misión nos muestra quién es y hacia dónde se dirige la empresa aportando información necesaria del negocio a otras personas, lo que hace que se diferencie de la competencia.

8.3.1.5.3. Visión

Según (Stettinius et al., 2009) la visión detalla la dirección a la cual se dirige la empresa a largo plazo, describiéndola así mediante términos numéricos, el tamaño y tipos de compañías filiales que esta persigue, crea y vende.

La visión contiene factores importantes para especificar cómo se desea que la empresa se vea en el futuro, es decir, cómo se verá la empresa de aquí en unos años, una meta u objetivo a largo plazo; es el camino hacia dónde se quiere que la empresa sea en un futuro.

8.3.2. Estudio de Mercado

Según (Belmonte Vargas, 2014) el estudio de mercado consiste en determinar cuáles son los productos o servicios que se van a comercializar, conocer cuál será el volumen de mercado potencial, la estacionalidad, las perspectivas de crecimiento, el análisis de la demanda y la estrategia de segmentación de los clientes. También en este estudio se debe recopilar toda la información sobre la competencia que tiene el negocio, como precios, clientes, promociones, localización, producto, servicio, etc., que tenga la competencia.

Según (Moreno Castro, 2016) el estudio de mercado debe responder a lo siguiente, el volumen de ventas esperado, el comportamiento de las ventas durante el espacio de evaluación del proyecto y el precio o valor que los clientes estarían dispuestos a cancelar por el producto o servicio que se ofrece en la empresa o negocio y los resultados de esta investigación se deben registrar como ingresos de operación en el flujo de caja. Para esto el estudio de mercado debe constar con las siguientes etapas:

- Definición del producto.
- Análisis de la oferta y la demanda.
- Estudio de la demanda para el proyecto.
- Implementación de la estrategia y el plan comercial.

8.3.2.1. Objetivos del estudio de mercado

De acuerdo con (Moreno Castro, 2016) los objetivos del estudio de mercado son los siguientes:

- Definir el producto o servicio que busca introducir en el mercado.
- Reconocer los pasos que ayudan a efectuar un análisis de la demanda y la oferta.
- Utilizar técnicas de proyección para estimar la demanda y la oferta futura.
- Identificar el mercado meta describiendo las características de los consumidores.
- Aplicar los métodos que permiten determinar la demanda para el nuevo negocio.
- Identificar el contenido de la estrategia comercial.
- Elaborar un plan comercial.

8.3.2.2. Mercado

Según (Zorita Lloreda, 2015) el mercado está formado por personas con necesidades, e insatisfacción como también los medios y el deseo de satisfacer las necesidades de aquellas personas y dar soluciones a problemas que se hayan en el entorno. Por lo tanto, un mercado existe cuando un conjunto de personas tiene la capacidad económica para adquirir o comprar los productos o servicios que se ofrecen.

Según (Pedraza Rendón, 2014) el mercado está formado por todos los consumidores de un determinado producto servicio, por lo que el tamaño de un mercado es la relación estrecha con el número de compradores o consumidores que deben existir para una oferta determinada. Además, los economistas utilizan el término mercado para referirse al conjunto de compradores y vendedores que realizan transacciones de bienes y/o servicios.

8.3.2.2.1. Análisis del mercado

Según (Zorita Lloreda, 2015) El estudio de mercado hay que realizarlo antes de avanzar en las otras partes del plan de negocio, por lo que el análisis del mercado debe determinar lo siguiente:

- Mercado real.
- Claves de posible crecimiento.
- Posibles cambios en la demanda.
- Tendencia del mercado.
- Segmentación del mercado.

8.3.2.2.2. Descripción del Producto o servicio

Según (García Prado, 2019) es el bien tangible o intangible que está introducido en el mercado y que puede ser adquirido, utilizado o consumido con el fin de satisfacer necesidades. Además, García, nos afirma que para esto existe una política de 4 elementos básicos como son los siguientes:

- Cartera de productos
- Marca
- Diferencia de productos
- Presentación

Para este paso que consiste en describir el producto o servicio que ofrecerá nuestro negocio, esta descripción debe ser llamativa, que cautive la atención de los lectores del plan de negocio, como también al momento de ofrecer el producto ser un atractivo al oído y la vista de los clientes o consumidores, lo que nos daría como resultado una gran acogida por parte de la población por los productos y servicios que se ofrecen y por su calidad.

8.3.2.2.3. Análisis de la demanda

De acuerdo con (Moreno Castro, 2016) la demanda se muestra en el comportamiento de los consumidores frente al precio del producto o servicio, por lo que, el evaluador debe descubrir si el proyecto se enfrentará a una demanda elástica o inelástica. Una vez reconocida la función de la demanda del producto se requiere reunir tres aspectos informativos que permitan determinar la cantidad consumida, los gustos y preferencias por parte de los consumidores. Estos aspectos son los siguientes:

- Características o perfil del consumidor.
- Magnitud de la demanda.
- Variables que influyen en la demanda.

Según (Belmonte Vargas, 2014) la demanda es un pronóstico de lo que sucederá con las ventas de los productos de la empresa y lo correcto es determinar el pronóstico de demanda con un enfoque multifuncional, para esto se deben tomar en cuenta las entradas de ventas, finanzas y producción. También es necesario formar un grupo de planeación de ventas y operaciones compuesto por los representantes de los distintos departamentos a los que se les encargará preparar el pronóstico de la demanda de la empresa.

La demanda es la cantidad de clientes o consumidores que adquieren bienes o servicios para satisfacer sus o las necesidades, es un dato muy importante para las empresas ya que con ello pueden conocer los niveles de ventas, esto dependerá del precio del producto y de la necesidad en la que sea adquirido dentro de un determinado periodo de tiempo.

8.3.2.2.4. Análisis de la oferta

Según (Moreno Castro, 2016) la información del consumo histórico y los escenarios pertinentes permiten efectuar pronósticos para considerar, en distintas situaciones, la demanda potencial del producto o servicio que ofrecerá la empresa. En este consumo participan los oferentes actuales, por lo que es preciso reunir datos con respecto a los productos que se fabrican, el tipo de organización que los adoptan y la magnitud de su oferta.

La oferta es la cantidad del bien o servicio que se ofrecerán en la empresa, con distintos precios y en un determinado momento. El análisis de la oferta se lo realiza a través de datos históricos con el propósito de que mediante el análisis se pueda estimar o medir las cantidades que se desea poner en disposición un bien o servicio al mercado, este estudio ayuda a las empresas a mejorar la ventaja competitiva para saber cuántos bienes se han entregado o se pretende ofrecer al mercado.

Es importante tener en cuenta que en esta parte ya se debe tener en cuenta a la competencia existente en el mercado, ya que de esto depende también tanto la oferta como la demanda de los productos o servicios a ofrecer, por lo que pueden haber empresas que ofrezcan productos o servicios similares a los que se ofrecerán en nuestro negocio y a un mismo precio, como también puede ser que sean productos o servicios de menor calidad a menor precio o productos de buena calidad y a mayor precio, etc., todos estos aspectos hay que tomarlos en cuenta al momento de realizar el estudio de mercado, ya que de ello dependerá el éxito de las ventas de la empresa.

Un estudio de mercado es uno de los pasos fundamentales al momento de iniciar un negocio, se inicia desde el principio del proyecto con la finalidad de estudiar la viabilidad de un producto o servicio que será lanzado al mercado, estudiando el comportamiento de los consumidores, proveedores, la competencia, el entorno en general donde estará colocado el negocio analizando el comportamiento ante un nuevo producto o servicio con el objetivo de cubrir o cumplir con las expectativas de los clientes.

8.3.3. Estudio Técnico

Según (Belmonte Vargas, 2014) el estudio técnico consiste en verificar la posibilidad técnica de producir el bien o servicio con los medios con los que se cuentan en el negocio, nos permite conocer cómo se producirá el producto que se va a comercializar y para el cual se ha definido un mercado específico. Entre los objetivos del estudio técnico del plan de negocio destacan:

- Demostrar la viabilidad del proyecto, justificando la idea de negocio seleccionada para abastecer el mercado.
- Recolección y análisis de información que permita determinar su factibilidad y rentabilidad.

Además, entre los elementos a tener en cuenta para realizar un estudio técnico se destacan los siguientes:

- Definir la zona general y el punto exacto donde se localizará el negocio o la empresa.
- Determinar las maquinarias y equipos que se necesitarán en la empresa.
- Realizar una descripción del proceso productivo.
- Detallar los conocimientos y requerimientos técnicos especiales para el desarrollo del proyecto.
- Especificar las necesidades de materia prima.
- Determinar las necesidades de la mano de obra requerida.
- Determinar el tamaño óptimo de la empresa, el que asegure una rentabilidad deseada.
- Desarrollar el plan de producción teniendo en cuenta el plan de ventas y la política de inventarios.

Según (Luna González, 2016) El estudio técnico consiste en diseñar y analizar la mejor posición del proyecto como la ubicación óptima, la infraestructura necesaria, los recursos necesarios del

negocio conforme a los datos obtenidos del estudio de mercado que se ha realizado anteriormente, con el fin de satisfacer las necesidades de la demanda, mismas que deben ser de calidad para obtener excelentes resultados y alcanzar efectos de competitividad entre la oferta existente y la por venir, teniendo en cuenta los objetivos, mismos que serán la base para poder tomar decisiones correctas al aplicar estrategias para dicho proyecto o negocio, es decir, se busca desarrollar el pensamiento estratégico y lógico.

El estudio técnico es una de las partes importante al momento de querer lanzar un producto, se realiza con la finalidad de estudiar la viabilidad y producción de un producto o servicio para ser presentado al mercado, consiste en una serie de parámetros que le dan la estructura y efectividad al proyecto que se desea realizar tomando en cuenta aspectos fundamentales como los costos y las inversiones para que así sea un proyecto que genere resultados.

8.3.3.1. Objetivos del estudio técnico

Según (Quinteros Vaca, 2012), los objetivos del estudio técnico son los siguientes:

- Verificar la disponibilidad técnica de los recursos de fabricación.
- Analizar y determinar el tamaño, localización, equipos, instalaciones, y la organización óptima y adecuada para realizar el proceso de producción del producto o servicio.

8.3.3.2. Localización del proyecto

Según (Pedraza Rendón, 2014) la localización es el mejor lugar para instalar un negocio, es decir, conseguir la rentabilidad más alta o donde se cumpla con los objetivos de la empresa, ya sean económicos o sociales. La localización del negocio es parte de la estrategia empresarial que se establece para alcanzar la misión y visión del negocio; esta decisión no se debe tomar a la ligera, pues es inevitable hacer estudios y análisis de las alternativas antes de seleccionar el lugar donde la vaya a estar en funcionamiento la empresa, ya que se pretende que lo haga en las mejores condiciones posibles.

La localización es considerada una estrategia en la cual dependiendo el lugar el proyecto se podrá determinar el éxito o fracaso, pero esto se podrá ver a largo plazo por ello se debe definir bien

donde será colocado el negocio tomando en cuenta los criterios económicos y sociales, esto es parte del estudio técnico de manera que se divide en macro-localización y micro-localización.

8.3.3.2.1. Macro-localización

Según (Pedraza Rendón, 2014) es el análisis que se realiza para seleccionar la región o lugar de influencia del negocio, en el que se describen las características del lugar y se establecen ventajas y desventajas que se pueden comparar con otros lugares similares, para poder establecer si el alcance de la empresa o negocio, puede ser de forma internacional, nacional o provincial, los factores de localización se determinan conforme al nivel de región o país en el que se encuentre.

8.3.3.2.2. Micro-localización

Según (Pedraza Rendón, 2014) la micro-localización es el estudio que está dirigido a encontrar el lugar y terreno preciso para instalar la empresa o negocio. Analiza detalladamente las descripciones del área en el que se planea ubicar y se realiza un análisis estratégico para la empresa.

8.3.3.3. Ingeniería del proyecto

Según (Luna González, 2016) en la parte de la ingeniería del proyecto de un plan de negocios, se busca dar solución a lo que se refiere a la instalación, acción, descripción del proceso de producción, adquisición de maquinarias, equipos y herramientas necesarias para la producción o elaboración de los productos; la distribución óptima y la organización de producción.

La ingeniería de un proyecto es la adecuación del negocio es decir es una de las etapas en la cual se definen los recursos necesarios que el proyecto requiere para la ejecución del mismo, en el cual se encuentra la maquinaria, los equipos, suministro de insumos, productos entre otros, esto varía en función del proyecto que se vaya a realizar, por lo que estos sean necesarios para el establecimiento donde se iniciara la producción.

8.3.3.4. Definición del producto

Según (Moreno Castro, 2016) el definir el producto o servicio consiste en especificar con exactitud el producto o servicio que se proveerá o se ha de ofrecer al cliente en la empresa o negocio, con el fin de disminuir investigaciones de los mismos.

Se considera que lo dicho por Moreno, es una manera de hacer conocer nuestros productos a ofrecer ya sea un bien o servicio el que se esté comercializando, por lo que esto ayuda a tener una expectativa más realista a la persona que está leyendo nuestro plan de negocio.

8.3.4. Estudio Financiero

Como lo afirma (Luna González, 2016) el estudio financiero del plan de negocios, también conocido como estudio económico consiste en analizar y establecer la cantidad necesaria de costos y gastos, ingresos y egresos, de nuestro negocio para realizar el plan estratégico.

Se considera que el estudio financiero de un plan de negocios, consiste en analizar los costos y gastos que se realizan para poder llevar a cabo nuestro negocio, mismo que nos permitirá determinar si el negocio que queremos poner en marcha tendrá o no rentabilidad o viabilidad económica lo que nos mostrará si debemos o no reducir gastos para que nuestro proyecto sea rentable y sea de gran impacto económico.

Según (Pedraza Rendón, 2014) el modelo del estudio económico y financiero del proyecto o empresa, describe cada una de las etapas de cálculo del proyecto como: inversiones, ingresos, egresos, costos y gastos, así como también los estados financieros, el cálculo de la rentabilidad y un análisis de sensibilidad de los elementos que más influencia tienen en los respectivos cálculos.

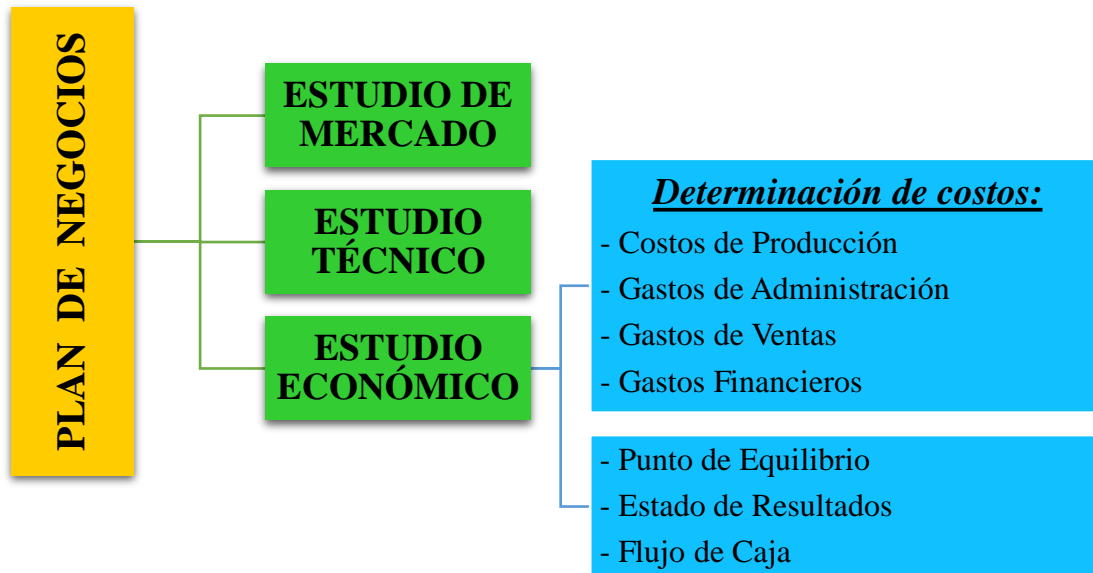
Se considera que el estudio económico es una parte fundamental de un proyecto de factibilidad o de un plan de negocio, por lo que este nos permitirá analizar cuáles son los gastos innecesarios y así poder utilizar ese dinero en una mejor inversión para nuestro negocio.

Según (Luna González, 2016) después de haber elaborado el estudio de mercado y técnico del plan de negocios y teniendo como efecto que son viables, le corresponde al estudio financiero calcular los montos explícitos del estudio de mercado y del estudio técnico como son la determinación de los costos de producción que incluye los materiales necesarios, la mano de obra y los costos de producción.

Se considera que el desarrollo del estudio financiero es importante porque nos ayudará a analizar de manera ordenada, rápida y sencilla si el proyecto tendrá factibilidad en el mercado, por lo que

se podrá deducir los ingresos y egresos del negocio a iniciar. Las partes que intervienen en el estudio financiero son las siguientes:

Figura 3. Estudio Económico



Nota. Adaptado de Plan estratégico de negocios, por A. Luna González, 2016, Grupo Editorial Patria.

8.3.4.1. Determinación de costos

Según (Luna González, 2016) la determinación de costos es el proceso de producción de un negocio el cual se define como costo de producción de artículos, insumos, partes o componentes de un bien terminado que contiene el costo de los insumos consumidos, la mano de obra, y los gastos indirectos que afectan la producción.

Se considera que la determinación de costos es la parte en la que conoceremos cuales son los costos de mano de obra directa e indirecta y gastos directos e indirectos del proyecto que vamos a poner en marcha.

8.3.4.1.1. Costos de producción

Según (Luna González, 2016) En el proceso de producción de una industria, se presentan los costos de materia prima, mano de obra y cargos indirectos de producción o de fabricación.

Se considera que en los costos de producción se estimarán los costos de todo lo que utilizaremos y necesitemos para llevar a cabo nuestro proyecto, ya sean materiales, servicios entre otras

necesidades que se tenga para poder tener un negocio equipado, considerando sus respectivos costos y gastos.

8.3.4.1.2. Gastos de administración

De acuerdo con (Luna González, 2016) Los gastos de administración son las erogaciones, resultado de las funciones administrativas. Por lo que de todas formas se debe considerar la depreciación, la amortización (préstamo), energía eléctrica, teléfono y sueldo de los auxiliares de las áreas mencionadas. El cálculo correcto de esta sección es esencial para colocarlo en el estado de resultados.

Se considera que los gastos administrativos son aquellos que se reflejan por los salarios a cancelar al gerente del negocio o empresa, secretaria, tesorera, entre otros, como también los gastos que se realizan para las áreas administrativas incluyendo en este listado materiales de computación, esferos, carpetas, tinta de impresora, entre otros gastos más que se deben al área administrativa del negocio.

8.3.4.1.3. Gastos de ventas

Según (Luna González, 2016) en esta sección se incluyen todos los gastos relacionados a la función de mercadotecnia como son el sueldo del gerente de mercadotecnia, del jefe del departamento de ventas.

Se considera que los gastos de ventas es la cantidad de dinero que usamos para poder realizar nuestras ventas, en esta parte podríamos basarnos en marketing, publicidad del negocio, todo lo que ayude a incrementar mis ventas o que nos permita realizar ventas.

8.3.4.1.4. Gastos financieros

Como lo afirma (Luna González, 2016) Los gastos financieros corresponden a los intereses, resultado del financiamiento o préstamo que se haya realizado para poder obtener capital si así lo requiere el negocio, estos deben considerarse para deducirlos de los ingresos de la empresa.

Se considera que los gastos financieros son aquellos gastos o inversiones que realizamos con la ayuda de una institución financiera para poder abastecer nuestro negocio de lo que necesitaremos

para poderlo hacer realidad, mismo que dentro del plazo acordado con el ente bancario, se estará disolviendo esta deuda con los ingresos de nuestro negocio, es por esa razón que debemos realizar este estudio porque si no lo realizamos no sabremos si tendremos o no solvencia económica como para cubrir un préstamo financiero.

8.3.4.1.5. El punto de equilibrio

Según (Luna González, 2016) determina que el volumen de trabajo o nivel de utilización de la capacidad instalada, en el que los ingresos, es decir, las ventas son iguales a los costos. Por debajo de este resultado el negocio incide en pérdidas mientras que por arriba de este resultado incurre en utilidades o ganancias.

Se considera que el punto de equilibrio es aquel punto en el que podremos poner una estabilidad económica de nuestro negocio que no nos permitirá tener pérdidas, pero que tampoco podremos estar muy por encima de aquel punto de equilibrio.

8.3.4.1.6. Estado de resultados

Según (Luna González, 2016) el estado de resultados es un instrumento contable, en el que se muestra de forma detallada la utilidad o pérdida del ejercicio contable que se está llevando del negocio a ejecutar.

Se considera que en el estado de resultados se estimará si al final de una proyección establecida de nuestro negocio tendrá pérdidas o ganancias, y así analizar si debemos realizar este negocio o no, reducir costos o gastos, para que nuestro nivel de rentabilidad de nuestro negocio sea efectivo.

8.3.4.1.7. Flujo de caja

Como lo afirma (Luna González, 2016), el Flujo Neto de Efectivo (FNE), o Flujo de caja, se entiende como aquel que nos muestra los recursos utilizados en la operación, los cambios ocurridos en la estructura financiera y su reflejo final en el efectivo mediante un determinado periodo estimado, es decir, la información mostrada tiene que ver con el origen y la aplicación de los recursos económicos del negocio o de la empresa.

Se considera que el flujo de caja es muy importante, porque nos ayuda a ver los resultados de nuestro negocio y de esa manera determinar si será o no rentable el negocio que aspiremos efectuar.

9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- **¿Cómo se previene un posible fracaso en los emprendimientos?**

Para evitar o prevenir un fracaso en un emprendimiento se debe realizar un plan de negocios, mismo que permitirá conocer si se podrá posesionar o no en el mercado, si se tendrá o no rentabilidad, si se contará con una buena acogida por parte de las personas, todo esto mediante la investigación que se realizará en el plan de negocios a efectuar. Hoy en día muchos negocios han fracasado por no tener las bases necesarias para mantenerse en el mercado, pues como se conoce en todo negocio existen altas y bajas, por lo que muchos al ver que no tienen viabilidad o la acogida que esperaban tener, han optado por cerrar o ponerle fin a aquel emprendimiento o negocio, como también se ha podido observar que muchos negocios al mantenerse con altas y bajas ahora son líderes en el mercado, no por el tiempo que llevan ejerciendo su negocio, sino por la perseverancia y saber manejar las situaciones existentes en un negocio.

- **¿Cómo se mide la viabilidad y rentabilidad de un emprendimiento mediante un plan de negocios?**

Para que un negocio sea viable y rentable es necesario realizar una serie de estudios con el fin de conocer si será o no una buena idea de negocio, si este negocio tendrá viabilidad o rentabilidad, por lo que se lo medirá o se analizará mediante la realización de un estudio técnico, de mercado, económico y financiero, y así se conocerá si será factible realizar este emprendimiento o negocio.

Al no realizar estos estudios estaremos expuestos a que se pase por alto algún detalle específico que perjudique sin darnos cuenta la idea de negocio propuesta, ya que estos estudios son la base principal de que un negocio pueda surgir, posesionarse y mantenerse en el mercado.

- **¿Cómo se conoce la preferencia de comidas en los clientes?**

Para conocer la preferencia de los clientes al momento de colocar un negocio es necesario realizar previamente un estudio de mercado, el cual permitirá conocer la demanda que tendrá el negocio y por ende las preferencias que tengan sobre los productos o servicios a ofrecer en el negocio

planteado, mediante la recolección de datos, como encuestas, entrevistas u otros instrumentos de evaluación que permitirán conocer lo que la población opine sobre el negocio, sobre las preferencias que tienen, lo que necesitan o que se les ofrezca.

10. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizará los siguientes métodos, instrumentos y técnicas que se presentan a continuación:

10.1. Tipo de Investigación

10.1.1. Investigación aplicada

En el presente proyecto se pondrá en práctica nuestros conocimientos obtenidos, para elaborar el plan de negocios necesitamos realizar una serie de cálculos para poder obtener los resultados de nuestra idea de negocio como son los cálculos de:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Económico
- Estudio Financiero

De esta manera analizar si nuestro proyecto será factible o no, como también para este proyecto se utilizará de nuestras habilidades y nuestra creatividad, por lo que esto ha ayudado a darle forma e imagen a nuestro proyecto.

10.1.2. Investigación evaluativa

Desarrollamos la investigación evaluativa al momento de realizar el estudio de mercado, en la que se determinan la oferta y la demanda, mismo en el que se realizarán encuestas para conocer la opinión de las personas y así poder conocer cuantitativamente la viabilidad del negocio.

10.1.3. Investigación experimental

La investigación realizada es de diseño experimental porque se ha podido manejar las variables dependiente e independiente, así como también se han podido controlar las causas/efectos de

nuestro proyecto de investigación como es el plan de negocios, por lo que se ha realizado con éxito el plan de negocios y por ende la ejecución del negocio.

10.1.4. Investigación tecnológica

Los medios tecnológicos son imprescindibles en cualquier investigación por lo cual nos permiten recopilar información, sobre todo adquirir conocimiento y resolver cualquier necesidad de la sociedad por ende la investigación tecnológica ayudara a que esta investigación pueda sustentar este estudio y lograr los objetivos.

10.1.5. Investigación bibliográfica

Se considera una investigación bibliográfica porque se sustenta de bases teóricas, es decir, mediante la recopilación de datos e información, conceptos e ideas de libros, tesis, sitios web, etc., escrito por distintos autores los cuales son referidos en el documento.

10.1.6. Investigación propositiva

Se utilizan varias técnicas y procedimientos con el único propósito y finalidad de diagnosticar los problemas que se han encontrado en la investigación y de esa manera encontrar las respuestas necesarias y brindar las soluciones adecuadas a dichos problemas, y así poder generar nuevos conocimientos a la sociedad dentro de nuestro proyecto de investigación.

10.2. Método de investigación

Los métodos que se emplearon en la elaboración de un plan de negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia, se describen a continuación.

10.2.1. Método Analítico

Se aplicó el método analítico debido que se formó conclusiones específicas a partir de la observación y análisis de la situación actual por la cual se está atravesando, mismo que permitió el estudio de los problemas detectados para su posterior solución al ejecutar el plan de necios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, en el Cantón Valencia.

10.2.2. Método Deductivo

Mediante este método se investigó la problemática planteada desde un ámbito global, para posteriormente estudiar cada uno de los factores que en ella intervienen de manera interna y externa.

10.2.3. Método Inductivo

Después de realizar el proceso de recopilación de información, se comienza con la observación de toda la información recopilada, continuando con el proceso de analizar lo observado dando definiciones claras de cada uno de los conceptos.

10.3. Técnicas de Investigación

10.3.1. Encuesta

Fue necesario aplicar la encuesta como elemento de recopilación de información para proporcionar la secuencias a la investigación y poder demostrar las falencias de la empresa, la encuesta está dirigida al personal de la empresa los que manipulan las herramientas de trabajo y emplean su fuerza física a través de la maquinaria, lo cual nos permitirá obtener opiniones verídicas sobre la situación por la que atraviesan la empresa proporcionando afirmaciones que serán trascendentales para alcanzar los objetivos de la investigación.

10.4. Instrumentos de recolección de datos

De acuerdo al proyecto investigativo plan de negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, en el cantón Valencia, es necesario diseñar instrumentos evaluativos para recopilar la información tales como:

10.4.1. Cuestionario

Para realizar las encuestas dirigidas a los ciudadanos del cantón Valencia, fue necesario diseñar un cuestionario, con el fin de obtener la información necesaria para determinar la factibilidad de la creación del restaurante, permitiendo así conocer datos relevantes y concretos para nuestra investigación, como lo podemos observar en el **Anexo 3**.

10.5. Población y Muestra

10.5.1. Población

Nuestros principales clientes son los ciudadanos del cantón Valencia, por lo que en el cantón se cuenta con aproximadamente **54,637** habitantes, según el último censo del año 2010 más la probabilidad creciente del año 2020 como se lo observará a continuación:

Tabla 4. Proyección de la población según los cantones de la provincia de Los Ríos

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA POR AÑOS, SEGÚN CANTONES											
2010-2020											
Nombre del Cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
BABAHOYO	519.443	161.230	162.981	164.690	166.350	167.963	169.523	171.038	172.502	173.917	175.281
BABA	41.216	41.501	41.774	42.034	42.278	42.508	42.721	42.920	43.105	43.275	43.429
MONTALVO	25.009	25.400	25.789	26.173	26.552	26.927	27.296	27.661	28.019	28.372	28.720
PUEBLOVIEJO	37.703	38.416	39.131	39.842	40.551	41.257	41.959	42.657	43.351	44.040	44.725
QUEVEDO	179.370	182.855	186.349	189.834	193.308	196.769	200.217	203.650	207.064	210.461	213.842
URDANETA	30.371	30.639	30.900	31.152	31.393	31.623	31.842	32.052	32.251	32.440	32.618
VENTANAS	69.032	69.737	70.425	71.093	71.739	72.363	72.964	73.544	74.100	74.634	75.146
VINCES	74.358	75.245	76.116	76.969	77.801	78.611	79.398	80.165	80.908	81.630	82.329
PALENQUE	23.216	23.297	23.370	23.434	23.490	23.536	23.573	23.602	23.623	23.634	23.638
BUENA FE	65.052	66.820	68.615	70.429	72.263	74.115	75.988	77.878	79.784	81.709	83.654
VALENCIA	43.899	44.944	46.001	47.063	48.131	49.204	50.283	51.365	52.451	53.541	54.637
MOCACHE	39.824	40.228	40.621	41.004	41.373	41.729	42.072	42.403	42.720	43.025	43.316
QUINSALOMA	17.021	17.364	17.707	18.050	18.393	18.735	19.076	19.416	19.754	20.092	20.428

Nota. Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], s.f.-a)

10.5.2. Tamaño de la muestra

Para identificar la cantidad de personas a las que aplicaremos este instrumento de evaluación, se aplicó el procedimiento estadístico que se describe a continuación, considerando el margen de error del 8 %

DESCRIPCIÓN	NOMENCLATURA	DATO
Tamaño de la muestra	n	?
Población a investigar	N	54.637 habitantes
Índice de error máximo admisible	E	8%

FÓRMULA Y DESARROLLO

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{54.637}{(0,08)^2(54.637 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{54.637}{350,67}$$

$$n = 155,80$$

$$n = \mathbf{156} \text{ habitantes a encuestar}$$

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La información de la investigación fue adquirida mediante una encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, misma que fue tabulada y graficada mediante la plataforma de Excel y los resultados fueron analizados posteriormente.

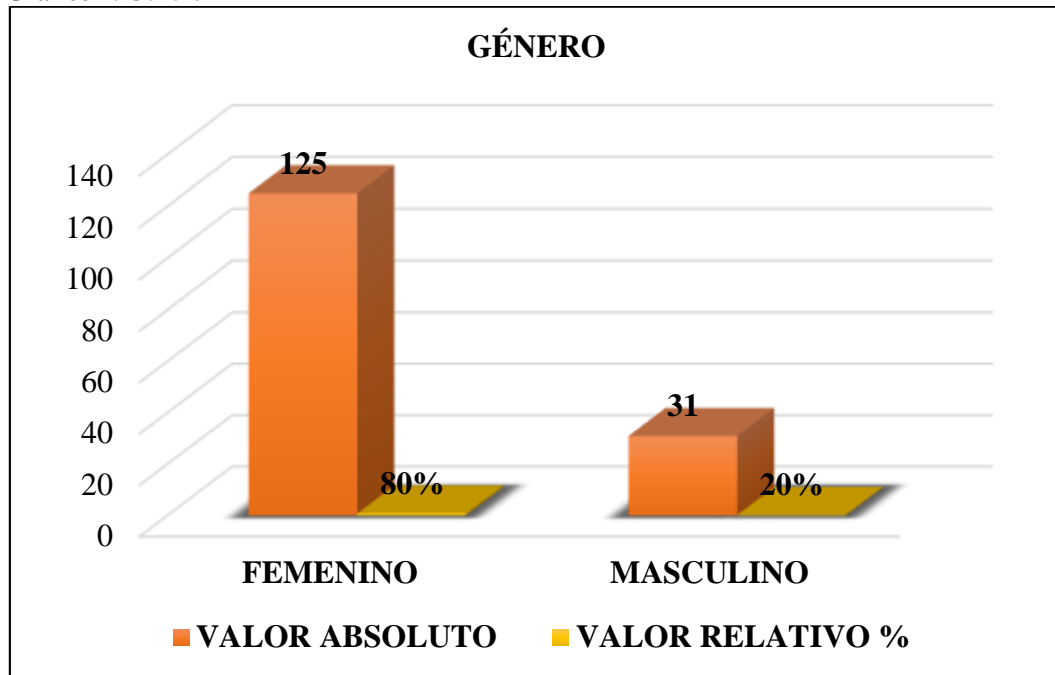
11.1. Resultado de las Encuestas Dirigidas a los Ciudadanos del Cantón Valencia

1. Seleccione su género

Tabla 5. Género

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
FEMENINO	125	80%
MASCULINO	31	20%
TOTAL	156	100%

Gráfico 1. Género



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

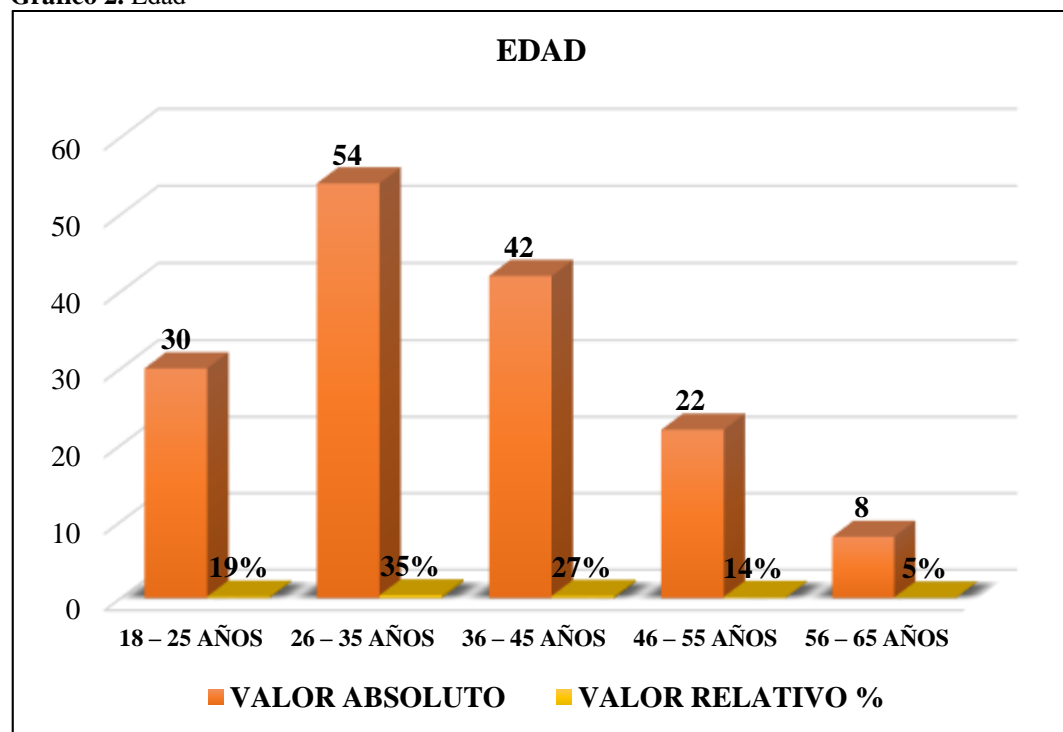
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 80% de las personas encuestadas fueron mujeres, mientras que el 20% de los encuestados fueron hombres, en la zona urbana del Cantón Valencia.

2. Seleccione su edad

Tabla 6. Edad

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
18 – 25 AÑOS	30	19%
26 – 35 AÑOS	54	35%
36 – 45 AÑOS	42	27%
46 – 55 AÑOS	22	14%
56 – 65 AÑOS	8	5%
TOTAL	156	100%

Gráfico 2. Edad



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

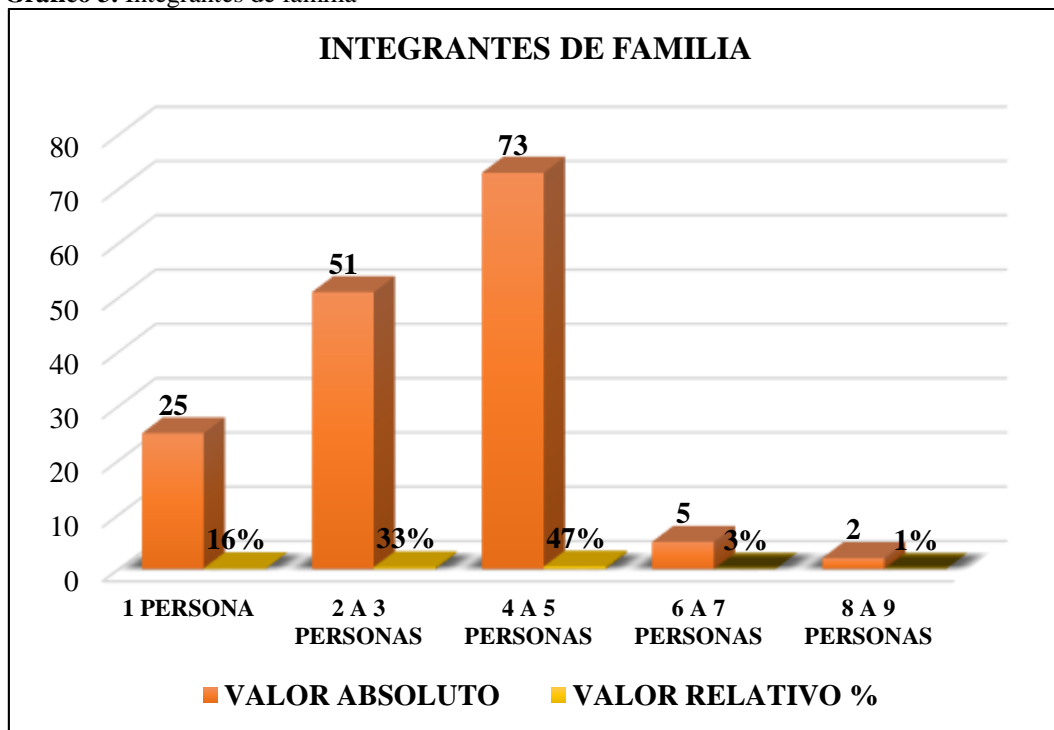
De acuerdo a la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 19% de las personas encuestadas son de la edad de entre 18 a 25 años, el 35% de las personas encuestadas tienen entre 26 a 35 años, el 27% de los encuestados tienen entre 36 a 45 años, un 14% son de la edad de 46 a 55 años, mientras que el 5% corresponde a una edad entre los 56 a 65 años, quienes serían nuestros principales clientes según la segmentación del mercado.

3. Seleccione el número de integrantes de su familia

Tabla 7. Integrantes de familia

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
1 PERSONA	25	16%
2 A 3 PERSONAS	51	33%
4 A 5 PERSONAS	73	47%
6 A 7 PERSONAS	5	3%
8 A 9 PERSONAS	2	1%
TOTAL	156	100%

Gráfico 3. Integrantes de familia



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

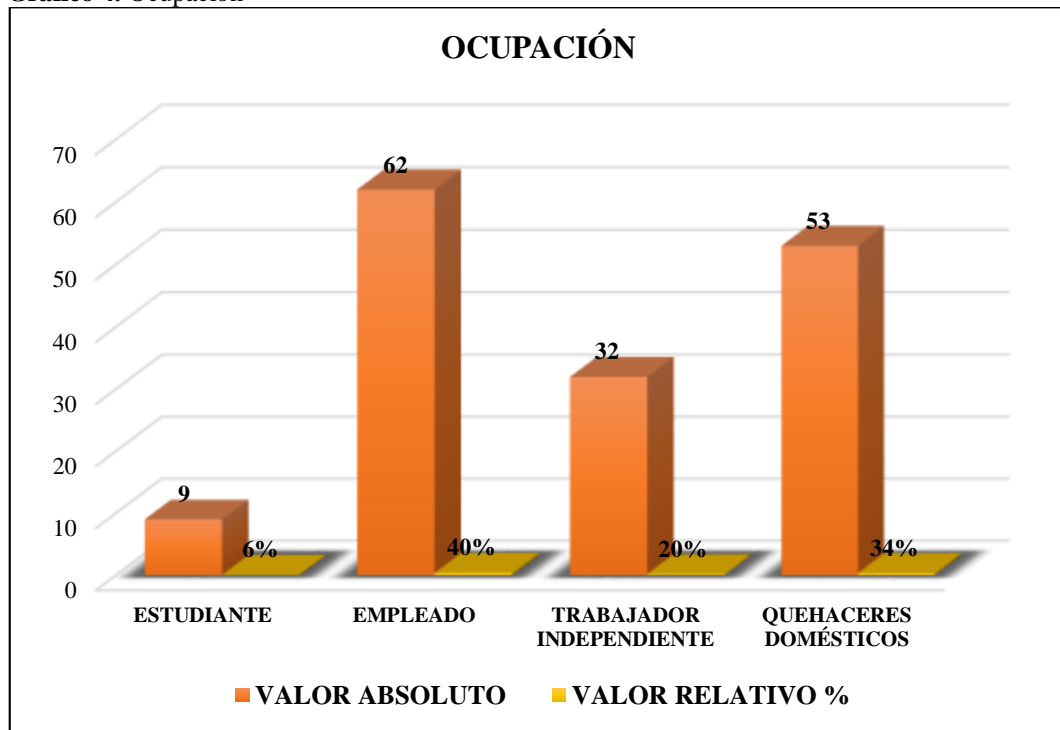
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 47% de las personas encuestadas corresponde a una familia compuesta de 4 a 5 personas, el 33% de los encuestados son parte de una familia de 2 a 3 personas, el 16% corresponde a personas que no viven con sus familiares, por lo que se constituya familia de 1, el 3% corresponde a un grupo familiar de 6 a 7 personas, mientras que el 1% corresponde a una familia integrada de 8 a 9 personas.

4. Seleccione su ocupación actual

Tabla 8. Ocupación

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
ESTUDIANTE	9	6%
EMPLEADO	62	40%
TRABAJADOR INDEPENDIENTE	32	20%
QUEHACERES DOMÉSTICOS	53	34%
TOTAL	156	100%

Gráfico 4. Ocupación



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

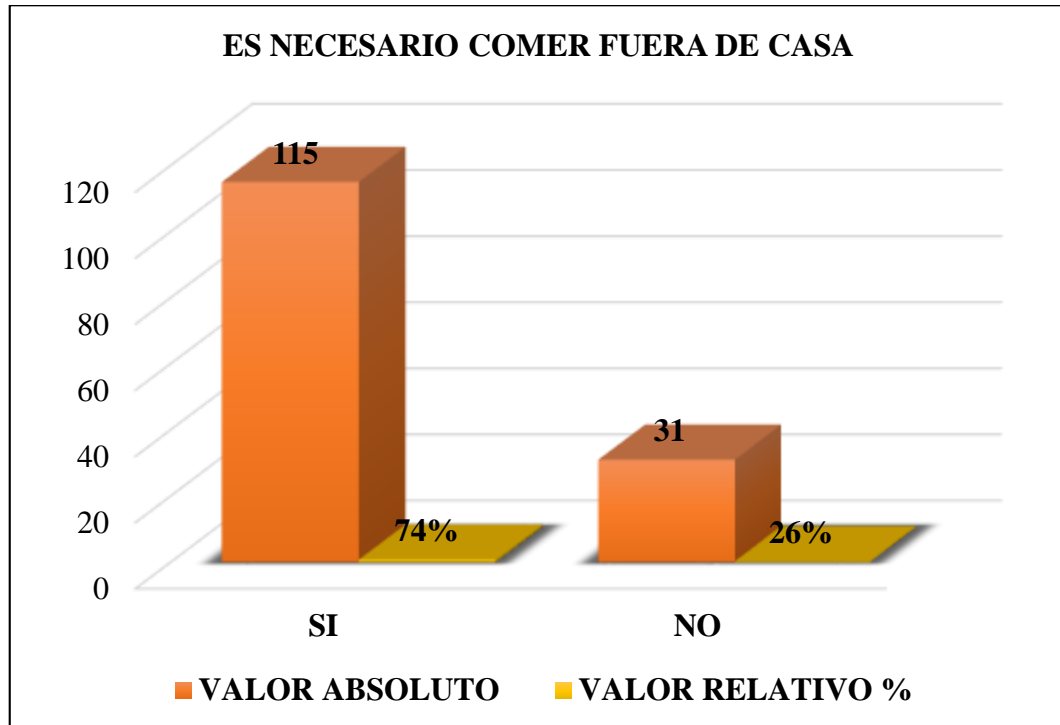
Según las encuestas realizadas a los ciudadanos del cantón Valencia, el 40% de las personas encuestadas son empleados o trabajadores para una empresa o negocio del cantón, el 34% son personas que se dedican al quehacer doméstico, en su mayoría mujeres, el 20% corresponde a trabajadores independientes, es decir, que tienen sus negocios propios en el cantón y el 6% de los encuestados corresponde a estudiantes.

5. ¿Considera que es necesario comer fuera de casa?

Tabla 9. Es necesario comer fuera de casa

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
SI	115	74%
NO	31	26%
TOTAL	156	100%

Gráfico 5. Es necesario comer fuera de casa



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

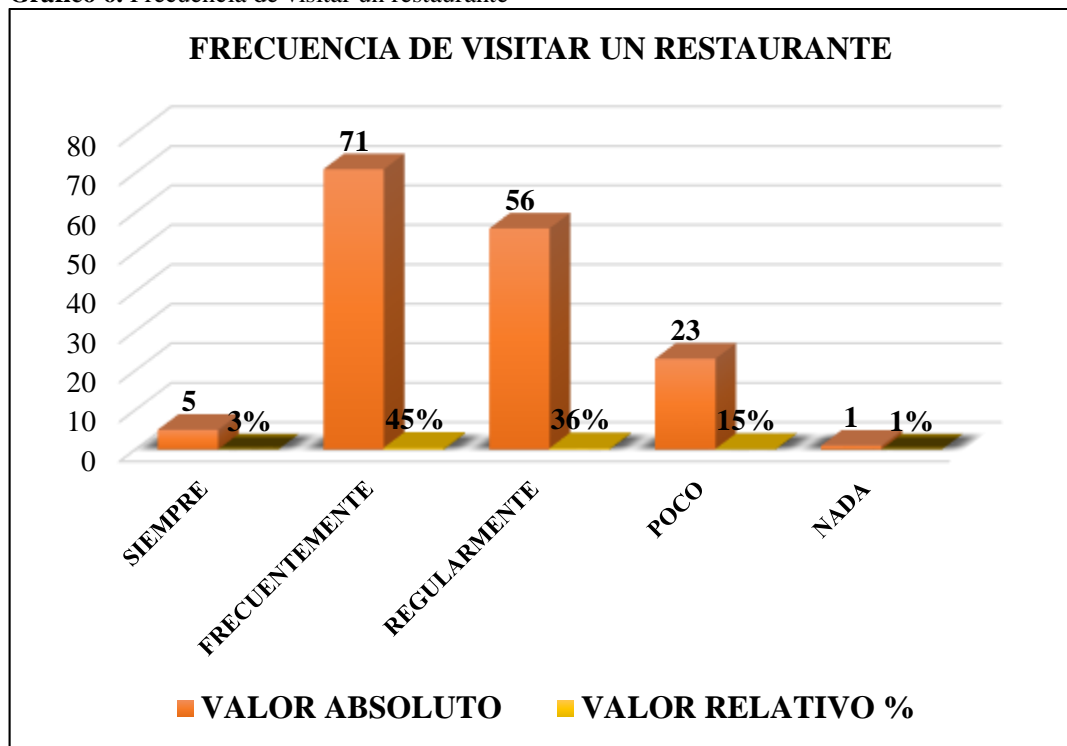
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 74% de las personas encuestadas respondieron que si consideran necesario comer fuera de casa tanto por sus trabajos, ocupaciones u obligaciones que tienen, mientras que el 26% de los encuestados respondieron que no es necesario.

6. ¿Con qué frecuencia acude a un restaurante?

Tabla 10. Frecuencia de visitar un restaurante

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
SIEMPRE	5	3%
FRECUENTEMENTE	71	45%
REGULARMENTE	56	36%
POCO	23	15%
NADA	1	1%
TOTAL	156	100%

Gráfico 6. Frecuencia de visitar un restaurante



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

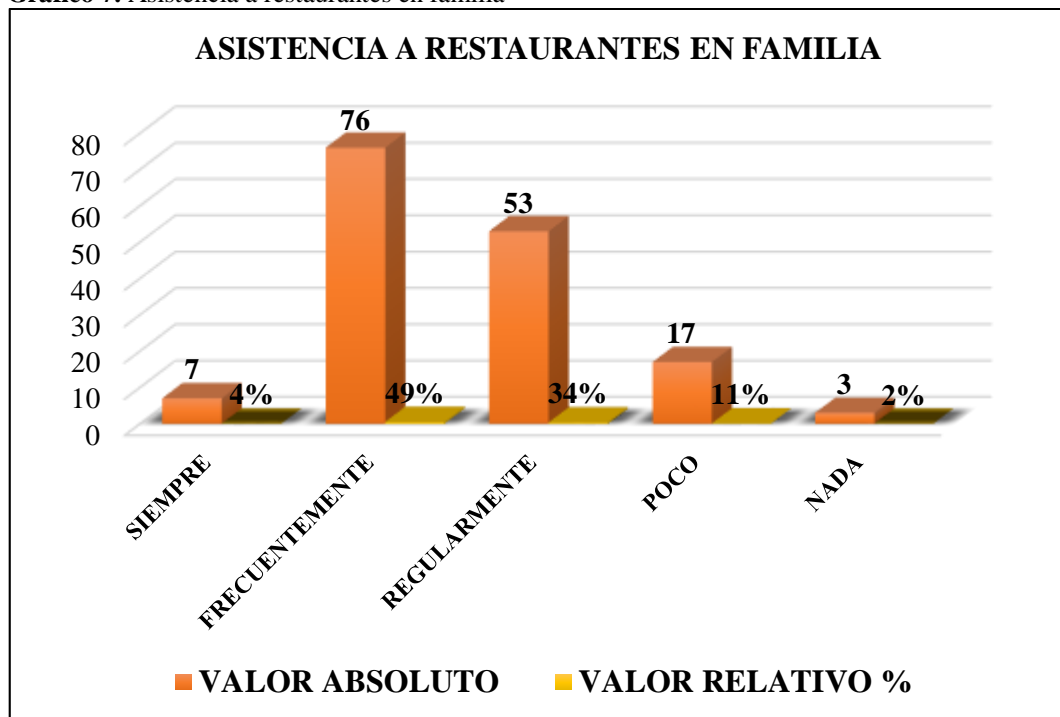
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 45% de las personas encuestadas respondieron que frecuentemente asisten a un restaurante para servirse sus alimentos, el 36% respondió que asisten a un restaurante regularmente, el 15% respondió que lo hacen muy pocas veces, mientras que el 3% siempre acude a un restaurante por motivos de trabajos u obligaciones y el 1% manifestó que no asiste a un restaurante.

7. ¿Suele acudir a restaurantes en familia?

Tabla 11. Asistencia a restaurantes en familia

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
SIEMPRE	7	4%
FRECUENTEMENTE	76	49%
REGULARMENTE	53	34%
POCO	17	11%
NADA	3	2%
TOTAL	156	100%

Gráfico 7. Asistencia a restaurantes en familia



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

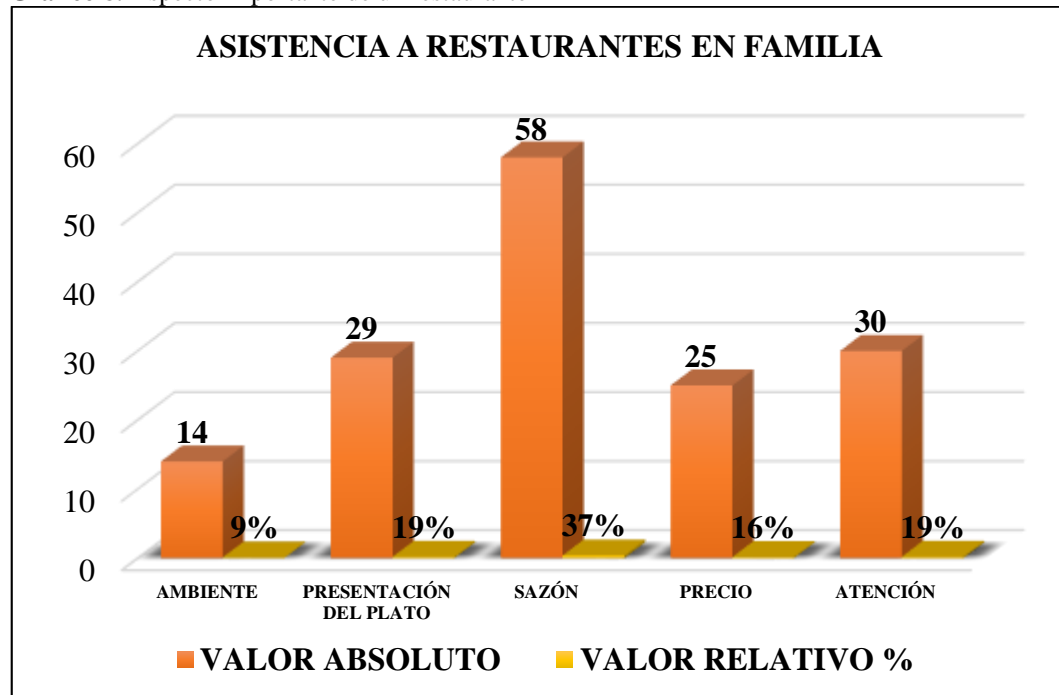
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 49% de las personas encuestadas respondieron que frecuentemente asisten a un restaurante con su familia para servirse sus alimentos, el 34% respondió que asisten a un restaurante regularmente con su familia, el 11% de las personas encuestadas respondió que asiste muy poco a un restaurante en familia para servirse los alimentos, un 4% deduce que siempre asisten en familia a un restaurante y el 2% sin su familia.

8. Elija una opción ¿Qué aspecto considera importante para acudir a un restaurante?

Tabla 12. Aspecto importante de un restaurante

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
AMBIENTE	14	9%
PRESENTACIÓN DEL PLATO	29	19%
SAZÓN	58	37%
PRECIO	25	16%
ATENCIÓN	30	19%
TOTAL	156	100%

Gráfico 8. Aspecto importante de un restaurante



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

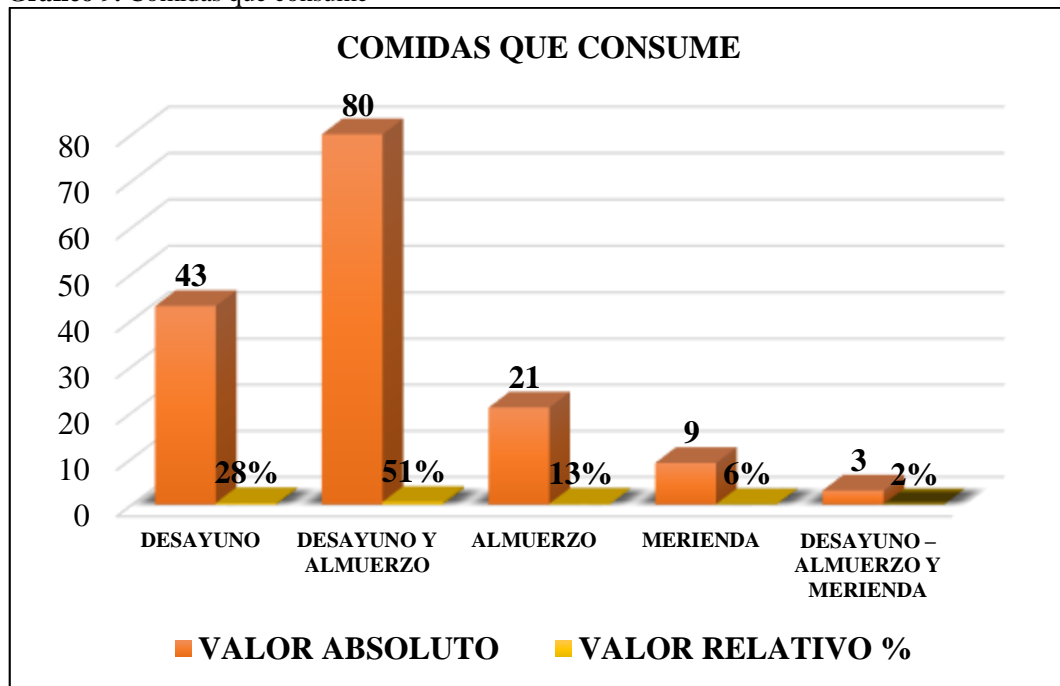
De acuerdo a la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 37% consideran que para acudir a un restaurante es muy importante la sazón, el 19% respondió que para acudir a un restaurante es importante la calidad de atención que tengan en el restaurante, el otro 19% considera importante la presentación del plato, el 16% el precio que se oferte en el restaurante y el 9% considera que lo importante para acudir a un restaurante es el ambiente de dicho restaurante.

9. Cuando se sirve alimentos fuera de casa ¿qué comida consume con más frecuencia?

Tabla 13. Comidas que consume

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
DESAYUNO	43	28%
DESAYUNO Y ALMUERZO	80	51%
ALMUERZO	21	13%
MERIENDA	9	6%
DESAYUNO – ALMUERZO Y MERIENDA	3	2%
TOTAL	156	100%

Gráfico 9. Comidas que consume



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

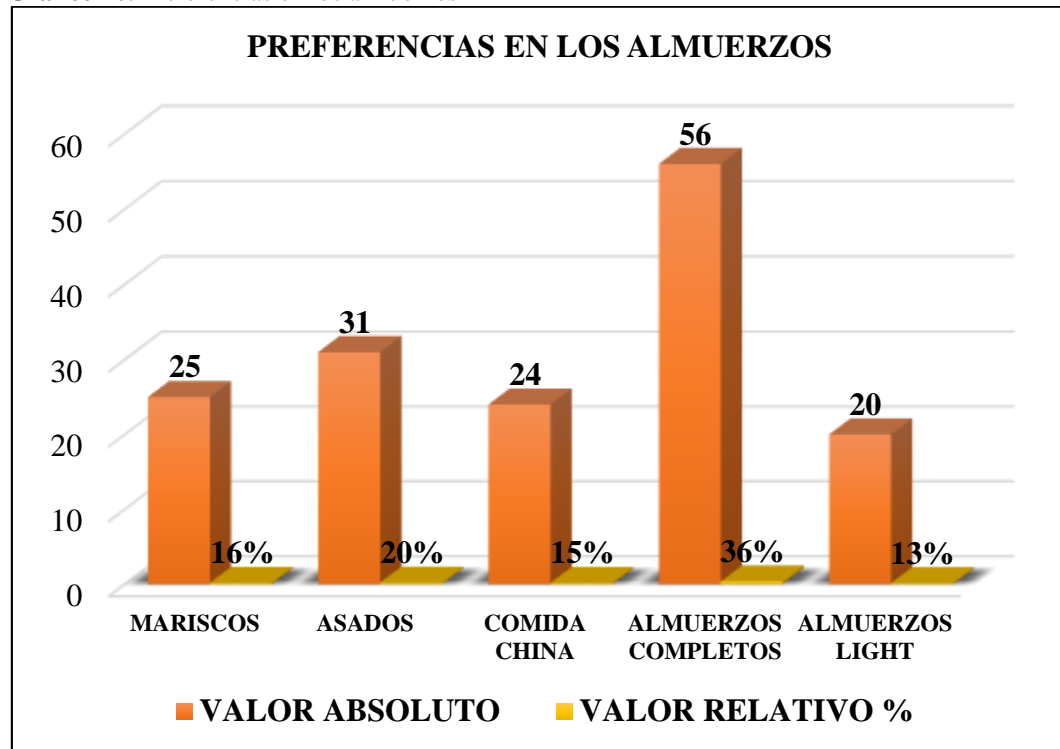
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 51% de las personas consumen sólo desayuno y almuerzo con más frecuencia, el 28% sólo consumen desayunos, el 13% consume sólo almuerzos, el 6% consumen meriendas normalmente y el 2% consumen las 3 comidas del día fuera de casa.

10. ¿Qué tipo de comida prefiere servirse fuera de casa para el almuerzo?

Tabla 14. Preferencias en los almuerzos

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
MARISCOS	25	16%
ASADOS	31	20%
COMIDA CHINA	24	15%
ALMUERZOS COMPLETOS	56	36%
ALMUERZOS LIGHT	20	13%
TOTAL	156	100%

Gráfico 10. Preferencias en los almuerzos



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

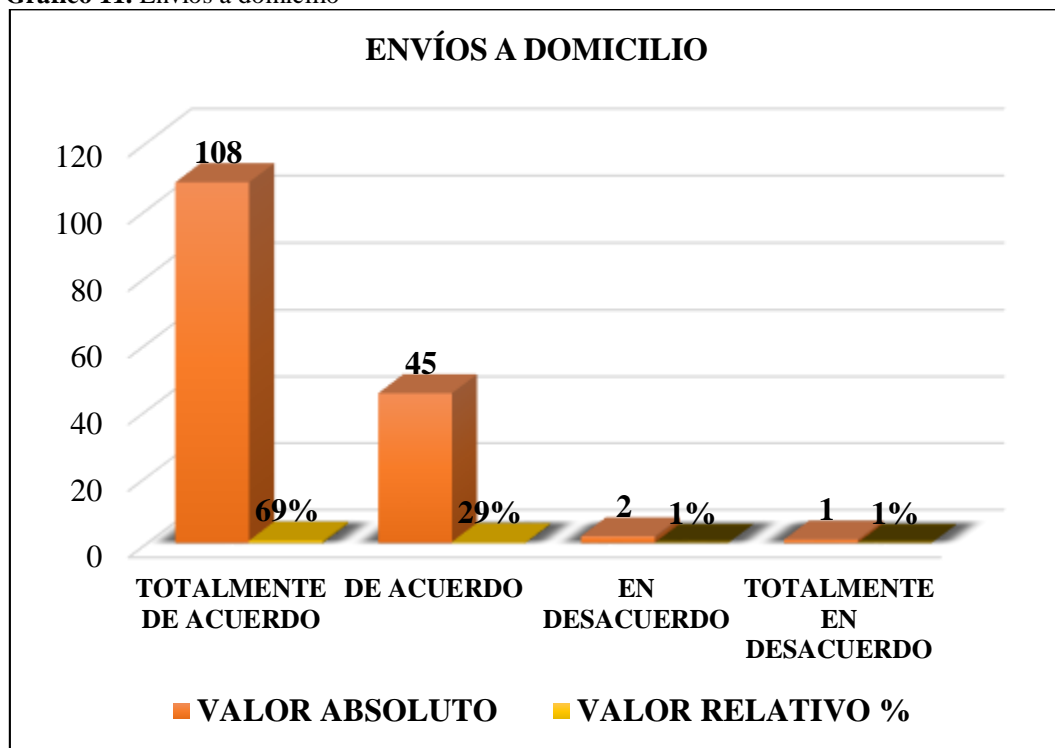
Según la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 36% de las personas prefieren consumir almuerzos completos, el 20% consumen asados, el 16% consumen con mayor frecuencia mariscos, el 15% consume comida china, mientras que el 13% de las personas consumen almuerzos light.

11. ¿Está usted de acuerdo que el restaurante realice envíos a domicilio?

Tabla 15. Envíos a domicilio

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
TOTALMENTE DE ACUERDO	108	69%
DE ACUERDO	45	29%
EN DESACUERDO	2	1%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1%
TOTAL	156	100%

Gráfico 11. Envíos a domicilio



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

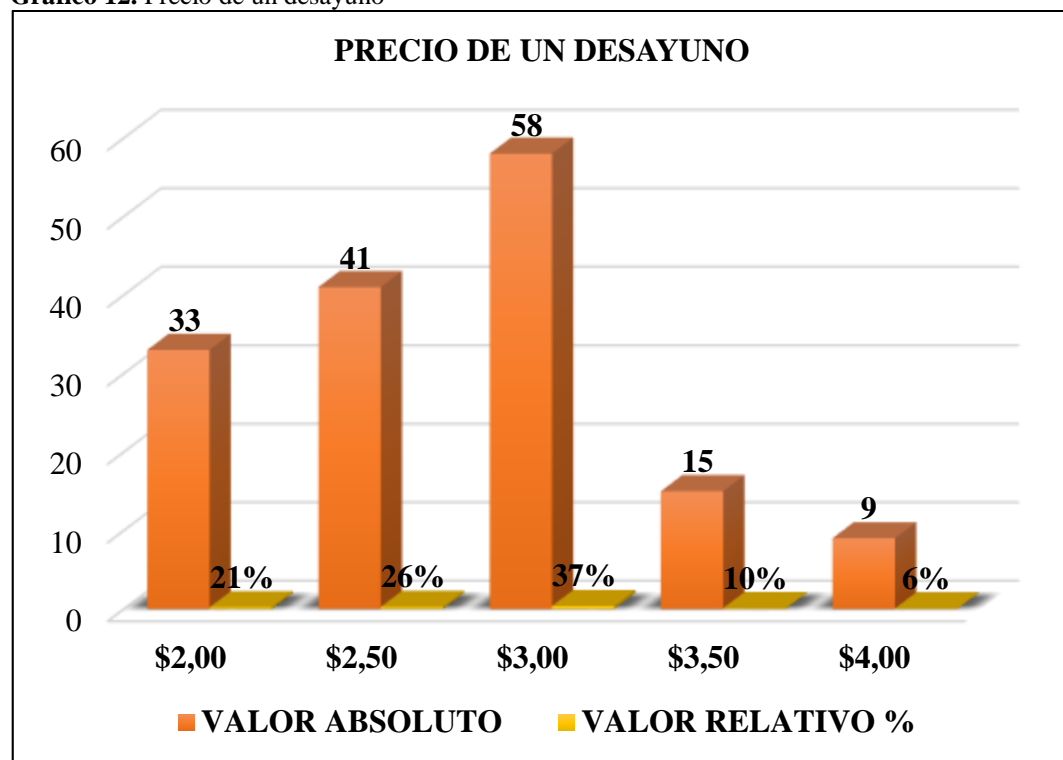
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 69% de las personas respondieron que están totalmente de acuerdo con que se realicen envíos a domicilio, el 29% está de acuerdo con se hagan envíos a domicilio, el 1% está en desacuerdo y el otro 1% está totalmente en desacuerdo.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un desayuno?

Tabla 16. Precio de un desayuno

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
\$ 2,00	33	21%
\$ 2,50	41	26%
\$ 3,00	58	37%
\$ 3,50	15	10%
\$ 4,00	9	6%
TOTAL	156	100%

Gráfico 12. Precio de un desayuno



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

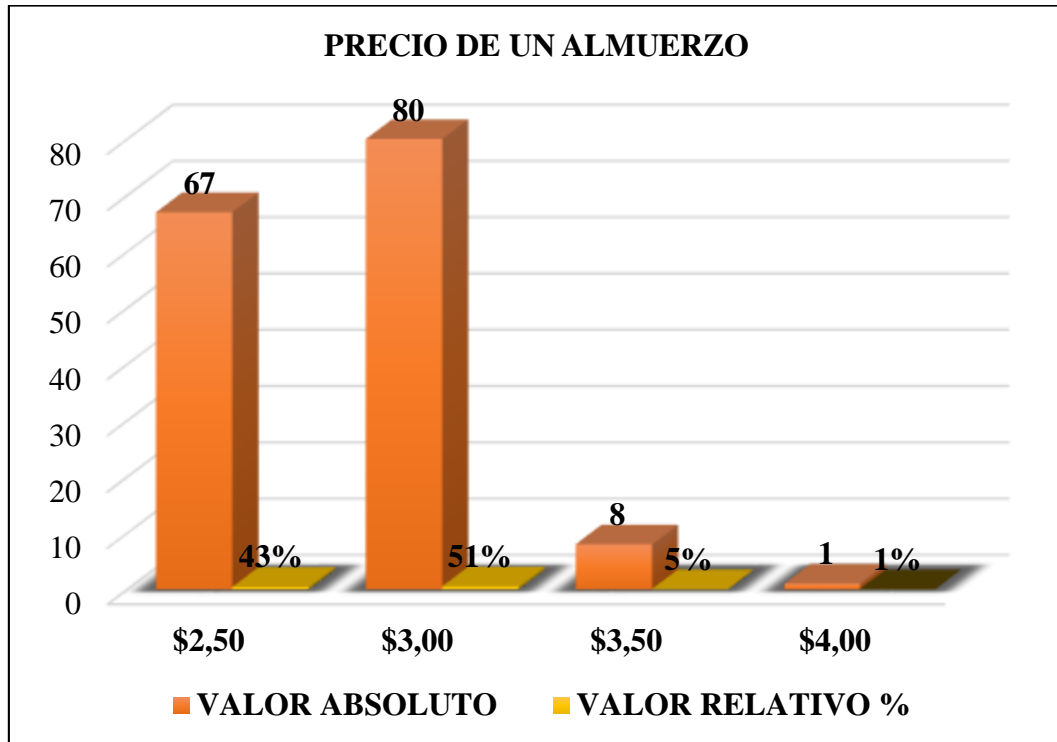
Según las encuestas dirigidas a los ciudadanos del cantón Valencia, el 37% de las personas respondió que estarían dispuestos a pagar hasta \$3,00 por un desayuno, el 26% está dispuesto a pagar \$2,50, el 21% están dispuestos a pagar \$2,00 por un desayuno, el 10% está dispuesto a pagar \$3,50 por un desayuno, mientras que un 6% está dispuesto a pagar hasta \$4,00 por un desayuno.

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo?

Tabla 17. Precio de un almuerzo

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
\$2,50	67	43%
\$3,00	80	51%
\$3,50	8	5%
\$4,00	1	1%
TOTAL	156	100%

Gráfico 13. Precio de un almuerzo



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

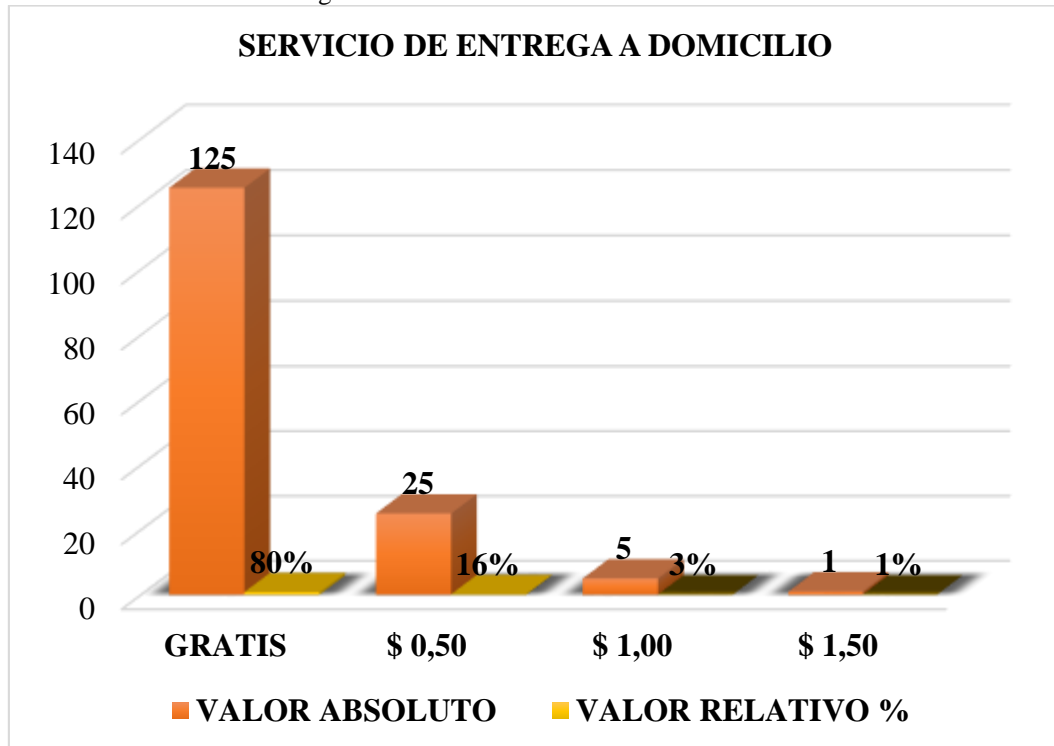
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 51% de las personas respondió que estarían dispuestos a pagar \$3,00 por un almuerzo, el 43% están dispuestos a pagar \$2,50 por un almuerzo, el 5% están dispuestos a pagar \$3,50 por un almuerzo, mientras que el 1% está dispuesto a pagar hasta \$4,00 por un almuerzo.

14. ¿Cuál considera que deba ser la tarifa a pagar por el servicio de entrega a domicilio?

Tabla 18. Servicio de entrega a domicilio

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
GRATIS	125	80%
\$0,50	25	16%
\$1,00	5	3%
\$1,50	1	1%
TOTAL	156	100%

Gráfico 14. Servicio de entrega a domicilio



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

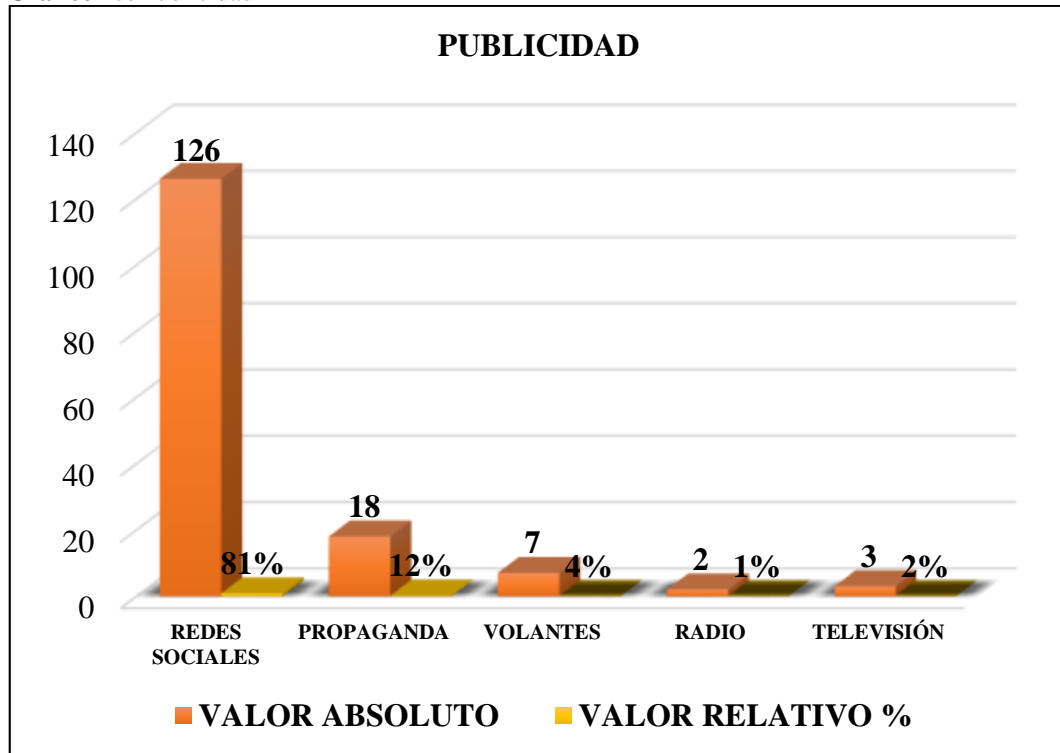
Según las encuestas dirigidas a los ciudadanos del cantón Valencia, el 80% de las personas respondió que consideran que los envíos deberían ser gratuitos, el 16% consideran que se debería pagar al menos \$0,50 por el envío, el 3% considera que se debe pagar \$1,00 por el envío, mientras que el 1% considera pagar hasta \$1,50 por el envío almuerzo siempre y cuando sea fuera de Valencia.

15. ¿Cuáles son los medios publicitarios que llamen más su atención para acudir a un restaurante?

Tabla 19. Publicidad

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
REDES SOCIALES	126	81%
PROPAGANDA	18	12%
VOLANTES	7	4%
RADIO	2	1%
TELEVISIÓN	3	2%
TOTAL	156	100%

Gráfico 15. Publicidad



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

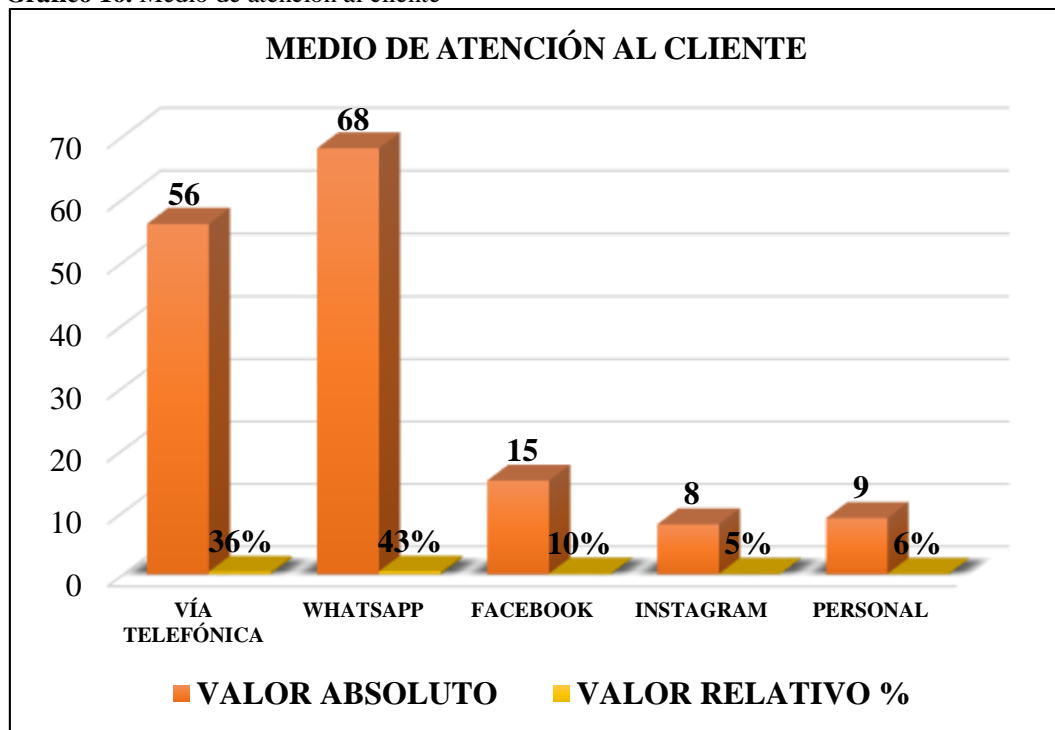
Según las encuestas realizadas a los ciudadanos del cantón Valencia, el 81% de las personas afirman que más usan las redes sociales para poder conocer e ir a un restaurante, el 12% lo hace mediante las propagandas, el 4% lo hace a través de publicidad de volantes, el 2% lo hace mediante la publicidad televisiva, mientras que el 1% lo hace por medio de la publicidad radial.

16. ¿Mediante qué medio preferiría ser atendido?

Tabla 20. Medio de atención al cliente

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
VÍA TELEFÓNICA	56	36%
WHATSAPP	68	43%
FACEBOOK	15	10%
INSTAGRAM	8	5%
PERSONAL	9	6%
TOTAL	156	100%

Gráfico 16. Medio de atención al cliente



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

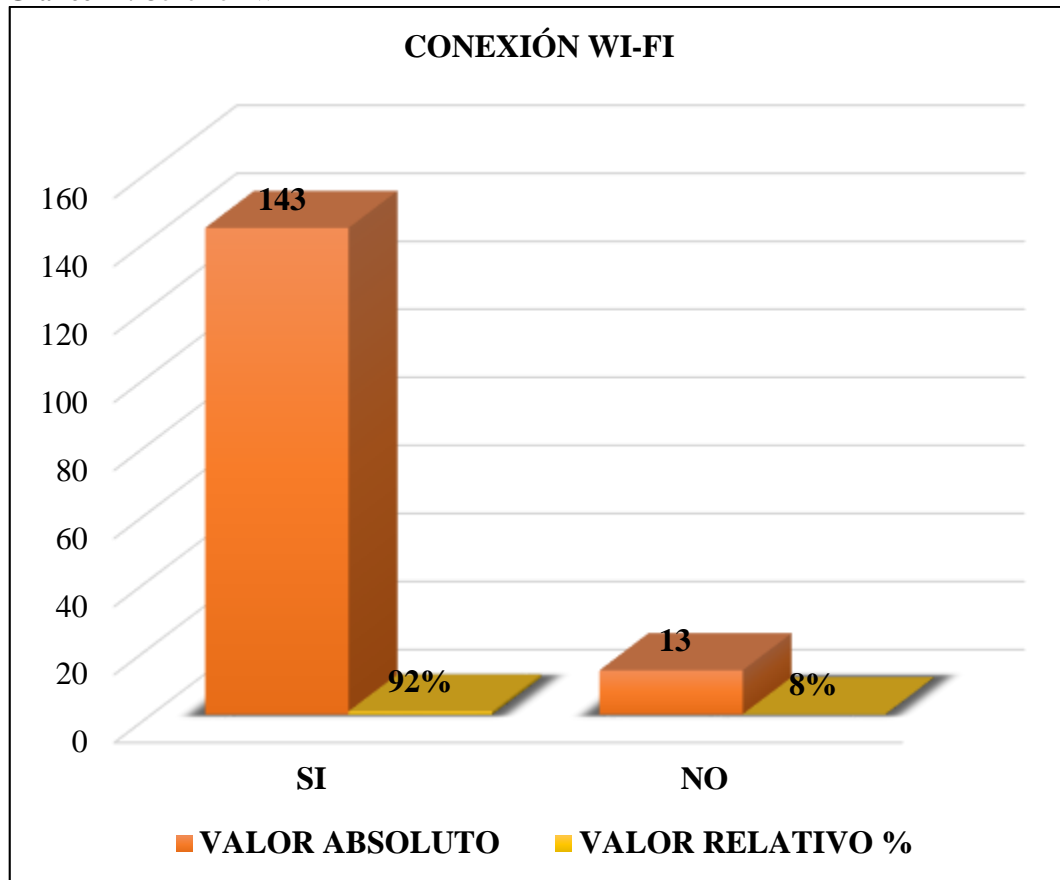
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 43% de las personas respondieron que prefieren comunicarse y ser atendidos mediante la aplicación de WhatsApp, el 36% lo prefiere hacer mediante llamadas telefónicas, el 10% prefiere ser atendido por la aplicación de Facebook, el 6% prefiere acercarse directamente al restaurante para ser atendidos, mientras que el 5% prefiere comunicarse mediante la aplicación de Instagram.

17. ¿Considera importante que el restaurante cuente con conexión Wi-Fi?

Tabla 21. Conexión Wi-Fi

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
SI	143	92%
NO	13	8%
TOTAL	156	100%

Gráfico 17. Conexión Wi-Fi



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

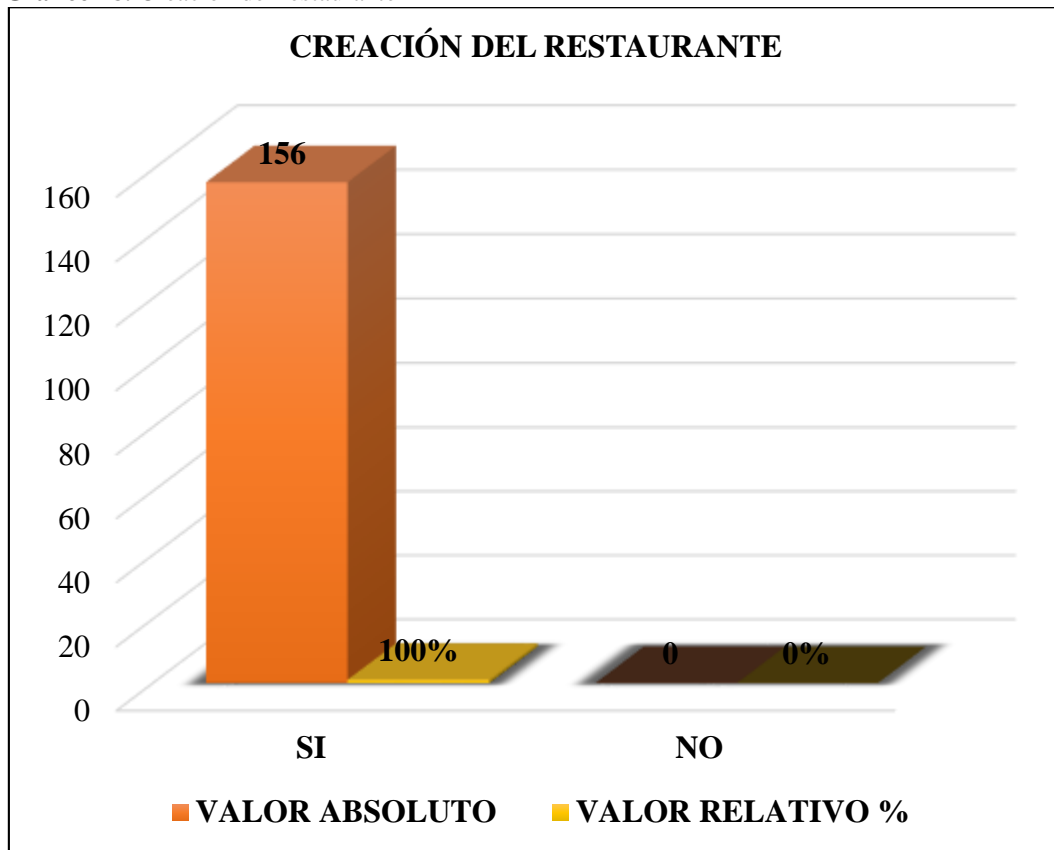
Mediante la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia, el 92% de las personas consideran que es muy importante que en el restaurante haya conexión Wi-Fi, mientras tanto el 8% considera que no es importante que un restaurante cuente con conexión Wi-Fi.

18. ¿Le gustaría que se creara un nuevo restaurante en el cantón Valencia?

Tabla 22. Creación del restaurante

OPCIÓN	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO %
SI	156	100%
NO	0	0%
TOTAL	156	100%

Gráfico 18. Creación del restaurante



Nota: Obtenido de Encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia, julio 2021

Análisis e interpretación:

Según las 156 personas encuestadas en el cantón Valencia, respondieron todos afirmativamente, es decir, que al 100% de las personas les gustaría que se creara un nuevo restaurante en el cantón Valencia.

11.2. Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas Aplicadas

11.2.1. Conclusiones

Según la encuesta aplicada a los ciudadanos del Cantón Valencia se concluye lo siguiente:

- Los ciudadanos que consumen alimentos con mayor frecuencia varía entre hombres y mujeres de la edad de entre los 26 a 45 años en su mayoría personas trabajadoras, seguido de personas dedicadas al quehacer doméstico, por lo que muestra que es una ventaja para el proyecto del restaurante, porque se puede ver una gran demanda por la comida o alimentos preparados, nos muestra también que las personas consumen desayunos y almuerzos con más frecuencia, y que para los almuerzos muchos prefieren consumir almuerzos normales, por otra parte nos muestra que las personas al momento de visitar un restaurante se fijan más que todo en la sazón, la atención al cliente y la presentación del plato, ya que son aspectos muy importantes a la hora de visitar un restaurante.
- Se pudo analizar que las personas desean que los alimentos puedan ser enviados hasta sus hogares o lugar en el que se encuentren o lo soliciten de forma gratuita, como también se pudo constatar que los habitantes del cantón Valencia están dispuestos a pagar por un desayuno un valor de \$3,00, lo que sería un precio accesible y pagar por un almuerzo un valor de \$3,00, siempre y cuando se cuente con una buena sazón y una buena presentación, se considera también que las personas hoy en día están más al tanto con la tecnología por lo que se pudo analizar que las publicidades son más vistas mediante las redes sociales, y es por ese medio en el que prefieren ser atendidos de manera personalizada, y es por eso que consideran importante que un restaurante cuente con conexión Wi-Fi para los clientes.
- Los ciudadanos del Cantón Valencia están en busca de un nuevo Restaurante que les permita sentirse cómodos o a gusto tanto en la atención como hasta en la calidad del producto, servicio y el precio que se ofrezca en el Restaurante aún con las expectativas y preferencias que desea la ciudadanía Valenciana.

11.2.2. Recomendaciones

De acuerdo a las encuestas realizadas se recomienda lo siguiente:

- Crear un restaurante en el que se trabaje sólo con desayunos y almuerzos, que cuenten con un menú variado de acuerdo a los gustos, precios y preferencias de los clientes, teniendo muy en cuenta la sazón de los alimentos, la presentación del platillo, y una buena atención al cliente en el restaurante, ya que son aspectos primordiales para una persona al momento que acude a un restaurante.
- Crear un restaurante que cuente con el servicio de entregas a domicilio incluido y de forma gratuita, que cuente con precios accesibles y ajustables conforme al alcance económico de los clientes, contar con una infraestructura del restaurante adecuada que tenga recursos tecnológicos como la conexión Wi-Fi, ya que hoy en día es indispensable la comunicación por motivos de estudio o trabajo, trabajar en la parte publicitaria o marketing digital en la que se maneje mucho las redes sociales para así llegar a captar más clientes y fidelizarlos, tener buena presencia y buena actitud para atender a los clientes vía telefónica o presencial.
- Crear el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, ya que se ha tenido una buena perspectiva según las encuestas aplicadas, conforme a las expectativas de gustos, preferencias y necesidades de la ciudadanía Valenciana.

11.3. Plan de Negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

11.3.1. Resumen Ejecutivo

El Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” es un negocio familiar en el que su principal actividad económica es la venta de alimentos preparados como son desayunos y almuerzos, contando sobre todo con una buena sazón, atención de calidad, con el mejor servicio y con variedades de platillos preparados para la venta, al gusto y solicitud del consumidor, entre estos, se elaborarán platos típicos del Ecuador, mismos que estamos seguros de que será del agrado del paladar de la ciudadanía Valenciana, y para corroborar este negocio y de su acogida aparte del plan de negocios que se ha elaborado, se ha hecho una demostración de la venta de alimentos como desayunos y almuerzos con el servicio de entrega a domicilios incluido con el que se contará y hemos visto como se ha logrado obtener mucha acogida durante los días de prueba del negocio, por lo que se

ha visto aún fuera y acorde a lo expuesto en el estudio económico, es que es un negocio totalmente rentable y apto para solventarse aun comenzando desde cero.

Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” nace de la necesidad y la alta demanda de compra de alimentos preparados (comida), que se presentó a inicios de la pandemia por COVID-19, en el año 2020, por lo que al no existir negocios de comida en funcionamiento surgió la idea de poder hacerlo, es por eso que se ha pensado en el cliente y aún en la salud de los mismos, acorde a las necesidades o peticiones de los clientes que se preparen alimentos frescos, nutritivos y con precios cómodos con platos desde \$0,50 hasta platos de \$3,00, nuestras promociones están basadas en las redes sociales, como Facebook, Instagram y WhatsApp, también se cuenta con una página del restaurante y la ciudadanía y cualquier persona que visite nuestro cantón y desee servirse algo de comer, nos podrán hallar mediante el GPS con nuestra ubicación y la publicidad que se ha colgado en la web, ya que el lugar en el que se ubicará el negocio es un lugar fácil de llegar y conocido en el cantón, cercano a lugares que las personas frecuentan con normalidad como parques, coliseos, comercios, uno de ellos el GAD Municipal del Cantón Valencia, por lo que se cuenta que se tendrá una gran acogida.

La inversión para este negocio es de **\$33.262,60** y su objetivo es alcanzar un nivel de ventas de **\$75.348,00** al año, con un incremento del 2% proyectado a 5 años, mismo que permitirá cubrir la inversión realizada y a partir de ahí generar ingresos líquidos con el propósito de ser un negocio del área de restaurantes reconocidos en el cantón Valencia y alrededores, como también de la provincia de Los Ríos.

11.3.2. Descripción del Negocio

El negocio consiste en comercializar alimentos preparados, como desayunos y almuerzos, con el servicio de entrega a domicilio totalmente gratis en el cantón Valencia y por zonas aledañas como La Unión y La Nueva Unión, nuestro negocio (restaurante) está dirigido a todo el público, es decir, para niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores, sean damas o caballeros, sobre todo se preparan comidas saludables, ricas y nutritivas pensando siempre en la salud, bienestar y el agrado del cliente o consumidor y al alcance de su economía.

11.3.2.1.Nombre del negocio

Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

Figura 4. Logo del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



11.3.2.2.Justificación del Negocio

Con este negocio que se ha planteado Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” se busca ofrecer a los clientes, en especial a la ciudadanía Valenciana un lugar dónde puedan servirse sus alimentos a gusto, platillos de calidad, con una sazón deliciosa, es decir, en donde puedan disfrutar sus comidas como más lo prefieran comer o que lo puedan hacer como comer en casa, ya que la problemática que se ha visto en el cantón Valencia es que no hay un lugar en el que preparen comida con buena sazón, puesto que si hay las hay pero solo por la noches como asados y demás restaurantes, pero para desayunos o almuerzos no los hay y los que habían en donde se preparaban alimentos con una sazón exquisita, por motivos propios han cerrado, por lo que muchas personas para no comer aquí en la ciudad optan por ir a Quevedo, El Moral o a La Maná a degustar en otros sitios porque no hay un restaurante que prepare la comida con una buena sazón.

11.3.2.3.Misión y Visión

11.3.2.3.1. Misión

Ofrecer alimentos frescos, deliciosos y nutritivos a nuestra clientela, brindando así una atención y servicio de calidad para que nuestros clientes se sientan cómodos y a gusto con la comida, atención y servicio ofrecidos por el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”.

Figura 5. Misión del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



11.3.2.3.2. Visión

Convertirnos en un restaurante reconocido a nivel cantonal, provincial y nacional por la sazón que se ofrece en nuestro restaurante, como también por la atención y el servicio que se les brinda a nuestros clientes.

Figura 6. Visión del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



11.3.2.4. Objetivos

11.3.2.4.1. Objetivo General

Crear un restaurante con un ambiente único, amigable, sostenible y en confianza, con valores éticos, con una sazón deliciosa que despierte recuerdos a cada persona que deguste de nuestros platillos que se preparan diariamente e incluso platillos personalizados y con el servicio de entrega a domicilio gratuita en los alrededores del Cantón Valencia, con el fin de que nuestros clientes se sientan a gusto y como en casa, pensando siempre en la economía de todos.

11.3.2.4.2. Objetivos Específicos

- Establecer relaciones comerciales con los proveedores minoristas de nuestro negocio.
- Ofrecer platillos (desayunos y almuerzos) de calidad, nutritivos, deliciosos, mediante el uso de productos saludables y legumbres frescas en la preparación de los alimentos.
- Generar fuentes de empleo en el Cantón Valencia.

11.3.3. Estudio de Mercado

11.3.3.1. Segmentación del mercado

Los productos y el servicio que se ofrece están dirigido para personas de toda edad (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores) sean hombres o mujeres, de niveles socioeconómicos bajo, medio o alto, no dependiendo del tipo de instrucción que ha tenido o tiene la persona; básicamente nuestros productos tienen llegada con nuestro servicio de entregas gratuitas en Valencia, La Unión, La Nueva Unión y Chipeco.

Según el breve análisis que se ha realizado anteriormente de quienes serían nuestros potenciales clientes podemos observar que todas las personas están aptas para consumir nuestro producto y acorde a la Matriz Estratégica FODA, como se observa en la **Tabla 31** que se podrá contar con platillos personalizados, es decir, al gusto, preferencia y al alcance de la economía de los clientes, en otras palabras buscando siempre el bienestar de los clientes por ejemplo, si uno de los clientes padece de diabetes, no podrá consumir azúcar, entonces si el cliente lo pide, se le preparará una comida específica para aquel cliente y lo mejor al mismo precio o dependiendo puede ser a menos precio. Como también se realizarán ventas de acuerdo al alcance de la economía de los clientes, porque muchas veces nos ha sucedido que tenemos hambre o se nos apetece comer algo y no tenemos el dinero necesario para poder comprar eso que queremos, entonces por esa razón si un cliente nos solicita un plato que normalmente cuesta \$3,00 y el cliente sólo dispone de \$2,00 se le ajustará la cantidad y se realizará la venta solicitada.

Esto con el fin de poder llegar a más personas y poder así captar y fidelizar clientes para el restaurante, dando a cambio una atención y servicio de calidad para que nuestros clientes se sientan satisfechos con nuestros productos y servicios ofrecidos.

11.3.3.2. Estudio de la oferta del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

En el Cantón Valencia de la Provincia de Los Ríos, existen muchos restaurantes o negocios de comida, por lo que la oferta a nivel cantonal es alta, porque hay una gran variedad de lugares a los cuales asistir y poder adquirir los alimentos que deseemos comer o servirnos, de los cuales se nombrarán algunos de restaurantes o comedores más conocidos y asistidos en el cantón Valencia.

Antes de mencionar estos restaurantes que en sí serían nuestra competencia, se observará una tabla en la que se presentarán datos extraídos de la página del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) sobre empresas o negocios de restaurantes y afines que ha habido dentro del periodo 2010 – 2014.

Tabla 23. Datos Históricos de la Oferta de restaurantes en el Ecuador

AÑO	TOTAL DE EMPRESAS
2010	1013
2011	989
2012	1342
2013	1164
2014	1099

Nota. (INEC, s.f.-b)

Como se puede observar en la tabla, vemos que en el Ecuador dentro de estos 4 años ha habido muchas empresas que se han incorporado al mercado, como también hay muchos restaurantes que han salido del mercado, durante estos años. En la actualidad con lo que ha vivido el mundo entero con lo del COVID-19, en el año 2020 claramente se vio afectada la economía del país y esto no solo aquí en el Ecuador, sino en todo el mundo, por lo que al entrar en cuarentena muchos negocios tuvieron que cerrar sus puertas porque trabajaban en un local arrendado y nadie podía salir de casa, entonces muchos negocios, principalmente los de comida y alojamiento se vieron muy afectados con la pandemia, es por eso que en el 2020 se prevé que fueron muy poco los restaurantes que seguían laborando, pero en el 2021 la pandemia obligó a muchas persona empezar a emprender sus propios negocios y es por eso que ahora más que nunca los negocios de comida principalmente junto con los negocios de entregas a domicilio son las que más han surgido en estos 2 últimos años por lo que se prevé una oferta sumamente alta tanto a nivel nacional, como a nivel cantonal.

11.3.3.2.1. Competencia

En el cantón Valencia, provincia de Los Ríos, existen alrededor de 100 restaurantes o comedores, de los cuales mencionaremos algunos como son:

- La Hueca Valenciana
- La Manaba
- Moritos y antojitos
- Asadero “El Trébol”
- Restaurante “Piko Riko”
- Restaurante “La esquina del Sabor”
- Asadero “Llama Roja”
- Restaurante “Carmita”
- La Esquina del Buen Sabor
- Asadero “Estelita”
- La Parrilla Roja
- La Sazón de “Marilú”
- Sazón y antojo
- Chifa Internacional
- Picantería “La Madrina”
- Restaurante “Punto Rojo”
- Asadero “Chonerito”
- Moca On Way
- Marisquería “Don Cangrejo”
- Restaurante “Sandrita”
- Antojitos de “Elena”
- Pampamesa
- Restaurante Girasoles
- Comedor Emilio
- La esquinita del sabor, entre otros.

Los negocios que se mencionaron recientemente serían una parte de la competencia, quienes también serían una parte de la oferta existente en el cantón Valencia, aunque muchos de ellos se dedican a hacer sólo desayunos y almuerzos hay otros restaurantes que trabajan sólo con desayunos y meriendas, otros sólo con almuerzos, otros que sólo realizan desayunos, etc., por lo que el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” ofrece a la ciudadanía valenciana desayunos y almuerzos, por lo que se busca sobresalir de los demás restaurantes por la sazón, la calidad, la presentación, la atención y el servicio que se ofrecerá en nuestro restaurante, como es el servicio de entregas a domicilio con el que se trabajará, esto podría dar una mano a que haya una buena acogida de parte de la ciudadanía valenciana y por qué no, también poder llegar a otras ciudades.

11.3.3.2.2. Proveedores

Para nuestro Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” contamos con varios proveedores para poder preparar los alimentos, de los cuales se mencionarán los siguientes:

- Abarrotes “Deysita” (Valencia)
- Centro Comercial “La Fortaleza” (La Maná)
- Centro Comercial “Su Economía” (Valencia)
- La Feria del Pollo (Valencia)
- Frigorífico Valencia (Valencia)
- Distribuidora de Plásticos “JIMSAM” (Quevedo)
- Súper Tienda “Quevedo” (Quevedo)

11.3.3.3. Estudio de la demanda del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

En el Cantón Valencia, Provincia de Los Ríos, la demanda de comida es muy alta tanto en el cantón, como en otros lugares más, pues pese a ser un lugar donde existe mucha oferta de comida, la demanda cada vez es más alta, porque todas las personas necesitan alimentarse y muchas veces con la ocupación, el trabajo u obligaciones que deben realizar ya no avanzan a servirse en sus hogares o muchas veces el tiempo no les da, como también el hecho de trabajar fuera de casa optan por servirse en sus trabajos o en lugares cercanos y aunque no todos coincidan en salir a comer en un mismo lugar, ni por comer fuera de sus casas un día, no significa que no haya una alta demanda, por lo que se estima un aproximado de 400 personas que serían nuestros principales clientes de

forma semanal como se lo redactó anteriormente en la **Tabla 2**, una referencia de la demanda que tenemos en el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” estos datos son calculados según una prueba que se realizó del restaurante.

Para tener más información acerca de la demanda que tendrá nuestro Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” se realizó una encuesta a los ciudadanos del cantón Valencia, la cual se la puede observar los análisis de los resultados de la encuesta aplicada anteriormente.

11.3.3.3.1. Definición de los productos del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

En el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, se ofrecerán desayunos y almuerzos de calidad, en los desayunos se ofrecerán platos tradicionales, pero a la vez también se ofrecerán platos nuevos y con precios asequibles para los clientes como se lo observa en la **Figura 7, Tabla 24 y Tabla 25** donde se mencionan algunos de los platos a ofrecer en los desayunos y almuerzos junto con los precios.

Figura 7. Carta Menú de Desayunos del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



MI CASA Deus é Bom	
DESAYUNOS	
DESAYUNO COMPLETO	\$3,00
Bistéc + arroz + bolón + huevo + café	
BOLÓN + BISTÉC + CAFÉ	\$2,50
TORTILLA DE VERDE	\$0,50
BOLÓN DE QUESO	\$1,00
BOLÓN DE CHICHARRÓN	\$1,00
BOLÓN DE MANÍ	\$1,25
BOLÓN MIXTO	\$1,50
PATACONES	\$1,50
TORTILLA DE HUEVO	\$0,50
HUEVO DURO / A LA COPA	\$0,50
TOCINO	\$1,00
TIGRILLO	\$1,75
BEBIDAS	
CAFÉ	\$0,50
TÉ	\$0,50
LECHE	\$0,50
JUGO	\$0,50

Tabla 24. Menú Desayunos del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"

D E S A Y U N O S		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PRECIO (\$)	ILUSTRACIÓN
Desayunos Completos <i>(arroz + bistec o seco + huevo + bolón + bebida)</i>	\$3,00	
Bolón de Queso	\$1,00	
Bolón de Chicharrón	\$1,00	
Bolón Mixto	\$1,50	
Bolón + Bistec o seco + bebida	\$2,50	

Estos platos y entre otros platillos más que se pueden preparar conforme el cliente lo ordene y lo prefiera son los que se ofrecerán en el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

Para los almuerzos también se ofrecerá una deliciosa comida casera, nutritiva a un precio súper cómodo y observaremos algunos de los menús a continuación:

Tabla 25. Menú Almuerzos del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"

A L M U E R Z O S	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PRECIO (\$)
Almuerzo Completo <i>(Sopa + segundo + jugo)</i>	\$3,00
Segundos	\$2,50
Sopa	\$1,50
ILUSTRACIONES	
	
	
	

11.3.3.4. Proceso productivo del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"

En el Restaurante "MI CASA/Deus é Bom" el proceso de producción es muy sencillo puesto que el proceso dependerá de cada platillo que se vaya a preparar y que por lo general en todo restaurante el proceso de producción sería de la siguiente manera:

Figura 8. Proceso de producción del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



11.3.3.5. Promoción o Publicidad del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

Para promocionar el restaurante se ha tomado en cuenta las redes sociales ya que hoy en día las plataformas virtuales o redes sociales son las que más usan las personas para buscar un negocio o conocer acerca del mismo, y dado el caso de que todo el mundo se ha globalizado, se ha creado cuentas en redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, se ha creado un sitio web para el restaurante y está localizado en la aplicación de Google Maps, como se lo observa a continuación:

Figura 9. Perfil de Facebook del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



Nota. Adaptado de Facebook, s.f. <https://www.facebook.com/mi.casa.SEGA/>

Figura 10. Perfil de Instagram del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



Nota. Adaptado de Instagram, s.f. <https://www.instagram.com/mi.casa.sega/>

Figura 11. Perfil de WhatsApp del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

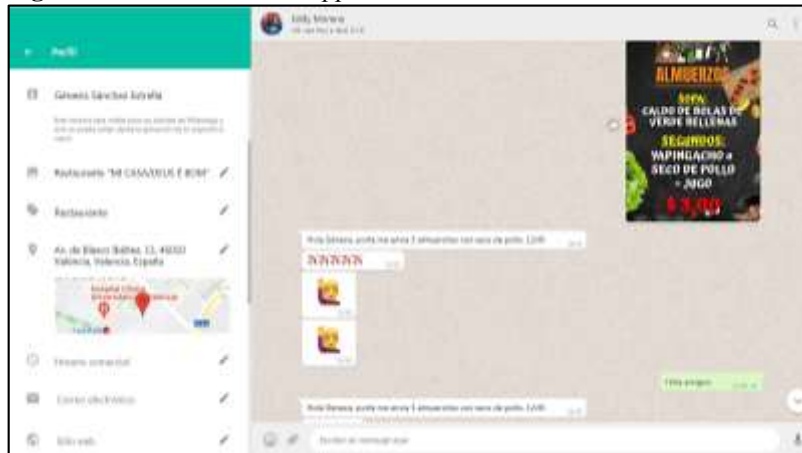
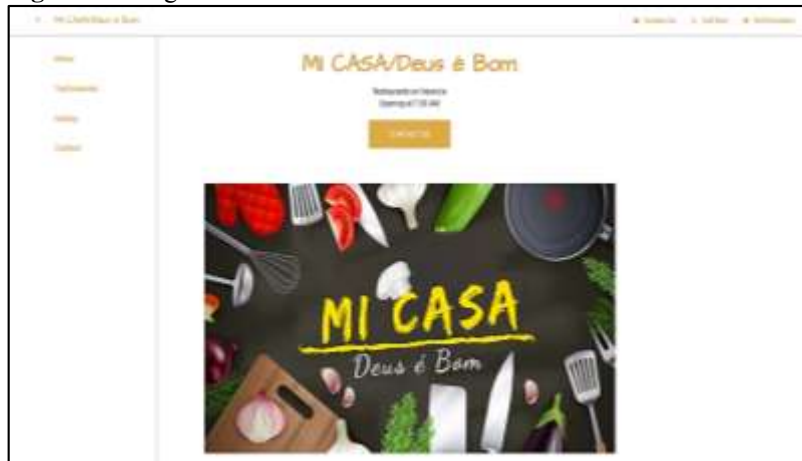
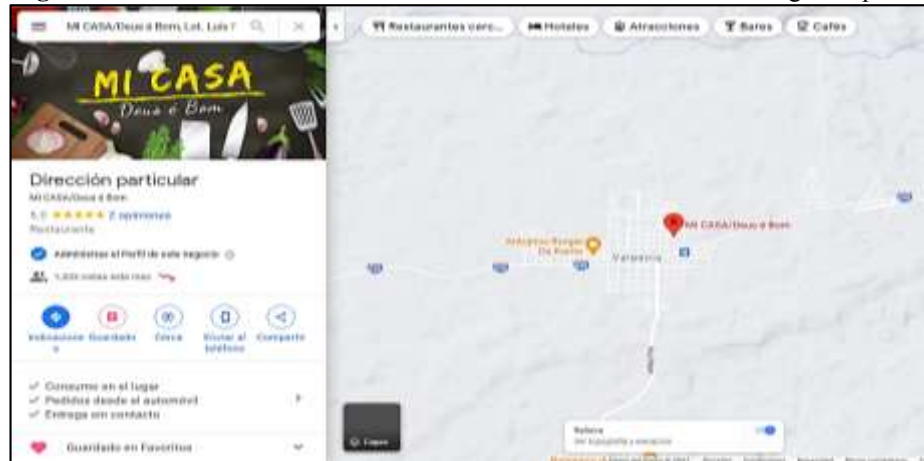


Figura 12. Página Web del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



Nota. Adaptado de Mi Casa, por Google Business, s.f. <https://mi-casadeus-e-bom.business.site/?m=true>

Figura 13. Ubicación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en Google Maps



Nota. Adaptado de [MI CASA/Deus é Bom], por Google Maps, s.f.-a <https://www.google.com/maps/dir//MI+CASA+%2FDeus+%C3%A9+Bom,+Lot.+Luis+Felipe+D%C3%ADaz+entre+calle+Camilo+Ar%C3%A9valo,+y,+Valencia,+Ecuador/@-0.9490293,79.4189392,12z/data=!3m1!4b1!4m8!4m7!1m0!1m5!1m1!1s0x91d4b55dd69ca5bf:0x59dd017a187120b3!2m2!1d-79.3488997!2d-0.9490382>. Todos los derechos reservados 2021 por Google. Adaptado con permiso del autor.

11.3.3.6. Proceso de comercialización del producto

11.3.3.6.1. Proceso de comercialización directa

- **Comercialización Directa mediante el Servicio de Entregas a Domicilio del Restaurante**, como lo observaremos en la **Figura 14**, en la que se muestra que el producto va directamente con un trabajador del Restaurante que en este caso sería el repartidor, para entregar el pedido o producto al cliente o consumidor en el lugar que se encuentre o donde lo solicite, como también lo podremos ver en el **Anexo 4**.

Figura 14. Distribución Directa a través del Servicio de Entregas a Domicilio



- **Distribución directa al consumidor**, lo podremos observar en la **Figura 15**, en que el producto va directamente a manos del consumidor final o cliente, directo del restaurante, es decir, cuando el cliente se acerca a realizar la compra al restaurante o cuando se sirve en el lugar, como también se lo puede observar en el **Anexo 5**.

Figura 15. Distribución Directa al Consumidor



11.3.3.6.2. Proceso de comercialización indirecta

Distribución indirecta al consumidor es lo que podemos ver en la **Figura 16**, en el que el producto llega indirectamente a manos del consumidor como por ejemplo por medio de las empresas de servicios de entregas a domicilio que hay en el Cantón Valencia como son: Star Express, K7, Servifast, Blue Express, Moto Express, Valencia Express, Gustavito Express, entre otras empresas que prestan sus servicios de delivery o de entregas a domicilio en el Cantón Valencia.

Figura 16. Distribución Indirecta por medio de Terceros o Servicios de Entrega



ubicación está el parque de la familia, la pista de patinaje o de bicicletas, lugares atractivos de la Lotización Luis Felipe Díaz, como también, farmacias, notarías, etc., dando a notar que es un lugar apropiado y que si habrá acogida por parte de la ciudadanía, por lo que sería rentable.

11.3.4.1.2. Disponibilidad de recursos

- **Proveedores**

Los principales lugares a los cuales se acudirán para abastecer el negocio y poder realizar el trabajo del restaurante serán en la ciudad de Quevedo para abastecerse de vegetales, materiales de envases plásticos y compras para las comidas a preparar, como también en el cantón La Maná, donde se conseguirá el arroz y demás compras necesarias para preparar los alimentos a ofrecer en el restaurante y en el Cantón Valencia dónde día a día se compraran materiales necesarios como carnes, frutas, verduras necesarias para la elaboración de los platillos a ofrecer día a día en el restaurante.

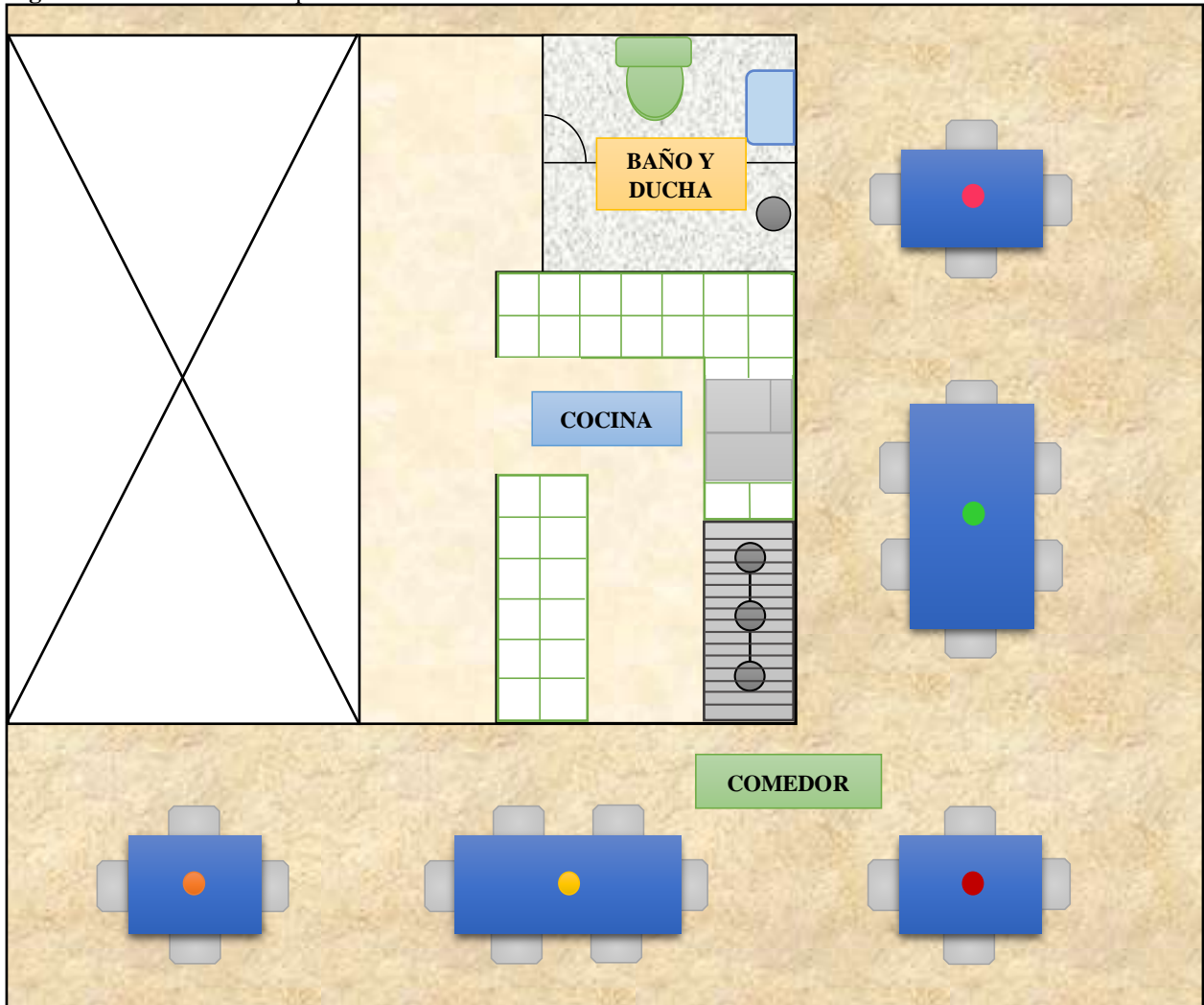
- **Disponibilidad de conexión Wi-Fi**

Hoy en día notamos la importancia de este servicio por lo que muchas personas trabajan de esa manera como es a través del internet o como también el estudiar en línea o simplemente para mantenerse comunicado con las demás personas mediante las redes sociales, es por eso que el restaurante contará con la conexión Wi-Fi para los clientes del restaurante.

- **Infraestructura**

Cómo se puede observar en la **Figura 18**, el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” contará con el área de cocina, área de baño público, área del comedor (en el que se podrán servir los alimentos los clientes), que a la vez tiene área verde por lo que es un ambiente favorable para toda persona que visite el restaurante junto a su familia y amigos.

Figura 18. Distribución de planta del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"



- **Disponibilidad de mano de obra**

La mano de obra es muy importante en todo negocio, por ser necesaria en la comercialización de los productos y servicios a ofrecer en el negocio; el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” contará con el servicio de atención vía telefónica y personalizada, servicio de entregas a domicilio y con la mano de obra necesaria.

Tabla 26. Mano de Obra necesaria del Restaurante "MI CASA/Deus é Bom"

MANO DE OBRA	DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL
Mano de Obra Directa	Ayudante (Gerente)	1	\$ 400,00
	Repartidor	1	\$ 200,00
Mano de Obra Indirecta	Cocinera	1	\$ 200,00
TOTAL		3	\$ 800,00

11.3.4.2. Organización y marco legal del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

11.3.4.2.1. Estructura de la organización

La organización del restaurante está estructurada por el área administrativa, el área operativa y el área de apoyo y soporte, como lo podemos ver a continuación:

Figura 19. Organigrama estructural del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”



11.3.4.2.2. Manual de funciones

El manual de funciones es un documento que se utiliza para orientar a los miembros del restaurante en la ejecución de su trabajo, mismos que facilitarán la evaluación de la gestión de cada uno de los miembros y así llevar un buen control interno.

Tabla 27. Funciones del Gerente

Código	01
Cargo	Gerente
Área	Administrativa
Funciones:	<p>*Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar la operatividad de los establecimientos de servicios de comida.</p> <p>*Desarrollar estrategias de mercado, implementar campañas de Publicidad y planificar eventos (promociones en bebidas y alimentos, festivales, entre otros) a los fines de aumentar el interés del público por el establecimiento.</p> <p>*Crear un ambiente agradable tanto para el disfrute de los clientes, como para el del personal.</p> <p>*Administrar el restaurante en su totalidad.</p> <p>*Comunicarse con los clientes.</p> <p>*Desempeñar actividades administrativas.</p> <p>*Establecer una red de proveedores.</p> <p>*Velar por el cumplimiento de los estándares y legislación sanitaria y de manipulación de alimentos, además de las políticas establecidas por el establecimiento.</p>
Características del Puesto:	<p>*Coordinar las operaciones diarias de gestión del restaurante.</p> <p>*Ofrecer un servicio superior de comida y bebida, y maximizar la satisfacción de los clientes.</p> <p>*Responder de forma eficiente y precisa a las quejas de los clientes.</p>
Requisitos para el puesto:	<p>*Excelentes habilidades de comunicación y liderazgo.</p> <p>*Organizado y capaz de manejar su tiempo efectivamente.</p> <p>*Capacidad analítica y para tomar decisiones, con habilidad para resolver conflictos.</p> <p>*Motivado, decidido, responsable y determinado a ofrecer el mejor servicio.</p> <p>*Fuerza física y resistencia.</p>

Tabla 28. Funciones de la Cocinera

Código	02
Cargo	Cocinera
Área	Operativa
Funciones:	<p>*Se responsabilizará del buen funcionamiento de la cocina.</p> <p>*Repartirá, organizará y dirigirá el trabajo de sus ayudantes en la preparación de los platos, supervisando de cerca el trabajo.</p> <p>*Elaborará y terminará los platos específicos de la partida de la que es responsable, poniendo esmero en la presentación y montaje de las piezas solicitadas.</p> <p>*Participará en el control de aprovisionamiento, conservación y almacenamiento de mercancías.</p> <p>*Realizará la preparación, aderezo y presentación de platos utilizando las técnicas más idóneas.</p> <p>*Colaborará en los pedidos y conservación de materias primas y productos de uso en la cocina.</p> <p>*Colabora en la planificación de menús y cartas.</p> <p>*Colabora en la gestión de costes e inventarios, así como en las compras.</p>
Características del Puesto:	<p>*Preparar comida para el servicio (p. ej. cortar verduras y carne o preparar salsas)</p> <p>*Cocinar productos del menú en cooperación con el resto del personal de cocina.</p>
Requisitos para el puesto:	<p>*Experiencia demostrable en cocina, incluyendo experiencia como cocinero de línea, cocinero de restaurante o ayudante de cocina.</p> <p>*Excelente conocimiento de diversos métodos, ingredientes, equipos y procedimientos de cocina.</p> <p>*Precisión y velocidad para ejecutar las tareas asignadas.</p> <p>*Familiaridad con las mejores prácticas del sector.</p>

Tabla 29. Funciones del Repartidor

Código	03
Cargo	Repartidor
Área	Apoyo y Soporte
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> *Entrega de pedidos cumpliendo con las especificaciones y cantidades establecidas en el envío. *Establecer la ruta más eficiente para realizar la entrega de los pedidos. *Inspeccionar los vehículos antes de su salida. *Reportar emergencias, retrasos o accidentes.
Características del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> *Movilización y entrega de pedidos a la ciudadanía. *Reparto de pedidos a domicilio a clientes. *Ser el enlace entre la empresa y los clientes.
Requisitos para el puesto:	<ul style="list-style-type: none"> *Hombre de 18 años en adelante. *Licencia de conducir. *Excelente Presentación. *Habilidades matemáticas. *Habilidades de comunicación. *Alto nivel de honestidad, integridad y confiabilidad.

Tabla 30. Funciones del Ayudante

Código	04
Cargo	Cocinera
Área	Apoyo y Soporte
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> *Limpiar, pelar y cortar las verduras. *Mantener la cocina limpia. *Ayudar en la preparación de los platos listos para servir. *Pasar platos. *Gestionar el control de los pedidos. *Guardar los alimentos en los espacios adecuados
Características del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> *Atención al cliente *Ayudante de cocina
Requisitos para el puesto:	<ul style="list-style-type: none"> *Hombre o mujer de 18 años en adelante. *Buena presencia. *Actitud flexible. *Habilidades de comunicación *Experiencia básica en cocina. *Rapidez y eficiencia.

11.3.4.2.3. Matriz FODA

Tabla 31. Matriz Estratégica FODA

MATRIZ FODA 	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ul style="list-style-type: none"> *Platos nuevos y creativos. *Precios cómodos y accesibles. *Preparación de alimentos al instante y al gusto del cliente. *Buena sazón. *Comidas saludables. *Buena atención al cliente. *Negocio digitalizado. 	<ul style="list-style-type: none"> *Ofrecer nuevos platillos a la clientela. *Promocionar el negocio *Aprovechar las circunstancias para generar más ingresos en ventas por el servicio de entregas. *Captación y fidelización de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> *Ofrecer postres como toque final, en el local. *Brindar un buen servicio y atención al cliente. *Preparar alimentos al gusto de los clientes. *Recompensar a los clientes con detalles por su fidelidad y preferencia.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> *No ser muy conocidos en el cantón. *Poco personal. *Tardar en despachar los pedidos. *Poca experiencia en preparación de platillos fuertes. 	<ul style="list-style-type: none"> *Promocionar el negocio en redes sociales. *Crear lista de reservas anticipadas. *Contratar más personal. *Instruirse en la preparación de platillos fuertes. 	<ul style="list-style-type: none"> *Realizar promociones u ofertas para generar más ventas y captar clientes. *Alianzas con otras empresas. *Promocionar platillos fuertes para fechas especiales.

11.3.4.2.4. Aspecto Legal

El Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, tiene como finalidad poder constituirse legalmente en el entorno económico, por lo que para poder hacerlo se necesita cumplir con ciertos requisitos para tener el funcionamiento normal del restaurante, para ello se debe obtener la siguiente documentación:

- Obtención del RUC del restaurante.
- Obtención de la patente municipal del restaurante.
- Obtención del permiso de funcionamiento del Distrito de Salud del cantón Valencia.
- Obtención del pago del certificado del Benemérito Cuerpo de Bomberos del cantón Valencia.

11.3.5. Estudio Económico

Para poder realizar este proyecto de la creación de un Restaurante y/o cualquier otro negocio que se desee llevar a cabo, necesitamos invertir dinero para poder obtener el resultado que pretendamos alcanzar, una vez hecho esto con el negocio puesto en marcha, podremos ver como los ingresos que dará el negocio nos permitirá recuperar la inversión realizada y finalmente conseguiremos observar las ganancias que nos reflejará y es ahí donde consideraremos la viabilidad o rentabilidad del negocio.

Para ello demostraremos los siguientes costos y gastos que producirá este negocio a continuación:

11.3.5.1. Inversión de los activos fijos

Tabla 32. Inversión Activos Fijos para la creación del Restaurante

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COCINA			
Cocina industrial	2	\$50,00	\$100,00
Refrigeradora	1	\$150,00	\$150,00
Microonda	1	\$80,00	\$80,00
Licadora	1	\$40,00	\$40,00
Batidora	1	\$10,00	\$10,00
Exprimidor Eléctrico	1	\$15,00	\$15,00
Mesas	3	\$30,00	\$90,00
SUB -TOTAL			\$485,00
MOBILIARIOS Y EQUIPOS			
Mesas (6 personas)	2	\$80,00	\$160,00
Mesas (4 personas)	3	\$25,00	\$75,00
Sillas	50	\$8,00	\$400,00
SUB -TOTAL			\$ 635,00
HERRAMIENTAS (UTENSILIOS)			
Ollas grandes	4	\$10,00	\$40,00
Ollas medianas	2	\$4,00	\$8,00
Ollas pequeñas	4	\$2,00	\$8,00
Tabla de picar grande	1	\$5,00	\$5,00
Tabla de pica mediana	3	\$3,00	\$9,00
Sartén grande	1	\$10,00	\$10,00
Sartén mediano	3	\$7,00	\$21,00
Bandejas plásticas grandes	4	\$1,50	\$6,00
Bandejas plásticas medianas	6	\$1,00	\$6,00
Bandejas plásticas pequeñas	8	\$0,50	\$4,00
Platos varios	150	\$0,30	\$45,00
Vasos	100	\$0,30	\$30,00
Tazas	70	\$0,30	\$21,00
Tachos	5	\$2,00	\$10,00
Porta cubiertos	20	\$0,30	\$6,00
Juegos de Cubiertos	10	\$6,00	\$60,00
Utensilios de cocina	15	\$2,00	\$30,00
Tanque de gas	2	\$30,00	\$60,00
Servilleteros	10	\$0,50	\$5,00
SUB-TOTAL			\$384,00
VEHÍCULO			
Moto	1	\$1.800,00	\$1.800,00
SUB-TOTAL			\$1.800,00
EQUIPOS DE OFICINA			
Celular Samsung A21s	1	\$200,00	\$200,00
SUB-TOTAL			\$200,00
TOTAL INVERSIÓN			\$3.504,00

11.3.5.2. Depreciación de activos fijos

Tabla 33. Depreciación de Activos Fijos del para el Restaurante

DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	TIEMPO VIDA UTIL	DEP. ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA (5 AÑOS)	VALOR RESIDUAL
EQUIPOS DE COCINA							
Cocina industrial	2	\$50,00	\$100,00	10	\$10,00	\$50,00	\$50,00
Refrigeradora	1	\$150,00	\$150,00	10	\$15,00	\$75,00	\$75,00
Microonda	1	\$80,00	\$80,00	10	\$8,00	\$40,00	\$40,00
Licuadaora	1	\$40,00	\$40,00	10	\$4,00	\$20,00	\$20,00
Batidora	1	\$10,00	\$10,00	5	\$2,00	\$10,00	\$0,00
Exprimidor Eléctrico	1	\$15,00	\$15,00	5	\$3,00	\$15,00	\$0,00
Mesas	3	\$30,00	\$90,00	10	\$9,00	\$45,00	\$45,00
SUB -TOTAL			\$485,00	-	\$51,00	\$255,00	\$230,00
MOBILIARIOS Y EQUIPOS							
Mesas (6 personas)	2	\$80,00	\$160,00	10	\$16,00	\$80,00	\$80,00
Mesas (4 personas)	3	\$25,00	\$75,00	10	\$7,50	\$37,50	\$37,50
Sillas	50	\$8,00	\$400,00	10	\$40,00	\$200,00	\$200,00
SUB-TOTAL			\$635,00	-	\$63,50	\$317,50	\$317,50
HERRAMIENTAS (UTENSILIOS)							
Ollas grandes	4	\$10,00	\$40,00	5	\$8,00	\$40,00	\$0,00
Ollas medianas	2	\$4,00	\$8,00	5	\$1,60	\$8,00	\$0,00
Ollas pequeñas	4	\$2,00	\$8,00	5	\$1,60	\$8,00	\$0,00
Tabla de picar grande	1	\$5,00	\$5,00	5	\$1,00	\$5,00	\$0,00
Tabla de picar mediana	3	\$3,00	\$9,00	5	\$1,80	\$9,00	\$0,00
Sartén grande	1	\$10,00	\$10,00	5	\$2,00	\$10,00	\$0,00
Sartén mediano	3	\$7,00	\$21,00	5	\$4,20	\$21,00	\$0,00
Bandeja plástica grande	4	\$1,50	\$6,00	5	\$1,20	\$6,00	\$0,00
Bandeja plástica mediana	6	\$1,00	\$6,00	5	\$1,20	\$6,00	\$0,00
Bandeja plástica pequeña	8	\$0,50	\$4,00	5	\$0,80	\$4,00	\$0,00
Platos varios	150	\$0,30	\$45,00	5	\$9,00	\$45,00	\$0,00
Vasos	100	\$0,30	\$30,00	5	\$6,00	\$30,00	\$0,00
Tazas	70	\$0,30	\$21,00	5	\$4,20	\$21,00	\$0,00
Tachos	5	\$2,00	\$10,00	5	\$2,00	\$10,00	\$0,00
Porta cubiertos	20	\$0,30	\$6,00	5	\$1,20	\$6,00	\$0,00
Juegos de Cubiertos	10	\$6,00	\$60,00	5	\$12,00	\$60,00	\$0,00
Utensilios de cocina	15	\$2,00	\$30,00	5	\$6,00	\$30,00	\$0,00
Tanque de gas	2	\$30,00	\$60,00	10	\$6,00	\$30,00	\$30,00
Servilleteros	10	\$0,50	\$5,00	5	\$1,00	\$5,00	\$0,00
SUB-TOTAL			\$384,00	-	\$70,80	\$354,00	\$30,00
VEHÍCULO							
Moto	1	\$1.800,00	\$1.800,00	10	\$180,00	\$900,00	\$900,00
SUB-TOTAL			\$1.800,00	-	\$180,00	\$900,00	\$900,00
EQUIPOS DE OFICINA							
Celular Samsung A21s	1	\$200,00	\$200,00	10	\$20,00	\$100,00	\$100,00
SUB-TOTAL			\$200,00	-	\$20,00	\$100,00	\$100,00
TOTAL INVERSIÓN			\$3.504,00	-	\$385,30	\$1.926,50	\$1.577,50

11.3.5.3. Financiamiento

El financiamiento para la ejecución del Restaurante se rige a los recursos disponibles de los propietarios del restaurante, como también con el respaldo de un crédito productivo PYMES en Ban Ecuador, por el monto de \$5.000,00 con una tasa de interés del 11,25% mensual, por el plazo de 1 año, siendo la cuota a cancelar de \$442,49 mensuales.

- **Cálculo de la Cuota de la Amortización**

FÓRMULA Y DESARROLLO:

$$A = C \frac{i/m(1 + i/m)^{nm}}{(1 + i/m)^{nm} - 1}$$

$$A = 5.000,00 \frac{0,009375(1 + 0,009375)^{12}}{(1 + 0,009375)^{12} - 1}$$

$$A = \$442,49$$

- **Cálculo de la Amortización**

Tabla 34. Tabla de Amortización

MESES	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0	-	-	-	\$5.000,00
1	\$1.339,11	\$140,63	\$1.198,48	\$3.801,52
2	\$1.339,11	\$106,92	\$1.232,19	\$2.569,32
3	\$1.339,11	\$72,26	\$1.266,85	\$1.302,48
4	\$1.339,11	\$36,63	\$1.302,48	\$0,00
TOTAL	\$5.356,44	\$356,44	\$5.000,00	-

Tabla 35. Gastos Financieros y Capital Amortizado

AÑO	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO
1	\$356,44	\$5.000,00
TOTAL	\$356,44	\$5.000,00

11.3.5.4. Plan de comercialización

Tabla 36. Plan de ventas del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	VENTA SEMANAL	VENTA ANUAL
Pan	Unidad	30	1.560
Bebida (café, jugo, té, leche)	Unidad	120	6.240
Huevo (Al gusto)	Unidad	120	6.240
Chicharrón	Porción	30	1.560
Queso	Porción	48	2.496
Tortilla de verde	Unidad	90	4.680
Bolón de queso	Unidad	90	4.680
Bolón de chicharrón	Unidad	108	5.616
Bolón Mixto	Unidad	90	4.680
Patacones	Porción	48	2.496
Desayuno completo	Unidad	36	1.872
Almuerzo completo	Unidad	150	7.800
Sopa	Unidad	18	936
Segundo (con arroz)	Unidad	48	2.496
Segundo (sin arroz)	Unidad	18	936
TOTAL VENTAS		1.092	56.784

11.3.5.5. Capital de trabajo

Tabla 37. Capital de Trabajo del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Mano de Obra	\$9.750,00
Materiales Directos	\$18.682,40
Materiales Indirectos	\$2.354,40
Servicios Básicos	\$600,00
Insumo de Limpieza	\$256,80
Gastos Generales	\$1.619,00
TOTAL VENTAS	\$33.262,60

11.3.5.6. Mano de obra directa e indirecta

El total del valor de la mano de obra para el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” asciende a un total de \$9.750,00 anuales, como se lo puede observar a continuación:

Tabla 38. Mano de Obra Directa e Indirecta del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

MANO DE OBRA	DETALLE	CANT	COSTOS MENSUAL	COSTO ANUAL	BONO ANUAL	TOTAL ANUAL
Mano de Obra Directa	Ayudante (Gerente)	1	\$400,00	\$4.800,00	\$50,00	\$4.850,00
	Repartidor	1	\$200,00	\$2.400,00	\$50,00	\$2.450,00
Mano de Obra Indirecta	Cocinera	1	\$200,00	\$2.400,00	\$50,00	\$2.450,00
TOTAL		3	\$800,00	\$9.600,00	\$150,00	\$9.750,00

11.3.5.7. Materiales e insumos

11.3.5.7.1. Materiales directos

Los Materiales Directos son los que se utilizan para la preparación de la comida, estos ascienden a un valor de **\$18.682,40 anuales**, mismos que se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 39. Costos Directos para la Producción del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO POR AÑO
Arroz	Saco – 50 Kg	36	\$16,00	\$576,00
Carne de Res	Libras	1152	\$3,00	\$3.456,00
Hígado	Libras	864	\$2,50	\$2.160,00
Carne de Cerdo	Libras	576	\$2,50	\$1.440,00
Pollo	Libras	720	\$1,00	\$720,00
Aceite	Litros	384	\$1,65	\$633,60
Papa	Libras	960	\$0,25	\$240,00
Zanahoria	Libras	384	\$1,00	\$384,00
Choclo	Unidad	480	\$0,50	\$240,00
Mantequilla	Tacho – 3 kg	48	\$10,00	\$480,00
Leche	Litros	144	\$0,90	\$129,60
Café	Kg	144	\$1,75	\$252,00
Crema de leche	Litros	288	\$1,60	\$460,80
Atún	Unidad	144	\$1,50	\$216,00
Azúcar	Kg	288	\$1,90	\$547,20
Fideo	Unidad	96	\$1,00	\$96,00
Tallarín	Unidad	96	\$1,25	\$120,00
Sal	Kg	144	\$0,80	\$115,20
Harina	Libras	96	\$1,25	\$120,00
Pescado	Libras	240	\$2,75	\$660,00
Camarón	Libras	144	\$3,00	\$432,00
Queso	Libras	480	\$2,00	\$960,00
Huevos	Cubeta (30 huevos)	96	\$3,00	\$288,00
Chuleta	Libras	180	\$2,50	\$450,00
Verde	Racimos	145	\$2,00	\$290,00
Achiote	Unidad	192	\$2,00	\$384,00
Cebolla	Libras	960	\$1,00	\$960,00
Tomate	Libras	1152	\$1,00	\$1.152,00
Pimienta	Libras	720	\$1,00	\$720,00
TOTAL MATERIALES DIRECTOS				\$18.682,40

Los Costos Directos fueron presentados de manera mensual y calculados por el periodo de 1 año.

11.3.5.7.2. Materiales indirectos

El valor de los materiales indirectos de producción para el restaurante asciende a un total de **\$2.354,40 anuales**, por lo que la cantidad calculada que se requiere es anual, como se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla 40. Costos Indirectos para la Producción del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Loncheras plásticas	Bulto (200 unidades)	96	\$11,00	\$1.056,00
Vasos #10 + tapa	Paquete (25 unidades)	72	\$0,75	\$54,00
Fundas plásticas #4	Paquete (50 unidades)	96	\$0,70	\$67,20
Fundas plásticas ½	Paquete (100 unidades)	96	\$0,50	\$48,00
Tarrina 1 Ltr.	Paquete (50 unidades)	96	\$2,50	\$240,00
Tarrina ½ Ltr.	Paquete (50 unidades)	96	\$1,65	\$158,40
Fundas 3x8	Paquete (500 unidades)	24	\$1,25	\$30,00
Fundas 5x10	Paquete (500 unidades)	24	\$2,00	\$48,00
Funda 30x36	Paquete (10 unidades)	48	\$1,50	\$72,00
Servilletas	Paquete (300 unidades)	96	\$1,30	\$124,80
Cucharas	Paquete (50 unidades)	240	\$0,50	\$120,00
Papel aluminio	Unidad	96	\$0,75	\$72,00
Gas	Unidad	96	\$2,75	\$264,00
TOTAL COSTO INDIRECTO				\$2.354,40

11.3.5.7.3. Servicios básicos

Los servicios básicos requeridos para el Restaurante ascienden a un valor de **\$600,00 anuales**, los valores de las planillas mensuales se detallan a continuación:

Tabla 41. Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	MESES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	12	\$30,00	\$360,00
Internet	12	\$20,00	\$240,00
TOTAL		\$50,00	\$600,00

11.3.5.7.4. Insumo de limpieza

Los insumos para la limpieza y desinfección del Restaurante ascienden a un valor de **\$256,80 anuales**, como se lo puede observar a continuación:

Tabla 42. Insumos de limpieza para el Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

DETALLE	CANT	VALOR	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Detergente	4	\$1,25	\$5,00	\$60,00
Cloro	16	\$0,30	\$4,80	\$57,60
Jabón líquido	1	\$2,00	\$2,00	\$24,00
Jabón para plato	12	\$0,80	\$9,60	\$115,20
TOTAL		\$4,35	\$21,40	\$256,80

11.3.5.7.5. Gastos generales

A continuación se detallan una serie de gastos generales que se producen por el funcionamiento del restaurante, mismo que tiene un valor de **\$1.619,00 anuales**, como se lo puede observar a continuación:

Tabla 43. Gastos Generales del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
Pago patente municipal	1	\$25,00	\$25,00
Pago bomberos	1	\$20,00	\$20,00
RUC (Mensualidad)	12	\$7,00	\$84,00
Botiquín de Primeros Auxilios	1	\$25,00	\$25,00
Extintor	1	\$25,00	\$25,00
Gasolina	288	\$5,00	\$1.440,00
TOTAL		\$107,00	\$1.619,00

11.3.5.8. Egresos

Los Costos Totales o Egresos calculados por la suma de los Costos Fijos y los Costos Variables dieron un valor total de **\$ 33.262,60** al año, como se observa a continuación:

Tabla 44. Costos Totales o Egresos

DETALLE	COSTO USD
Costo Fijo	\$11.625,80
Costo Variable	\$21.636,80
TOTAL EGRESOS	\$33.262,60

11.3.5.8.1. Costos fijos

Según los cálculos que se han efectuado se puede verificar que los costos fijos para el proyecto tiene un valor de **\$11.625,80** como se lo observa en la siguiente tabla:

Tabla 45. Costos Fijos

DETALLE	COSTO USD
Mano de Obra Directa e Indirecta	\$9.750,00
Insumos de Limpieza	\$256,80
Gastos Generales	\$1.619,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$11.625,80

11.3.5.8.2. Costos variables

De acuerdo a los cálculos efectuados se puede observar que los costos variables para el proyecto tiene un valor de **\$21.636,80** como se lo puede apreciar a continuación:

Tabla 46. Costos Variables

DETALLE	COSTO USD
Materiales Directos	\$18.682,40
Materiales Indirectos	\$2.354,40
Servicios Básicos	\$600,00
TOTAL	\$21.636,80

11.3.5.9. Ingresos

Los ingresos anuales que se espera obtener según la prueba que se ha ejecutado muestra que contaremos con un ingreso de **\$ 75.348,00** anuales, mismos que se estimó un incremento de la demanda del 2% en los años siguientes como se lo mostrará en el Estado de Resultados.

Tabla 47. Precio de venta en USD

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	CANTIDAD DE VENTAS ANUALES	INGRESO TOTAL
Pan	\$0,50	1.560	\$780,00
Bebida	\$0,50	6.240	\$3.120,00
Huevo	\$0,50	6.240	\$3.120,00
Chicharrón	\$0,50	1.560	\$780,00
Queso	\$0,50	2.496	\$1.248,00
Tortilla de verde	\$0,50	4.680	\$2.340,00
Bolón de queso	\$1,00	4.680	\$4.680,00
Bolón de chicharrón	\$1,00	5.616	\$5.616,00
Bolón Mixto	\$1,50	4.680	\$7.020,00
Tigrillo	\$1,75	2.496	\$4.368,00
Patacones	\$1,50	2.496	\$3.744,00
Desayuno completo	\$3,00	1.872	\$5.616,00
Almuerzo completo	\$3,00	7.800	\$23.400,00
Sopa	\$1,50	936	\$1.404,00
Segundo (con arroz)	\$2,50	2.496	\$6.240,00
Segundo (sin arroz)	\$2,00	936	\$1.872,00
TOTAL		56.784	\$75.348,00

11.3.5.10. Punto de Equilibrio

De acuerdo a los cálculos realizados el punto de equilibrio para la comercialización de los productos ofrecidos en el restaurante es de **\$16.309,09** dividiendo este valor con la cantidad que se planea vender al año que son **56.784** productos diferentes, nos da como resultado un valor o precio unitario de **\$0,29** para no tener pérdidas ni ganancias, teniendo en cuenta que si el valor de precio unitario es mayor a este, se obtendrán ganancias líquidas, por lo que se presenta el cálculo del punto de equilibrio a continuación:

Tabla 48. Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN	NOMENCLATURA	VALOR USD
Costos Fijos	(CF)	\$11.625,80
Costos Variables	(CV)	\$21.636,80
Ventas	(V)	\$75.348,00
Punto de Equilibrio	(PE)	\$16.309,09
Unidades Producidas		56.784
Punto de Equilibrio Unitario	(PEU)	\$ 0,29

- **Cálculo del Punto de Equilibrio**

FÓRMULA Y DESARROLLO:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PE = \frac{11.625,80}{0.712841747}$$

$$PE = \$16.309,09$$

- **Cálculo del Punto de Equilibrio Unitario**

FÓRMULA Y DESARROLLO:

$$PEU = \frac{PE}{Unidades Producidas}$$

$$PEU = \frac{\$16.309,09}{56.784}$$

$$PEU = \$0,29$$

11.3.5.11. Estado de Resultados

El Estado de Resultados proyectado a 5 años, nos muestra una Utilidad Neta de **\$27.66,30** para el año 1 (2021), teniendo en cuenta que se planea mantener los precios de los productos que se han detallado anteriormente, en la que se proyecta una incrementación del **2%** a los ingresos anualmente ya que se espera tener mucha más demanda para los siguientes años, como también debido a la inflación y a la variación de precios se estimó un incremento del **1,05%** a los costos o egresos anualmente, como se lo puede observar a continuación:

Tabla 49. Estado de Resultados Proyectado

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Ingreso por Ventas	\$75.348,00	\$76.854,96	\$78.361,92	\$79.868,88	\$81.375,84
(-) Egresos	\$33.262,60	\$33.611,86	\$33.961,11	\$34.310,37	\$34.659,63
(=) Utilidad Marginal	\$42.085,40	\$43.243,10	\$44.400,81	\$45.558,51	\$46.716,21
(-) Gastos Financieros	\$356,44	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) Utilidad Bruta	\$41.728,96	\$43.243,10	\$44.400,81	\$45.558,51	\$46.716,21
(-) Part. Trab. (15%)	\$6.259,34	\$6.486,47	\$6.660,12	\$6.833,78	\$7.007,43
(=) Utilidad antes de Imp.	\$35.469,62	\$36.756,64	\$37.740,68	\$38.724,73	\$39.708,78
(-) Imp. a la Renta (22%)	\$7.803,32	\$8.086,46	\$8.302,95	\$8.519,44	\$8.735,93
(=) Utilidad Neta	\$27.666,30	\$28.670,18	\$29.437,73	\$30.205,29	\$30.972,85

11.3.6. Estudio Financiero

11.3.6.1. Flujo de caja

El Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” presenta el siguiente flujo de caja neto para la ejecución del proyecto planteado, mismo que está proyectado a **5 años**, mostrando en el **año 0** las inversiones realizadas juntamente con el capital de trabajo como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 50. Flujo de Caja

CUENTAS	0	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos		\$75.348,00	\$76.854,96	\$78.361,92	\$79.868,88	\$81.375,84
Costos Fijos		\$11.625,80	\$11.747,87	\$11.869,94	\$11.992,01	\$12.114,08
Costos Variables		\$21.636,80	\$21.863,99	\$22.091,17	\$22.318,36	\$22.545,55
Gastos Financieros		\$356,44	\$ 0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Dep. de Activos Fijos		\$385,30	\$ 385,30	\$385,30	\$385,30	\$385,30
Valor en Libros		\$34.004,34	\$33.997,16	\$34.346,41	\$34.695,67	\$35.044,93
Utilidad ant. de Imp.		\$41.343,66	\$42.857,80	\$44.015,51	\$45.173,21	\$46.330,91
Imp. a la Renta (22%)		\$7.803,32	\$8.086,46	\$8.302,95	\$8.519,44	\$8.735,93
Part. Trabajadores		\$6.259,34	\$6.486,47	\$6.660,12	\$6.833,78	\$7.007,43
Utilidad Neta		\$27.281,00	\$28.284,88	\$29.052,43	\$29.819,99	\$30.587,55
Dep. de Activo Fijo		\$385,30	\$385,30	\$385,30	\$385,30	\$385,30
Valor en Libros		\$27.666,30	\$28.670,18	\$29.437,73	\$30.205,29	\$30.972,85
Capital de Trabajo	\$33.262,60					
Inversión Fija	\$3.504,00					
Financiamiento	\$5.000,00					
Amortización Financiera		\$5.000,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor de Desecho						\$1.577,50
FLUJO DE CAJA	-\$31.766,60	\$22.666,30	\$28.670,18	\$29.437,73	\$30.205,29	\$32.550,35

11.3.6.2. Cálculo del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y la Relación Costo-Beneficio

Para este punto se ha calculado mediante la plataforma de Excel y las fórmulas que nos brinda, el **Valor Actual Neto (VAN)**, mismo que nos dio un valor de **\$71.853,18**, se calculó la **Tasa Interna de Retorno (TIR)**, lo que nos muestra que nuestra tasa de retorno es del **78%**, y la **Relación Costo-Beneficio** del proyecto con el **3,36**, lo que nos muestra que es un proyecto totalmente rentable y que totalmente factible la idea de negocio.

Tabla 51. Cálculo del VAN, TIR y la Relación Costo-Beneficio del proyecto

PERIODO	FLUJO DE CAJA	DESCUENTO 0,113	VALOR ACTUAL
0	-\$31.766,60		-\$31.766,60
1	\$22.666,30	1,113	\$20.365,05
2	\$28.670,18	1,238769	\$23.144,09
3	\$29.437,73	1,378749897	\$21.351,03
4	\$30.205,29	1,534548635	\$19.683,50
5	\$32.550,35	1,707952631	\$19.058,11
TOTAL FLUJOS NETOS			\$103.601,78
VALOR ACTUAL NETO			\$71.835,18
TASA INTERNA DE RETORNO			78%
RELACIÓN COSTO-BENEFICIO			3,26

11.3.6.2.1. Cálculo del periodo del retorno de la inversión

Al realizar el cálculo del retorno de la inversión, se obtuvo como resultado que la realizada inversión retornará en el periodo de 1 año, 6 meses y 22 días como lo vemos a continuación:

Tabla 52. Periodo del Retorno de la Inversión

FLUJO DE FINANCIAMIENTO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA NETO	-\$31.766,60	\$22.666,30	\$28.670,18	\$29.437,73	\$30.205,29	\$32.550,35
VALOR REAL ACUMULADO	-\$31.766,60	\$20.366,05	\$23.144,09	\$21.351,03	\$19.683,50	\$19.058,11
PERIODO DE RECUPERACIÓN	A+B/C					
A= Periodo del último flujo negativo	0					
B= Valor del último flujo negativo	\$31.766,60					
C= Valor del flujo siguiente	\$20.366,05					
PRI	1,56					
1	0,56					
MESES	6,72					
6	0,72					
DÍAS	21,52					
1 AÑO 6 MESES Y 22 DÍAS						

12. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO

El presupuesto para el desarrollo del presente proyecto de investigación sobre la elaboración de un plan de negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia, Provincia de Los Ríos, se determina en la siguiente tabla interpretado en 2 ciclos académicos como es el periodo noviembre 2020 – marzo 2021, como el Primer Semestre y abril – agosto 2021, como el Segundo Semestre

Tabla 53. Presupuesto del proyecto

ACTIVIDADES	CICLO ACADÉMICO	
	I SEMESTRE	II SEMESTRE
Internet (mensualidad)	\$100,00	\$100,00
Impresiones	\$50,00	\$50,00
Anillado	\$0,00	\$3,00
Gasto de Transporte	\$25,00	\$25,00
Gasto de Sustentación Titulación	\$0,00	\$75,00
SUB-TOTAL	\$175,00	\$253,00
SUB-TOTALES	\$428,00	
IMPREVISTOS (10%)	\$42,80	
TOTALES	\$470,80	

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1. Conclusiones

El proyecto de elaboración de un Plan de Negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, se sustentó a través de una investigación detallada para conocer los datos y cifras reales para la construcción de los estudios necesarios y las demás investigaciones que fueron de gran importancia para conocer la rentabilidad y viabilidad de este proyecto, por lo cual concluimos con lo siguiente:

- Al realizar el estudio de mercado se pudo observar que existe alto nivel tanto de la demanda como el de las ofertas de restaurantes en el Cantón Valencia, pero que aún con toda la oferta disponible que hay se puede estimar mediante el estudio realizado que se tendrá una gran acogida por parte de los ciudadanos del Cantón Valencia, demostrando mediante la encuesta aplicada que los ciudadanos de Valencia están en busca de nuevos restaurantes que oferten nuevos gustos a su paladar y un buen servicio.
- En el estudio técnico se contempló todos los recursos necesarios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” el cantón Valencia, provincia de Los Ríos, en el cual se analizó la ubicación adecuada del restaurante, la infraestructura y la instalación requerida para obtener un restaurante de calidad, su organización y los aspectos legales.
- El estudio económico permitió determinar que los costos totales para la producción del restaurante cuenta con una utilidad líquida de \$ **27.666,30** en el primer año obteniendo así un VAN de \$ **71.835,18** con una tasa del **11,3%** de descuento; además se obtuvo un resultado en la TIR del **78%**, estos valores evidencian la viabilidad de la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom” el cantón Valencia, provincia de Los Ríos.
- El estudio del presente proyecto dio como resultado mediante todos los parámetros realizados tanto económicos como financieros resultados positivos, siendo así un proyecto totalmente viable, esto lo podemos observar en los cálculos realizados como en la recuperación del proyecto a partir del segundo año en adelante.

13.2. Recomendaciones

En el presente proyecto de elaboración de un Plan de Negocios para la creación del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”, recomendamos lo siguiente

- Al realizar el estudio de mercado se observó una oferta alta en el cantón Valencia, por lo que se recomienda buscar más formas de llegar al cliente y poder capturarlo o fidelizarlo realizando promociones u ofertas, mismas que ayuden a conseguir más clientela para el Restaurante.
- Al momento de ejecutar este estudio técnico, se recomienda contar con todos los requerimientos para una mejor producción y comercialización, es importante que la persona tenga un constante análisis de su situación financiera para tener una mejor administración de sus recursos con el fin de que los gastos del proceso no afecten al desarrollo de las otras actividades de la empresa.
- Para el estudio económico, se recomienda contratar un administrador de empresas o un licenciado en comercio, para así poder tener una mejor administración de recursos y de funcionamiento del restaurante “MI CASA/Deus é Bom” en el cantón Valencia, provincia de Los Ríos.
- Elaborar un plan de negocio, antes de iniciar un negocio, con el fin de poder ver los resultados que se extraigan de la investigación y poder decidir si nos arriesgamos a invertir o no en la idea del negocio, ya que los planes de negocios son investigaciones de gran importancia para conocer la rentabilidad y viabilidad de un negocio.

14. REFERENCIAS

14.1. Referencias Bibliográficas de Diccionarios

- De Conceptos.com. (s.f.). Plan. En DeConceptos.com. Recuperado el 16 de abril de 2021, de <https://deconceptos.com/general/plan>
- Real Academia Española. (s.f.-a). Plan. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 17 de abril de 2021, de <https://dle.rae.es/plan?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.-b). Negocio. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 17 de abril de 2021, de <https://dle.rae.es/negocio?m=form>

14.2. Referencias Bibliográficas de Libros

- Bangs, D. H. (1998). El Plan de Negocios: guía completa para definir tu producto, servicio, mercado y financiamiento. Upstart Publishing Company.
- Balanko-Dickson, G. (2008). Cómo preparar un Plan de Negocios Exitoso. McGraw-Hill Interamericana.
- Belmonte Vargas, A. (2014). Marketing y Plan de Negocios de una Microempresa. ADGD0210. IC Editorial.
- García Prado, E. (2019). Lanzamiento de Productos y Servicios. Ediciones Paraninfo S.A.
- Luna González, A. (2016). Plan estratégico de negocios. Grupo Editorial Patria.
- Moreno Castro, T. F. (2016). Emprendimiento y Plan de Negocio. RIL Editores.
- Moyano Castillejo, L. E. (2015). Plan de Negocios. Editorial Macro.
- Pedraza Rendón, O. H. (2014). Modelo del Plan de Negocios para la Micro y Pequeña Empresa. Grupo Editorial Patria.
- Romero Hidalgo, O., Hidalgo Sánchez, A. y Correa Guaicha, H. (2018). Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio. Ediciones UTMACH.
- Stettinius, W., Wood, D.R. Jr., Doyle, J. L., y Colley, J. L. Jr. (2009). Plan de Negocio. Cómo diseñarlo e implementarlo. Todos los pasos desde el diseño hasta la puesta en marcha y revisión. PROFIT Editorial.
- Vara-Horna, A. A. (2012). Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales. USMP. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos.
- Viniegra, S. (2007). Entendiendo el Plan de Negocios. Una herramienta para entender mejor la importancia del plan de negocios en la actualidad. Lulu.com
- Zorita Lloreda, E. (2015). Plan de negocio. ESIC Editorial.

14.3. Referencias Bibliográficas de Revistas

- Andía Valencia, W. y Paucara Pinto, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. Industrial Data. Revista de Investigación, 16(1), 80-84. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>

14.4. Referencias Bibliográficas de Tesis

- Angulo Dávila, C. A. (2017). Plan de Negocios para la creación de un Restaurante Temático en la ciudad de Quito. [Tesis de maestría, Universidad de Las Américas]. <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8412/4/UDLA-EC-TMAEF-2018-02.pdf>
- García Puertas, C. K. (2015). Plan de negocio para la creación de un Restaurante de comida a base de productos orgánicos en la parroquia Ayacucho de la ciudad de Guayaquil. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Saliesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9957/1/UPS-GT000982.pdf>
- Quinteros Vaca, N. M. (2012). Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Microempresa que se dedique a la Producción y Comercialización de Mermeladas en la Provincia de Imbabura. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. 1Library.Co - Plataforma para compartir documentos.

14.5. Referencias Bibliográficas de la Web

- Facebook. (s.f.). Mi Casa. <https://www.facebook.com/mi.casa.SEGA/>
- Google. (s.f.-a). [MI CASA/Deus é Bom]. Recuperado el 26 de enero del 2021 de <https://www.google.com/maps/dir//MI+CASA%2FDeus+%C3%A9+Bom,+Lot.+Luis+Felipe+D%C3%ADaz+entre+calles+Camilo+Ar%C3%A9valo,+y,+Valencia,+Ecuador/@-0.9490293,79.4189392,12z/data=!3m1!4b1!4m8!4m7!1m0!1m5!1m1!1s0x91d4b55dd69ca5bf:0x59dd017a187120b3!2m2!1d-79.3488997!2d0.9490382>
- Google. (s.f.-b). [MI CASA/Deus é Bom]. Recuperado el 26 de enero del 2021 de <https://www.google.com/maps/place/MI+CASA%2FDeus+%C3%A9+Bom/@-0.9504602,-79.3489581,18z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x59dd017a187120b3!8m2!3d-0.9490382!4d-79.3488997>
- Google. (s.f.). Mi Casa. <https://mi-casadeus-e-bom.business.site/?m=true>
- Instagram. (s.f.). Mi Casa. <https://www.instagram.com/mi.casa.sega/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.-a). Proyecciones Poblacionales. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.-b). Información Histórica. Hoteles, Restaurantes y Servicios. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

- Ucha, F. (noviembre, 2008-a). Definición de Plan. Definición ABC.
<https://www.definicionabc.com/general/plan.php>
- Ucha, F. (junio, 2009-b). Definición de Negocio. Definición ABC.
<https://www.definicionabc.com/economia/negocio.php>

15. ANEXOS

Anexo 1. Hoja de vida del Docente Tutor

HOJA DE VIDA



DATOS PERSONALES

Apellidos: Cabrera Toscano
Nombres: Eduardo Fabricio
Estado Civil: Casado
Cédula de identidad: 1712317195
Número de cargas familiares: 4
Lugar y fecha de nacimiento: Valencia 01 de enero de 1974
Nacionalidad: Ecuatoriano
Dirección domiciliaria: Cantón Valencia
Teléfono: 0989551671
Correo institucional: eduardo.cabrera7195@utc.edu.ec

TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TÍTULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO EN LA SENESCYT	CÓDIGO DE REGISTRO
TERCER	Ingeniero en Marketing y Comercio Internacional	12 de noviembre del 2011	1014-11-1097426
CUARTO	Magister en Administración de Empresas	15 de febrero del 2017	1014-2017-1799117

HISTORIAL PROFESIONAL

UNIDAD ACADÉMICA EN LA QUE LABORA: UTC – Ciencias Administrativas y Humanísticas

CARRERA A LA QUE PERTENECE: Ingeniería Comercial

ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA: Comercio y administración

Anexo 2. Hoja de vida de la Investigadora

CURRICULUM VITAE



INFORMACION PERSONAL

Nombres y Apellidos: Génesis Andrea Sánchez Estrella

Cédula de Identidad: 050425797-3

Lugar y fecha de nacimiento: Valencia 02/09/1998

Estado Civil: Soltera

Teléfono: 0993652371

Correo electrónico: genniandrea.31@gmail.com/gean.1998@outlook.es

ESTUDIOS REALIZADOS

Primer Nivel: Unidad Educativa “Victor Manuel Rendón”

Segundo Nivel: Academia Artesanal “Humberto Valdéz Borja”
Unidad Educativa “Enrique Ponce Luque”

Tercer Nivel: Universidad Técnica de Cotopaxi – Extensión La Maná (Actualmente cursando 9° Ciclo de la carrera de Licenciatura en Comercio).

TÍTULOS

Título Artesanal en Corte y Confección y Bordado

Título Bachiller en Contabilidad

IDIOMAS

Español (nativo)

Anexo 3. Cuestionario de la encuesta a aplicar



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI-EXTENSIÓN “LA MANÁ”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS-CARRERA DE LICENCIATURA EN COMERCIO
PERIODO ACADÉMICO: ABRIL – AGOSTO 2021
CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS DIRIGIDA LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN VALENCIA

TEMA DE INVESTIGACIÓN: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI CASA/DEUS É BOM”, EN EL CANTÓN VALENCIA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021.

OBJETIVO: Realizar una encuesta para conocer las preferencias de los clientes con respecto a los productos y servicios que esperan obtener del Restaurante “MI CASA/Deus é Bom”

COMPROMISO: El responsable de la aplicación de la encuesta, se compromete a guardar absoluta discreción de la información obtenida, por tal motivo solicitamos de la manera más comedida su cooperación y responda las siguientes preguntas de la manera más verídica posible.

INDICACIONES: Seleccione con una X, según como creyere conveniente y con la mayor sinceridad, tomando en cuenta la siguiente escala.

N	PREGUNTAS	RESPUESTAS				
		FEMENINO		MASCULINO		
1	Seleccione su género					
2	Seleccione su edad	18 – 25 AÑOS	26 – 35 AÑOS	36 – 45 AÑOS	46 – 55 AÑOS	56 – 75 AÑOS
3	Seleccione el número de integrantes de su familia	1 PERSONA	2 A 3 PERSONAS	4 A 5 PERSONAS	6 A 7 PERSONAS	8 A 9 PERSONAS
4	Seleccione su ocupación actual	ESTUDIANTE	EMPLEADO	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	QUEHACERES DOMÉSTICOS	
5	¿Considera que es necesario comer fuera de casa?	SI			NO	
6	¿Con qué frecuencia acude a servirse a un restaurante?	SIEMPRE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	POCO	NUNCA
7	¿Suele acudir a restaurantes en familia?	SIEMPRE	FRECUENTEMENTE	REGULARMENTE	POCO	NUNCA
8	Elija una opción ¿qué aspecto considera importante para acudir a un restaurante?	AMBIENTE	PRESENTACIÓN DEL PLATO	SAZÓN	PRECIO	ATENCIÓN
9	Cuando se sirve alimentos fuera de casa ¿qué comida consume con más frecuencia?	DESAYUNO	DESAYUNO Y ALMUERZO	ALMUERZO	MERIENDA	DESAYUNO-ALMUERZO Y MERIENDA

10	¿Qué tipo de comida prefiere servirse fuera de casa para el almuerzo?	MARISCOS	ASADOS	COMIDA CHINA	ALMUERZOS COMPLETOS	ALMUERZOS LIGHT
11	¿Está usted de acuerdo que el restaurante realice envíos a domicilio?	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	
12	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un desayuno?	\$ 2,00	\$ 2,50	\$ 3,00	\$ 3,50	\$ 4,00
13	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo?	\$ 2,50	\$ 3,00	\$ 3,50	\$ 4,00	
14	¿Cuál considera que deba ser la tarifa a pagar por el servicio de entrega a domicilio?	GRATIS	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 1,50	
15	¿Cuáles son los medios publicitarios que llamen más su atención para acudir a un restaurante?	REDES SOCIALES	PROPAGANDA	VOLANTES	RADIO	TELEVISIÓN
16	¿Mediante qué medio preferiría ser atendido?	VÍA TELEFÓNICA	WHATSAPP	FACEBOOK	INSTAGRAM	PERSONAL
17	¿Considera importante que el restaurante cuente con conexión Wi-Fi?	SI		NO		
18	¿Le gustaría que se creara un nuevo restaurante en el Cantón Valencia?	SI		NO		

Gracias por su colaboración

Anexo 4. Proceso de comercialización Directa (Entrega de Alimentos a Domicilio)



Anexo 5. Distribución Directa al Consumidor



Anexo 6. Distribución Indirecta por medio del Servicio de K7 Moto Móvil



Anexo 7. Validación #1 de encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia.

La Maná, 16 de julio del 2021

Lcdo. Mg.

Medina López Enry Gutember

Docente de la Carrera de Licenciatura en Comercio – Extensión La Maná

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Yo, Sánchez Estrella Génesis Andrea con C.I: 050425797-3, me dirijo a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle a que me ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI CASA/DEUS É BOM”, EN EL CANTÓN VALENCIA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021” previo a la obtención del Título de Licenciatura en comercio.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Sánchez Estrella Génesis Andrea

Autora del proyecto**Adjunto:** Encuesta – Matriz de validación

VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de la redacción	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa

Observaciones

Validado por:

Lcdo. Enry Gutember Medina López Mg.

Firma:



Fecha: 16 de julio del 2021

Anexo 8. Validación #2 de encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Valencia.

La Maná, 16 de julio del 2021

Sra.

Estrella García Genoveva María

Propietaria de la Empresa de Servicios de Entregas a Domicilio – Star Express Valencia

Presente

De mi consideración:

Yo, Sánchez Estrella Génesis Andrea con C.I: 050425797-3, me dirijo a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle a que me ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “MI CASA/DEUS É BOM”, EN EL CANTÓN VALENCIA, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2021” previo a la obtención del Título de Licenciatura en comercio.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Sánchez Estrella Génesis Andrea

Autora del proyecto**Adjunto:** Encuesta – Matriz de validación

VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de la redacción	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

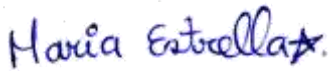
Apreciación cualitativa

Observaciones

Validado por:

Sra. Estrella García Genoveva María

Firma:



Fecha: 16 de julio del 2021

Anexo 9. Evidencia de Trabajo de Campo

- Aplicación de las encuestas a los ciudadanos del Cantón Valencia













Anexo 10. Informe de la plataforma Urkund






Document Information

Analyzed document	PROYECTO FINAL GENESIS SANCHEZ ESTRELLA CORREGIDO URKUND.docx(D110986362)
Submitted	8/4/2021 3:53:00 PM
Submitted by	Fernando
Submitter email	mario.navarrete4890@utc.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	mario.navarrete4890.utc@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / WORD- PICO PRADO KEVIN FERNANDO.docx Document WORD- PICO PRADO KEVIN FERNANDO.docx (D97868244) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.urkund.com	 1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / WORD-PICO PRADO KEVIN FERNANDO.docx Document WORD-PICO PRADO KEVIN FERNANDO.docx (D97672241) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.urkund.com	 8
SA	TESIS CASI LISTA.docx Document TESIS CASI LISTA.docx (D11315140)	 2
W	URL: https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/4436/1/T-UTEQ-0161.pdf Fetched: 5/19/2021 5:32:57 PM	 1
SA	TESIS_DAYSI GOMEZ PEREIRA (1).docx Document TESIS_DAYSI GOMEZ PEREIRA (1).docx (D103192614)	 3
W	URL: https://www.definicionabc.com/general/plan.php Fetched: 8/4/2021 3:54:00 PM	 1
W	URL: https://www.definicionabc.com/economia/negocio.php Fetched: 8/4/2021 3:54:00 PM	 1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / TESIS FINAL ALMACHI Y SIGCHA.docx Document TESIS FINAL ALMACHI Y SIGCHA.docx (D97657942) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.urkund.com	 2
W	URL: https://docplayer.es/amp/180282503-Universidad-nacional-de-loja-area-juridica-social-y-administrativa-carrera-de-administracion-de-empresas-titulo.html Fetched: 7/24/2020 2:36:50 AM	 1
W	URL: http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7434/1/UTC-PIM-000323.pdf Fetched: 7/3/2021 5:12:47 AM	 3

Curiginal

W	Fetches: 8/4/2021 3:54:00 PM	 2
W	URL: http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6633/1/PIUPADMA0018-2017.pdf Fetches: 12/3/2020 3:34:24 AM	 2
W	URL: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009 Fetches: 8/4/2021 3:54:00 PM	 1