



Instituto Tecnológico Superior

“Los Andes”

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANT DE COMIDAS TÍPICAS EN LA CIUDAD DE
ALAMOR AÑO 2016.**

**INFORME FINAL DE TESIS PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN MERCADOTECNIA.**

AUTORA:

PAULINA ANABEL ELIZALDE MENDOZA

DIRECTOR:

LIC. MARCIA VERONICA BAUTISTA HURTADO

LOJA –ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Lic.

Marcia Bautista

DOCENTE DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “LOS ANDES”

C E R T I F I C O:

Haber asesorado, revisado, orientado en todas sus partes el desarrollo de la tesis titulada: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANT DE COMIDAS TÍPICAS EN LA CIUDAD DE ALAMOR AÑO 2016**, realizada por la estudiante, Paulina Anabel Elizalde Mendoza, egresada de la carrera de mercadotecnia, la misma que cumple con todos los requisitos de enfoque fondo y forma exigidos por el Instituto Tecnológico Superior “Los Andes”, por lo que autorizo a la postulante la correspondiente presentación y defensa del mismo.

Atentamente

Abril - Agosto del 2016

Lic. Marcia Bautista Hurtado

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Paulina Anabel Elizalde Mendoza, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente al Instituto Tecnológico Los Andes y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Tecnológico Los Andes, la Publicación de mi tesis en el repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Paulina Anabel Elizalde Mendoza

Agosto del 2016

DEDICATORIA

El presente trabajo quiero dedicarlo principalmente a Dios que me ha brindado la fuerza y sabiduría necesaria para cumplir este tan anhelado sueño.

A mi amado esposo por su apoyo incondicional, a mis padres por ser el pilar fundamental en mi vida y quienes siempre con una palabra de aliento me han impulsado a seguir para no desmayar en este difícil caminar, en general a toda mi bella familia por estar siempre cuando más los he necesitado, a todos ellos va dedicado este trabajo.

Paulina Anabel Elizalde Mendoza

AGRADECIMIENTO

Es la ocasión propicia para extender mi agradecimiento a cada uno de los docentes e integrantes de esta noble institución como lo es el Instituto Tecnológico los Andes, que trabajan día a día brindando sus conocimientos a los alumnos que formamos parte de esta institución.

También quiero agradecer a la Ing. Mariel Minga ya que ha sido una de las mejores maestras dentro de la institución que ha sabido inculcar en nosotros valores que nos han servido mucho en nuestra vida personal y laboral, así también agradecer a cada maestro que formo parte de nuestro trayecto educativo dentro de este Instituto ya que gracias a cada uno de ellos estoy a punto de alcanzar tan anhelado sueño “mi graduación”, ellos que con su paciencia han sabido soportarnos en cada clase.

Agradezco especialmente a la Directora Doc. Marleni Mendieta porque ha sabido comprender y ayudarme de la mejor manera para llegar hasta aquí, también mi agradecimiento va dirigido a la Lic. Marcia Bautista, Directora de tesis quien con toda la paciencia, sacrificio y entrega ha sabido guiarme en la elaboración del presente trabajo, fruto de mi dedicación y amor a este proyecto final de tesis, que me ha costado mucho pero al fin lo logre.

Paulina Anabel Elizalde Mendoza

RESUMEN.

Ecuador al ser un país multicultural y sumamente productivo, ofrece maravillosas diversidades en cada rincón de cada provincia y de cada cantón.

Por lo tanto en la actualidad los ministerios de estado han impulsado mucho el Turismo a nivel nacional, y como parte del turismo se ha pensado en este proyecto la elaboración de comidas típicas ya que son representativas en muchos aspectos tanto para la producción como en la diversidad cultural de cada lugar a nivel nacional.

El cantón Puyango posee una variedad de lugares turísticos, mismos que son visitados tanto por turistas nacionales como extranjeros, pero lamentablemente no ha existido un lugar que complemente la visita permitiendo que deleiten su paladar disfrutando de las delicias que ofrece este bello cantón.

Es así que la Creación de un Restaurant de Comidas Típicas, nació de la idea de dar a conocer las delicias que representan a nuestro cantón y además de la necesidad que exista un lugar que brinde la acogida a nacionales y extranjeros porque en la actualidad no hay un lugar con las características que deseamos implantar en este bello cantón.

Este es un sueño que ha nacido de una necesidad pero que se pondrá en marcha con el apoyo de cada uno de los Puyanguenses y visitantes.

ABSTRACT.

Ecuador being a multicultural and highly productive country, offers wonderful diversities in every corner of each province and each canton.

Therefore, at present the ministries of state have greatly promoted tourism at the national level, and as part of tourism this project has been designed to produce typical foods as they are representative in many respects for both production and diversity Cultural development of each place at the national level.

The Puyango canton has a variety of tourist sites, which are visited by both domestic and foreign tourists but unfortunately there has been a place that complements the visit allowing you to delight your palate enjoying the delights offered by this beautiful canton.

It is thus that the Creation of a Restaurant of Typical Meals, was born from the idea of giving to know the delights that represent our corner and besides the necessity that there is a place that offers the welcome to nationals and foreigners because at the present time there is no A place with the characteristics that we want to implant in this beautiful canton.

This is a dream that was born of a need but that will be launched with the support of each of the Puyanguenses and visitors.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
ÍNDICE	VIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
HISTORIA DEL CANTÓN PUYANGO	2
INFORMACIÓN GENERAL:.....	3
PRODUCCIÓN.....	3
VÍAS DE COMUNICACIÓN.....	4
FIESTAS CÍVICAS Y RELIGIOSAS	4
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	4
GASTRONOMÍA	5
1.1 MISIÓN:	8
1.2 VISIÓN:.....	9
1.3 VALORES:	9
1.4 PRINCIPIO:	9

CAPÍTULO II	10
2.1 MÉTODOS	10
2.2 TECNICAS	12
2.3 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	12
CAPITULO III.....	13
3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	13
CAPÍTULO IV	30
PROPUESTA DEL PLAN DE MARKETING.....	30
4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	30
4.1 ANÁLISIS FODA.....	30
4.2 MATRIZ FODA.....	30
4.3 PRONÓSTICO.....	31
4.4 OBJETIVOS	31
4.5 ESTRATEGIAS	31
CAPÍTULO V	32
CONCLUSIONES	32
RECOMENDACIONES	33
ANEXOS.....	34

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad la implantación de un Restaurant de Comidas Típicas en la ciudad de Alamor para de esta forma dar a conocer la gastronomía con la que el Cantón Puyango puede recibir a propios y extraños.

El cantón Puyango al ser un lugar muy diverso y pluricultural, tiene mucho que ofrecer a todos lo que lo visitan y se sientan satisfechos con todo lo que encuentran es este rinconcito del sur de la patria y por ende se lleven el mejor recuerdo de habernos visitado.

Este ha sido un proyecto que impulsara a la economía de este cantón y que además en el ámbito turístico ayudara a fortalecerlo para que sea reconocido a nivel nacional ya que cuenta con muchos atractivos turísticos pero le hace falta el complemento esencial que es la gastronomía.

La gastronomía a nivel nacional es un factor muy importante dentro de cada pueblo, cantón, ciudad, provincia o país, porque es lo que los diferencia de los demás; en este caso en cantón Puyango al ser tan diverso ofrece una variedad de producción agrícola lo que permite que sea utilizado para la elaboración de los principales platos típicos de este sector.

Esta tesis ha sido un impulso de micro emprendimiento que ha tenido la acogida necesaria en toda la ciudadanía, ya que no se contaba con un lugar exclusivo que cuente con estas características y es por ello que se lo ha logrado realizar con el agrado de la ciudadanía.

CAPÍTULO I

HISTORIA DEL CANTÓN PUYANGO

El cantón Puyango, está ubicado en la frontera sur-occidental de la provincia de Loja, con 634 km² de territorio. Su presencia en estos territorios data de unos 1.000 años aproximadamente, porque aún no se han realizado trabajos científicos arqueológicos y etnográficos que den fe de la verdadera prehistoria de este sector patrio; los numerosos restos arqueológicos encontrados en diferentes partes del cantón, los petroglifos y testimonios orales que se han transmitido de generación en generación, dan cuenta de la riqueza histórica que guarda el cantón Puyango, todavía no conocida; además, el constante accionar de sus hijos nos han legado una historia a veces triste a veces reconfortante, pero cada día la historia crece, así como cada día el paisaje geográfico se transforma ya sea por efectos naturales o por influencias de los humanos o de los animales. Su alcalde actual para el período 2014 - 2019 es Carlos Patricio Granda Sánchez. La cabecera cantonal de este cantón es la ciudad de Alamor. Su principal atracción turística es el Bosque Petrificado de Puyango, el cual está protegido como área natural del Parque nacional Podocarpus. (Desarrollo, 2014)



GRÁFICO Nº1

INFORMACIÓN GENERAL.

El cantón Puyango, toma el nombre del río principal que lo riega, proviene de la palabra quechua palta, Puyu = río nublado, boscoso y musgoso; está ubicado en el extremo sur occidental de la provincia de Loja, limita al Norte con la provincia de El Oro, al Sur con los cantones Pindal y Celica, al Este con el cantón Paltas y al Oeste con el cantón Zapotillo.

El territorio Puyanguense participa de dos climas: templado húmedo en la zona de altura y cálido seco en los valles bajos.

PRODUCCIÓN

Los habitantes del cantón Puyango en su gran mayoría se dedican a la ganadería, en menor escala a la agricultura produciendo básicamente café, maíz, zarandaja, maní, guineo y yuca. Debe señalarse que por su ubicación tiene un gran movimiento comercial fundamentalmente con la provincia de El Oro, convirtiéndose esta actividad en una importante fuente de ingresos para los habitantes en general.

ALAMOR

GRÁFICO N°2



VÍAS DE COMUNICACIÓN

- Carretera.-Principales.- Loja-Alamor y Alamor-Arenillas
- Secundarias: Alamor, Vicentino, Ciano, Arenal.
- Alamor, El Limo, Mangaurco.
- Alamor, El Derrumbo, Puyango (Puente Viejo)
- Alamor, Chaquinal, Pindal.

FIESTAS CIVICAS Y RELIGIOSAS

- 23 de enero, aniversario de cantonización de Puyango.
- 16 de julio, fiesta comercial y religiosa en homenaje a la Virgen de El Carmen.
- 15 de agosto, fiesta comercial y religiosa en homenaje a la Virgen de la Asunción.
- 14 de septiembre fiesta comercial y religiosa en honor a nuestro Señor de Girón, en Mercadillo.
- 8 de diciembre, fiesta comercial y religiosa en honor a la Inmaculada Concepción

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

En el extremo sur-occidental de la provincia de Loja se encuentra el cantón Puyango. Limita al norte con el cantón Paltas y la provincia de El Oro, al sur con los cantones Celica y Pindal, al este con parte de Celica y Paltas, y al oeste con Zapotillo y la República del Perú. (Cordova, 2016)



GRÁFICO N°3

GASTRONOMÍA

Entre los principales platos se encuentran: longaniza, gelatina de pata, tamales, chanfaina, tilapia frita, repe con guineo, sango de maíz y fritada.

Longaniza: Este plato se prepara con carne molida, tripas y menudencias aliñadas con achiote y sal; acompañado con arroz, mote o yuca y una ensalada.

GRÁFICO N°4



Tamales: El principal ingrediente es el maíz y los condimentos al gusto, además lleva un relleno ya sea de carne de pollo o de cerdo con zanahoria y alberca.

GRÁFICO N°5



Chanfaina: Principalmente se prepara este plato con la menudencia del cerdo, y se lo acompaña con yuca, mote o guineo.

GRÁFICO N°6



Tilapia: Es un plato exquisito y llamativo que se lo acompaña con una porción de arroz, ensalada y yuca.

GRÁFICO N°7



Repe de Guineo: Se elabora con guineo verde, quesoillo y culantro finamente picado.

GRÁFICO N°8



Sango de maíz: Se prepara con harina de maíz tostado que a veces lleva chicharrón o quesoillo y se sirve con guineo, yuca o arroz este es uno de los alimentos más antiguos.

GRÁFICO N°9



Fritada: Es uno de los platos más representativos de nuestra zona que se prepara con pedacitos de carne y las costillas además se lo acompaña con mote y ensalada.

GRÁFICO N° 10



La gastronomía Ecuatoriana es muy variada pero sobre todo deliciosa, en cada lugar de nuestro país se encuentran aún lugares que preparan platos típicos de la zona pero son muy pocos, en la actualidad se está dejando de lado la tradición a pesar de que la gente en la mayoría de los casos aun opta por deleitar como dice la frase popular “PRIMERO LO NUESTRO”.

1.1 MISIÓN:

Este Restaurant de comidas típicas se ha creado con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores y además de que los visitantes tanto extranjeros como nacionales se deleiten con las delicias representativas de este cantón, es por ello que se pensó en el restaurant denominado “Delicias de mi Tierra”.

1.2 VISIÓN:

“Dar a conocer al mundo entero las delicias existentes que el cantón Puyango posee y que quiere deleitar hasta los paladares más finos que acudan a visitar este rincón de la patria Ecuatoriana”.

1.3 VALORES:

- Calidad de servicio al cliente: Brindar atención personalizada, ágil y profesional, identificando las necesidades de los clientes para mejorar y crear nuevos productos con precios competitivos.
- Ética: Desarrollar actividades y procesos con honestidad y rectitud.
- Eficiencia: A través de una efectiva gestión de negocios y una adecuada administración de los recursos, se podrá optimizar la rentabilidad de este Restaurant.

1.4 PRINCIPIO:

“Nuestra responsabilidad, eficiencia y eficacia es lo que caracteriza este Restaurant que ha sido creado con el único fin de satisfacer las exigencias de nuestros consumidores.”

Grafico No. 1: Organigrama estructural para Restaurant “Delicias de mi Tierra”.



Elaboración: Propia

CAPÍTULO II

2.1 MÉTODOS

Para la realización de mi tesis denominada "**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANT DE COMIDAS TÍPICAS EN LA CIUDAD DE ALAMOR AÑO 2016.**" utilicé la siguiente metodología donde consideré los métodos y técnicas más relevantes como son:

2.1.1 El método científico: este método fue muy importante dentro de la presente tesis ya que ha permitido indagar todo lo referente a comidas típicas en el cantón Puyango, sus características, sus variedades, sus componentes, etc; bajo un cronograma planteado minuciosamente.

Este método quizás ha sido uno de los más útiles y adecuados, ya que nos ha proporcionado respuestas a nuestras interrogantes, estas respuestas que no se han obtenido de inmediato, pero sí de forma eficaz y verdadera.

Este método me permitió seguir un proceso de lo general a lo particular tomando en cuenta un hecho o fenómeno suscitado para luego obtener una conclusión y dar una solución.

2.1.2 Método inductivo: Este método me permitió realizar la formulación, análisis e interpretación de las encuestas lo que me sirvió de gran ayuda recaudando así información útil para la creación del restaurant. Pues se basa en la observación y la

experimentación de hechos y acciones concretas para así poder llegar a una resolución o conclusión general.

2.1.3 Método deductivo: Este método me permitió seguir un proceso de lo general a lo particular tomando en cuenta un hecho o fenómeno suscitado para luego dar una conclusión y dar una solución.

2.1.4 Método Estadístico: Este método se lo utilizó para la tabulación y presentación de los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas y en la estructuración de gráficos estadísticos.

2.2 TÉCNICAS:

Se hizo uso de las técnicas de la investigación, como es la encuesta y la observación las mismas que me permitieron obtener información necesaria y real para el desarrollo de mi tesis.

2.2.1 La Encuesta: La encuesta es un instrumento de la investigación que me ayudo a obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

Esta encuesta se dirigió principalmente a madres y padres de familia de la localidad, ya que son ellos los posibles consumidores potenciales de nuestro producto.

2.2.1 Observación: Esta técnica es de gran importancia ya que permitió indagar la problemática, objeto del estudio y comprender las principales necesidades que se requirió para cumplir con los objetivos planteados.

2.3 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Muestra:

Para saber datos específicos que nos ayudara a conocer si el presente proyecto tendrá la factibilidad esperada debemos realizar una encuesta al menos al diez por ciento de la población económicamente activa que probablemente esté interesada en deleitar su paladar con comidas típicas de la zona, eso quiere decir que la encuesta la realizare a 124 personas.

- El cantón Puyango tiene una población de 15513 habitantes según el último censo realizado en el año 2010 por el INEC.
- Según datos del INEC el total Población Económicamente activa en la ciudad de Alamor es de 8296
- El 15% de la Población Económicamente activa que se convertirán en nuestros posibles consumidores: 1244.

Para obtener una muestra tomaremos el 10% del total de los posibles consumidores:

MUESTRA= Posibles consumidores * 10% (porcentaje al que aplicaremos la encuesta)

$$\mathbf{MUESTRA= 1244 * 10\% = 124}$$

En resumen vamos a aplicar la encuesta a 124 personas para conocer que opinan cada uno de ellos con respecto a este emprendimiento que vamos a realizar.

CAPÍTULO III

3. Presentación de Resultados

3.1 Resultados de la encuesta realizada a los consumidores de comidas típicas.

1. ¿Su sexo? :

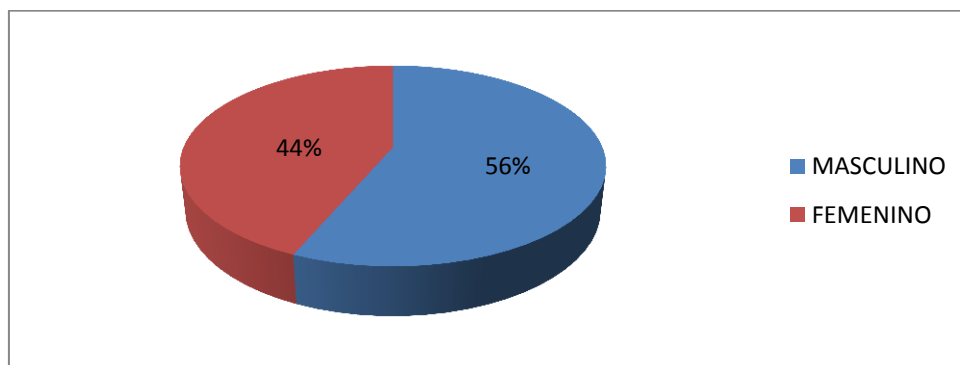
CUADRO N° 1

¿Su sexo?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	70	56%
Femenino	54	44%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°12



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de las encuestas realizadas tenemos el 56% a la población masculina y el 44% a la población femenina ya que son ellos los jefes de hogar que se convierten en los posibles consumidores junto a sus familias quienes acudirán a consumir nuestros productos.

2. ¿Cuál es su rango de edad? :

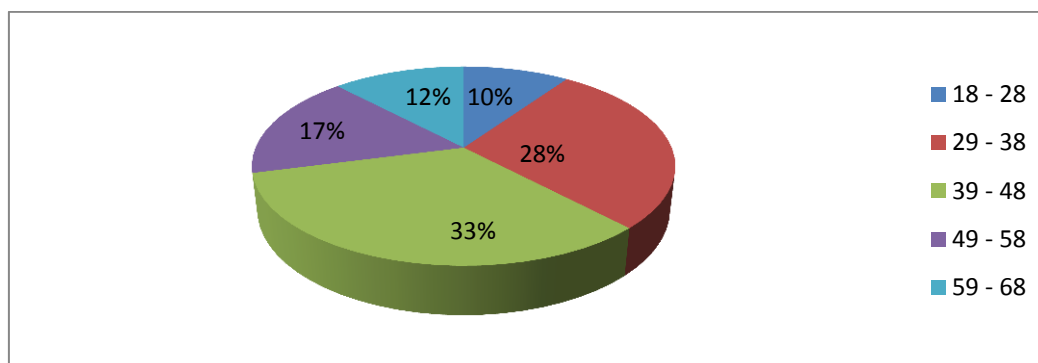
CUADRO N°2

¿Cuál es su rango de edad?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 -28	12	10%
28 -38	35	28%
39 - 48	41	33%
49 – 58	21	17%
59 - 68	15	12%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°13



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De las encuestas realizadas a la población podemos decir que el rango de edad 18-28 se encuestó al 10%, en el rango 29-38 al 28%, en el rango 39-48 el 33%, en el rango 49-58 el 17% y en rango 59-68 el 12%. El rango con el mayor porcentaje son aquellos posibles consumidores directos de nuestros productos.

3. ¿Estado civil? :

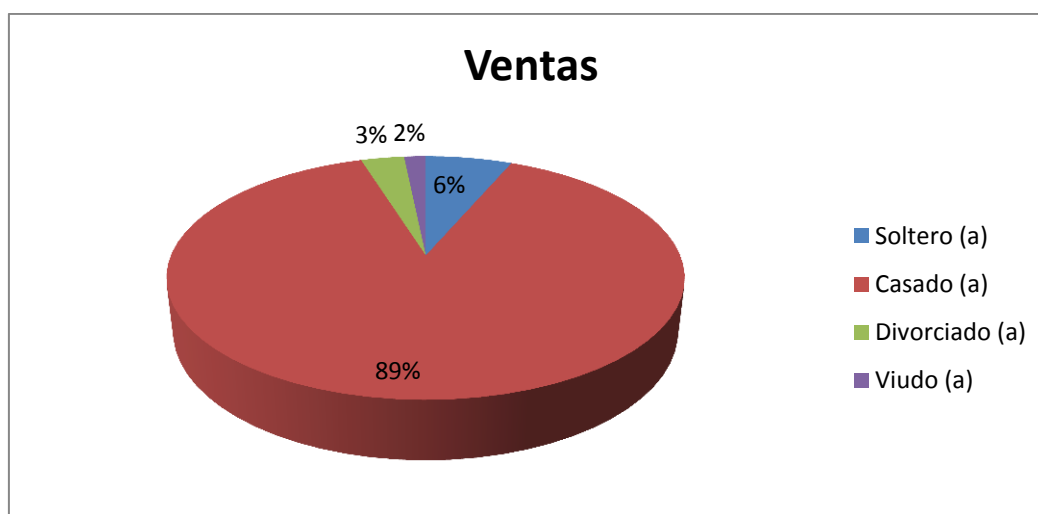
CUADRO N°3

¿Estado civil?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero (a)	8	6%
Casado (a)	110	89%
Divorciado (a)	4	3%
Viudo (a)	2	2%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°14



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de personas encuestadas el 6% fue a solteros, el 89% a casados, el 3% a divorciados y tan solo el 2% a viudos. Por lo tanto el 89% de la población serian nuestros posibles consumidores activos ya que al ser casados cuentan con una familia consolidada que acudirá al Restaurant.

4. ¿Tiene usted hijos (as)?:

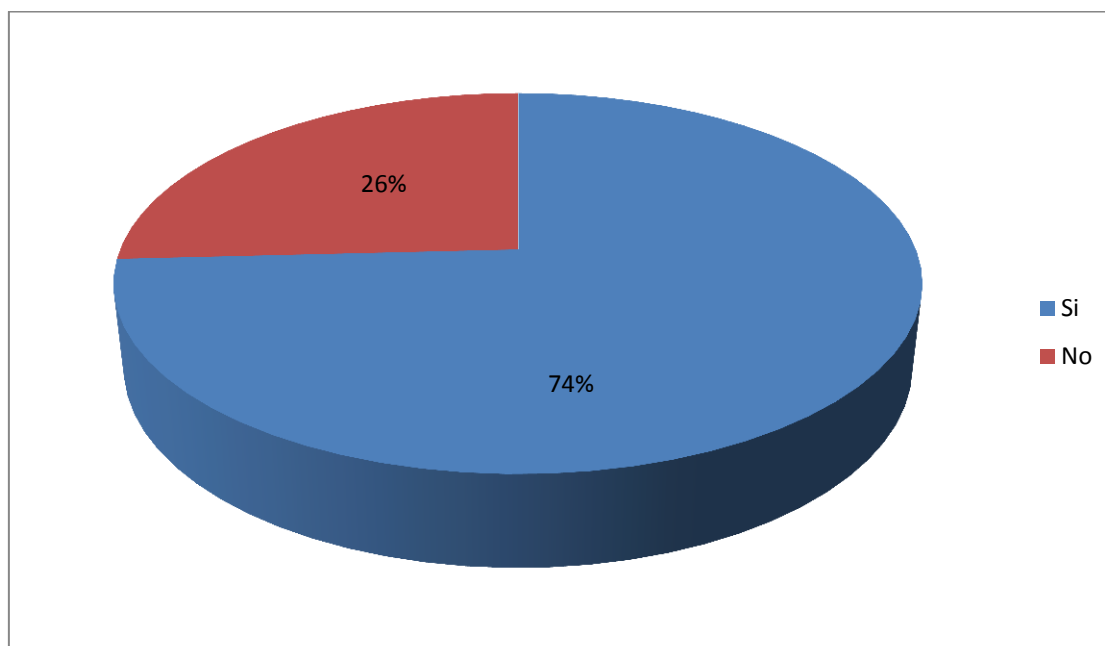
CUADRO N° 4

¿Tiene usted hijos (as)?:		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	92	74%
No	32	26%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N° 15



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Mediante la encuesta realizada a la población tenemos que el 74% de los encuestados tienen hijos y el 26% no tienen. Pero al conocer que estas personas encuestadas tienen hijos sabemos que acudirán con ellos a consumir nuestros productos.

5. ¿Su ocupación? :

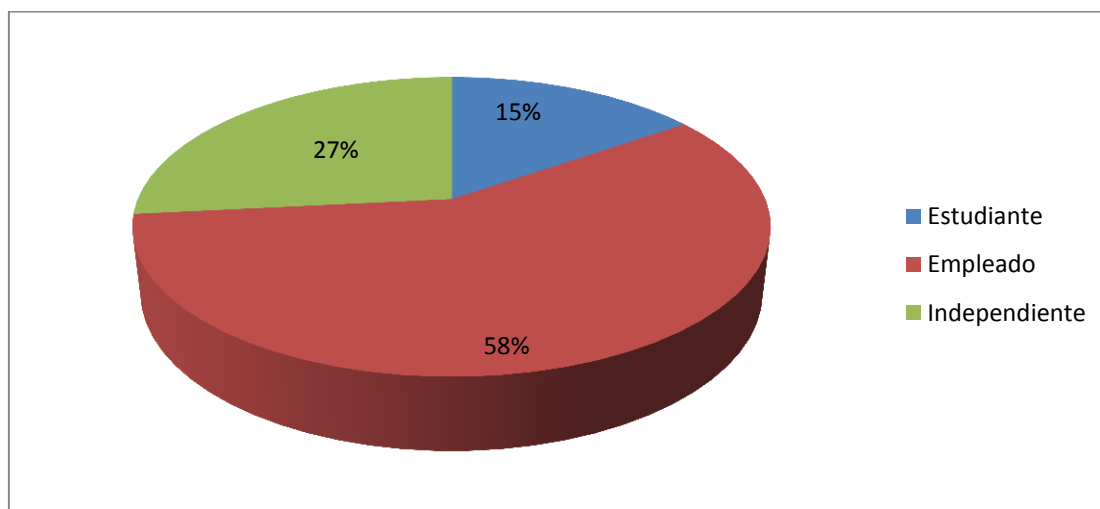
CUADRO N°5

¿Su ocupación?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	19	15%
Empleado	72	58%
Independiente	33	27%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°16



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La encuesta arroja resultados importantes ya que del total de encuestados el 15% son estudiantes, el 58% empleados y el 27% independientes. Gracias a estos resultados conocemos que el 58% de la población encuestada son empleados con un trabajo fijo que está dispuesto a acudir al Restaurant por diversos factores.

6. ¿Acostumbra usted a salir a algún restaurante? :

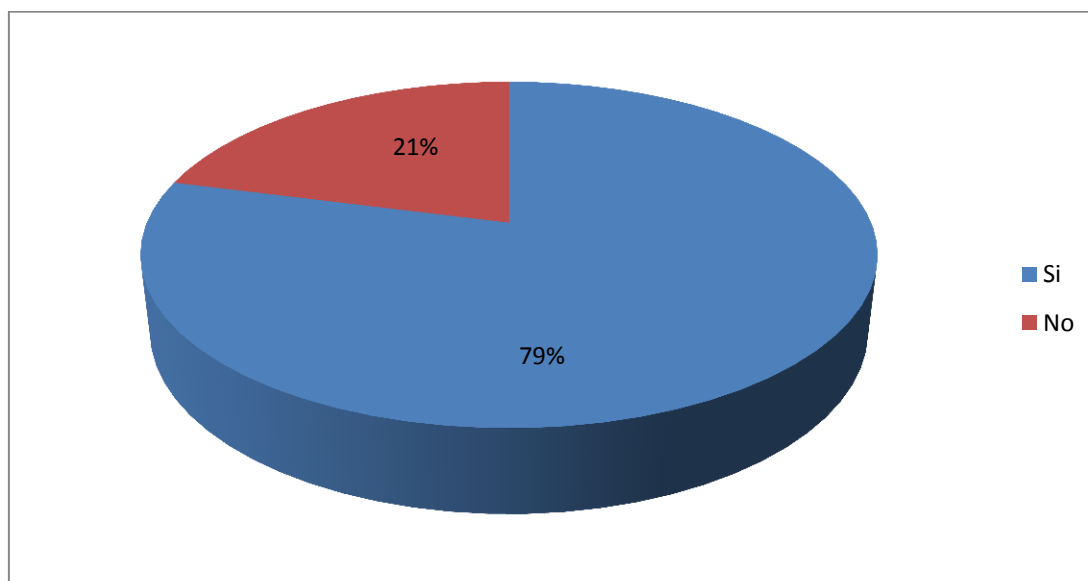
CUADRO N°6

¿Acostumbra usted a salir a algún restaurante?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	98	79%
No	26	21%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°17



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta son alentadores ya que conocemos que el 79% de la población si acostumbra a salir a un restaurant y el 21% no acostumbra hacerlo. Por lo tanto conocemos que en su gran mayoría la población si acude o le gustaría acudir a un restaurant y más aun con las características que este en particular ofrece.

7. ¿Con que frecuencia acostumbra usted ir a un Restaurant? :

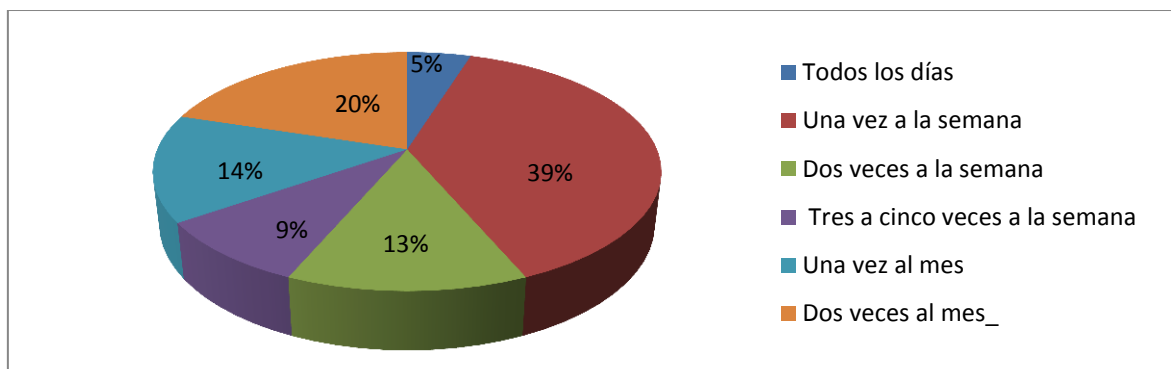
CUADRO N°7

¿Con que frecuencia acostumbra usted ir a un Restaurant? :		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todos los días	6	5%
Una vez por semana	48	39%
Dos veces por semana	16	13%
Tres a cinco veces por semana	11	9%
Una vez al mes	18	14%
Dos veces al mes	25	20%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°18



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Mediante la encuesta realizada podemos conocer con qué frecuencia los encuestados acostumbran a salir a un Restaurant, el 5% acuden todos los días, el 39% acuden una vez por semana, el 13% acuden dos veces por semana, el 9% de tres a cinco veces por semana, el 14% una vez al mes y el 20% acuden dos veces al mes. Estas cifras indican que la frecuencia con la que mayoritariamente acuden a un Restauran es una vez por semana.

8. ¿Por qué va a un restaurant? :

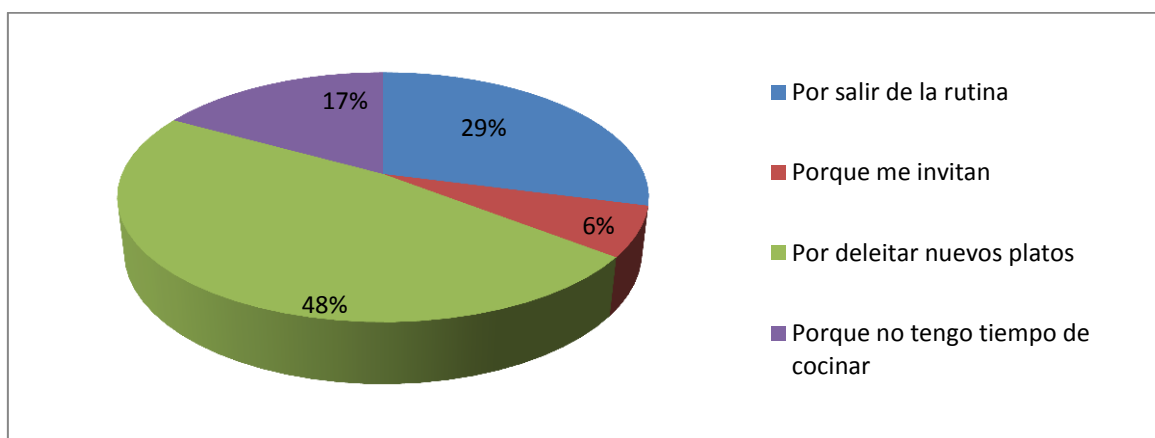
CUADRO N°8

¿Por qué va a un restaurant?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por salir de la rutina	36	29%
Porque me invitan	8	6%
Por deleitar nuevos platos	59	48%
Porque no tengo tiempo de cocinar	21	17%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°19



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Los resultados de la encuesta nos permiten conocer porque la ciudadanía va a un Restaurant indicando que el 29% es por salir de la rutina, el 6% porque los invitan, el 48% por deleitar nuevos platos y el 17 % porque no hay tiempo de cocinar. Estos datos reflejan que la mayoría de individuos acudirían a un Restaurant por deleitar nuevos platos lo cual obliga a esmerarse en la preparación.

9. ¿Ha estado en un restaurant de comida típica anteriormente? :

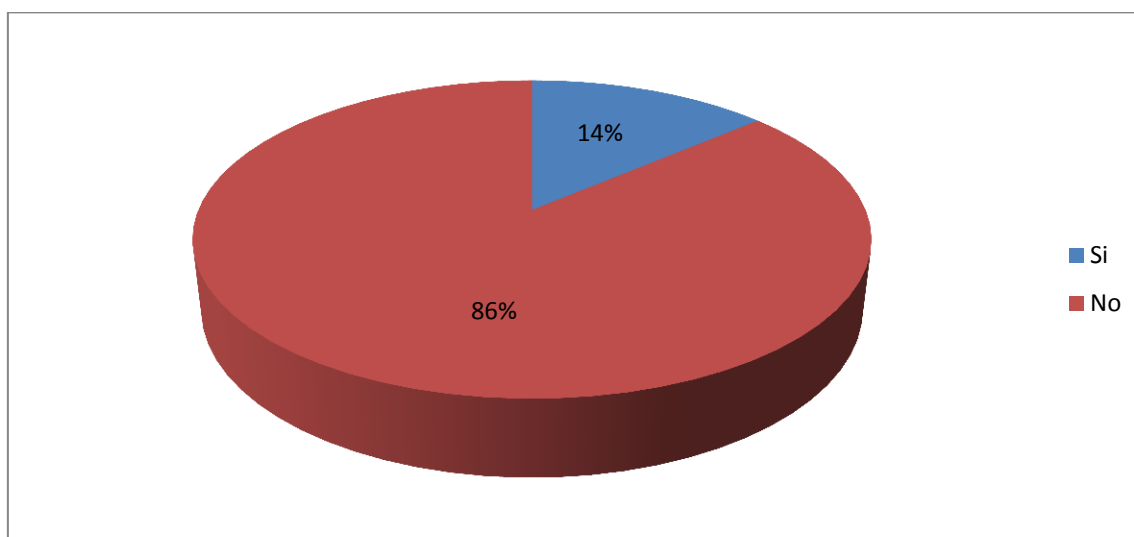
CUADRO N°9

¿Ha estado en un restaurant de comida típica anteriormente?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	14%
No	107	86%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°20



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En esta pregunta de la encuesta conocemos la parte principal ya que el 86% de los encuestados no han estado en un Restaurant de comidas típicas anteriormente y tan solo el 14% si lo ha estado. El motivo por el cual no han tenido la oportunidad de acudir a un Restaurant con estas características es por el simple motivo que en el medio no existe.

10. ¿Conoce en que consiste la comida tradicional de Puyango? :

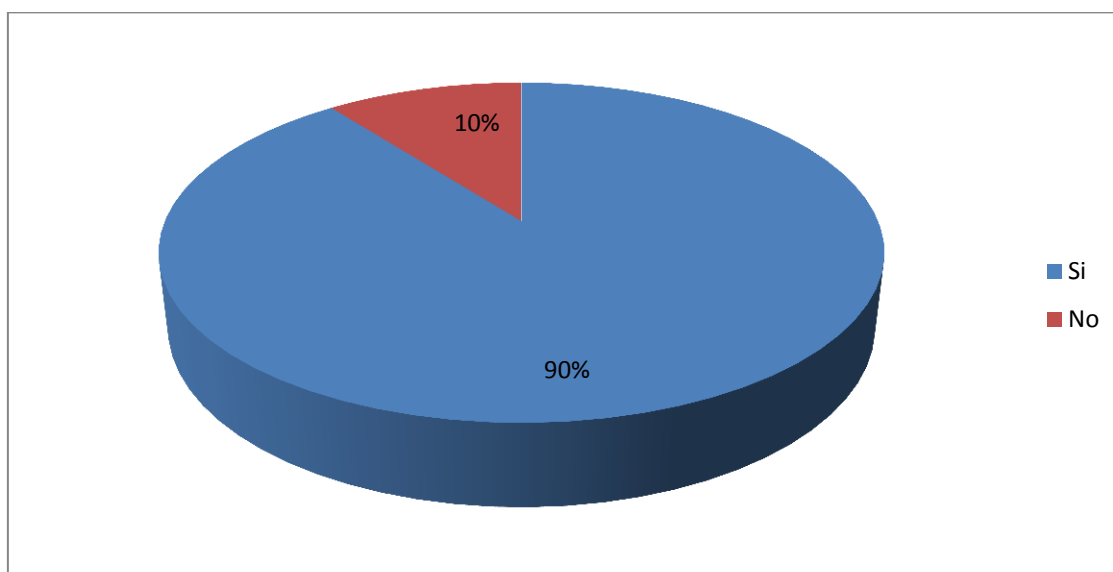
CUADRO N°10

¿Conoce en que consiste la comida tradicional de Puyango?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	111	90%
No	13	10%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°21



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Las encuestas reflejan que el 90% de la población si conoce en que consiste la comida tradicional del cantón Puyango y tan solo el 10% no conoce en que consiste. Lo más importante en este aspecto es que la ciudadanía manifestaba en su gran mayoría que si conocían en que consiste la comida tradicional de nuestro cantón pero que no existe un lugar donde acudir a deleitar esas delicias.

11. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por un PLATO TRADICIONAL en un restaurant de comidas típicas? :

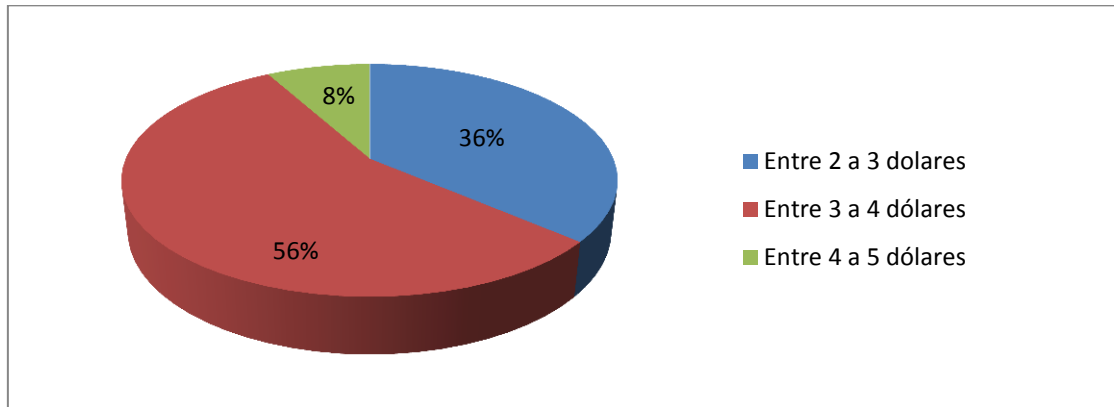
CUADRO N° 11

¿Cuanto está usted dispuesto a pagar por un PLATO TRADICIONAL en un restaurant de comidas típicas?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 2 a 3 dólares	45	36%
Entre 3 a 4 dólares	69	56%
Entre 4 a 5 dólares	10	8%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°22



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Al realizar las encuestas pudimos conocer cuánto están dispuestos a pagar por un PLATO TRADICIONAL y el 36% está dispuesto a pagar entre 2 a 3 dólares, el 56% entre 3 a 4 dólares y el 8% entre 4 a 5 dólares. Según manifiesta la población el 56% estarían dispuestos a pagar entre tres a cuatro dólares siempre y cuando valga la pena la preparación según manifiestan.

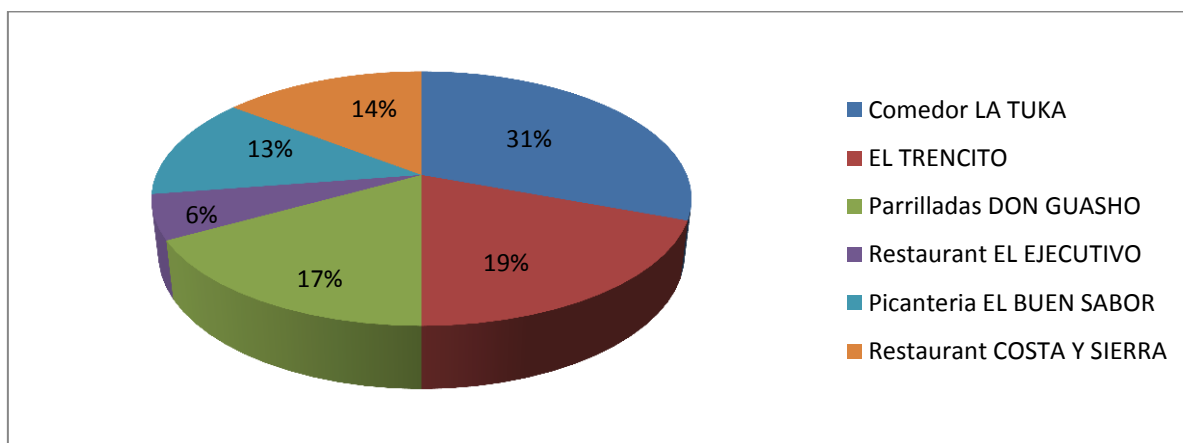
12. ¿Por favor indique cuál es su restaurant favorito en ciudad de Alamor? :

CUADRO N° 12

¿Por favor indique cuál es su restaurant favorito en ciudad de Alamor?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comedor LA TUKA	38	31%
EL TRENCITO	24	19%
Parrilladas DON GUASHO	21	17%
Restaurant EL EJECUTIVO	7	6%
Picantería EL BUEN SABOR	16	13%
Restaurant COSTA Y SIERRA	18	14%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.
Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°23



Fuente: Encuestas Aplicadas.
Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En la ciudad de Alamor hay una variedad de Restaurants pero al que más acuden según manifiestan los encuestados es al TRENCITO, un comedor popular en que hay una gran variedad de comidas y a precios cómodos.

13. ¿Qué es lo que MÁS le gusta de su restaurant favorito en Alamor? :

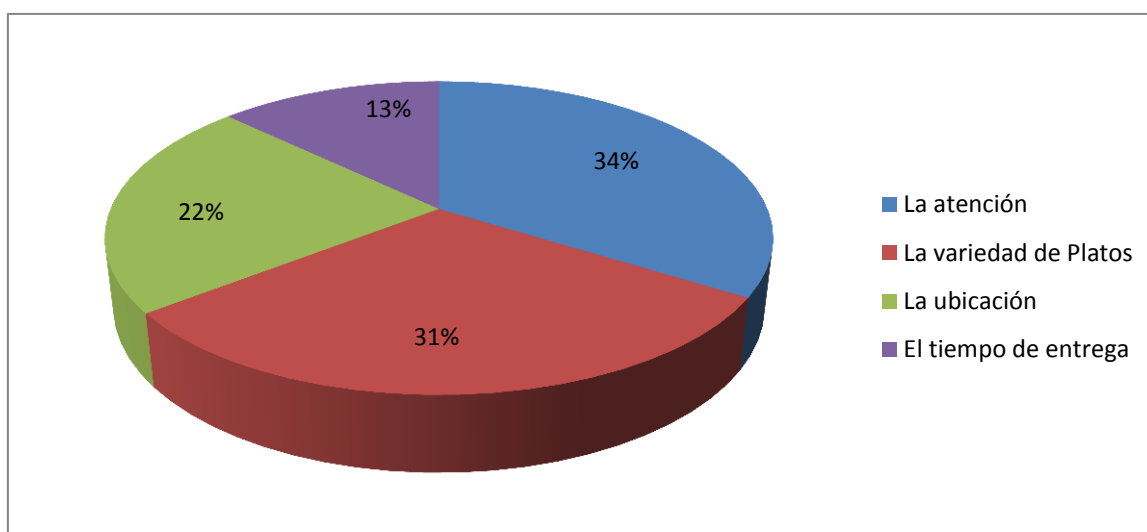
CUADRO N°13

¿Qué es lo que MAS le gusta de su restaurant favorito en Alamor?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La atención	42	34%
La variedad de platos	38	31%
La ubicación	28	22%
Tiempo de entrega	16	13%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°24



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los encuestados al 34% lo que más les gusta de su restaurant favorito es la atención, al 31% la variedad de platos, al 22% la ubicación y al 13% el tiempo de entrega. Llegando a la conclusión que a la mayoría de personas lo que más les gusta es la atención.

14. ¿Qué le gustaría que mejore su restaurant favorito? :

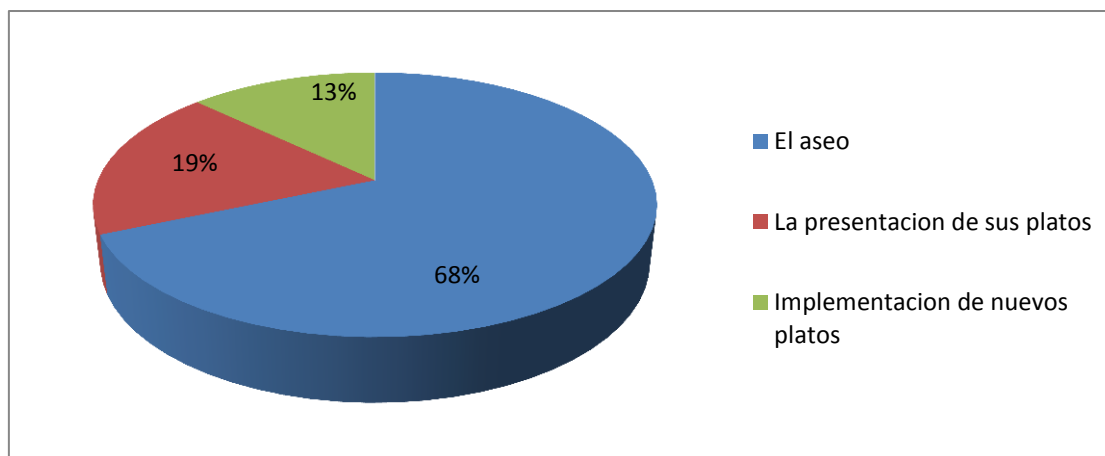
CUADRO N°14

¿Qué le gustaría que mejore su restaurant favorito?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El aseo	85	68%
La presentación de sus platos	23	19%
Implementación de nuevos platos	16	13%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°25



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: A la población en general en todos los sitios lo que más interesa es el aseo por lo que el 68% estuvo de acuerdo, el 19% le gustaría que mejore en su restaurant la presentación de sus platos y el 13% la implementación de nuevos platos. La ciudadanía en general lo que pide es que se mantenga el aseo adecuado en los lugares donde se expende esta comida a la ciudadanía, caso contrario afectan tanto la salud como el aspecto del lugar.

15. ¿Cree usted que un restaurant de comidas típicas en la Ciudad de Alamor tendrá la acogida por parte de la ciudadanía? :

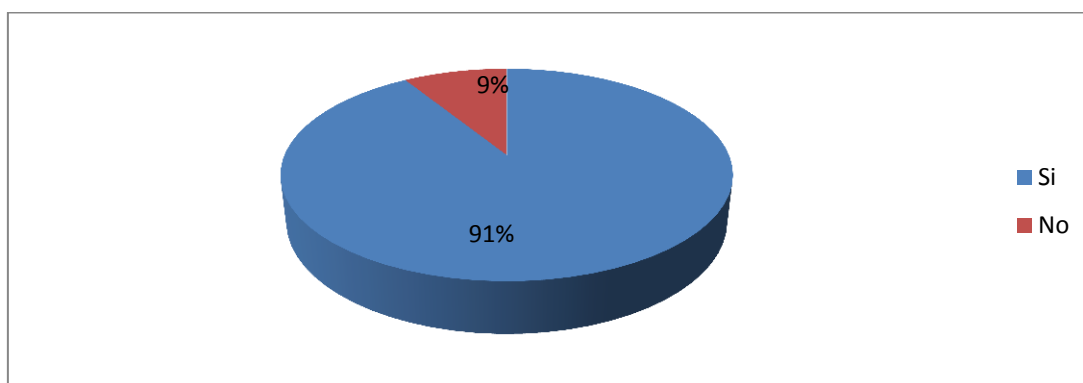
CUADRO N° 15

¿Cree usted que un restaurant de comidas típicas en la Ciudad de Alamor tendrá la acogida por parte de la ciudadanía?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	113	91%
No	11	9%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N° 26



Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La encuesta nos ha permitido conocer que opina la ciudadanía con respecto a la implementación de un Restaurant de Comidas Típicas en la ciudad de Alamor. Lo resultados arrojan que el 91% de la ciudadanía estaría de acuerdo con que se implemente un restaurant con estas características en la ciudad de Alamor y solo un 9% cree que no tendrá la acogida necesaria. Al ser la gran mayoría según la opinión de la ciudadanía se cree que si tendrá la acogida esperada.

16. ¿Qué platos típicos cree usted que más le gustan a la ciudadanía? :

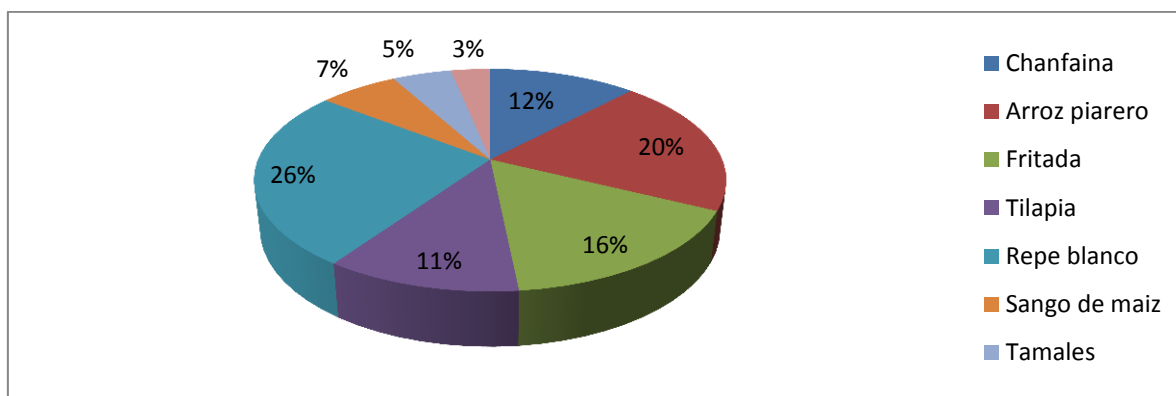
CUADRO N°16

¿Que platos típicos cree usted que más le gustan a la ciudadanía?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Chanfaina	15	12%
Arroz piarero	25	20%
Fritada	20	16%
Tilapia	14	11%
Repe blanco	32	26%
Sango de maiz	8	7%
Tamales	6	5%
Longaniza	4	3%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.

Elaboración: Propia.

GRÁFICO N°27



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El cantón Puyango tiene una variedad muy amplia en su gastronomía pero en la encuesta lo que la gente ha manifestado es que EL REPE BLANCO es el que más le gustaría a la ciudadanía.

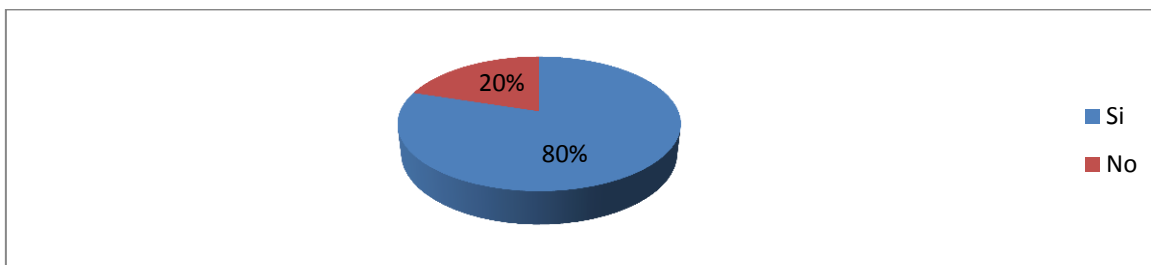
17. Cree usted que en un restaurant de comida tradicional se le debe dar a cada plato típico una presentación más moderna para que llame la atención de los consumidores? :

CUADRO N° 17

Cree usted que en un restaurant de comida tradicional se le debe dar a cada plato típico una presentación más moderna para que llame la atención de los consumidores?		
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	99	80%
No	25	20%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas.
Elaboración: La Autora

GRAFICO N°28



Fuente: Encuestas Aplicadas.
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: Según la encuesta el 80% de la población ha manifestado que el Restaurant de comida Tradicional debería dar una presentación más moderna a cada plato tradicional que aquí se ofrezca, sin embargo el 20% de la población encuestada ha manifestado que se debería conservar también la tradición en cada plato y se conserve su presentación antigua. La apreciación de la ciudadanía en su mayoría es que la presentación tiene mucho que ver en cada plato y que se debería dar una presentación más llamativa siempre y cuando se conserve el sabor tradicional.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DEL PLAN DE MARKETING

4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

4.1 ANÁLISIS FODA

Concepto

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

4.2 MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Sera el único Restaurant de comidas típicas en el Cantón. • Permitirá satisfacer las necesidades de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia existente que quiera brindar los mismos productos. • Otros Restaurants que tengan similares características.

4.3 PRONÓSTICO

El Restaurant de comidas típicas “DELICIAS DE MI TIERRA” ofrece productos que pretende satisfacer las necesidades de las personas que visitan el cantón Puyango, cuenta con el personal especializado en gastronomía nacional, y se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Alamor.

4.4 OBJETIVOS

- Satisfacer a nuestros clientes y turistas que nos visiten, ofreciendo productos de calidad.
- Empezar en un negocio que beneficie el turismo en el cantón Puyango.
- Lograr el prestigio y garantía de este Restaurant a medida que transcurra el tiempo.
- Desarrollar estrategias que permitan mejorar día a día.

4.5 ESTRATÉGIAS

ESTRATÉGIAS FO (Fortalezas – Oportunidades)

- Empezar en campañas publicitarias que den a conocer nuestros productos.
- Avanzar de la mano con la tecnología.
- Dar a conocer nuestras costumbres y tradiciones.

ESTRATÉGIAS FA (Fortalezas – Amenazas)

- Elaborar estrategias que le permitirán mantener una estabilidad económica.

- Innovar paulatinamente en el transcurso del tiempo para satisfacer a los clientes.

ESTRATÉGIAS DO (Debilidades – Oportunidades)

- Pensar en brindar ofertas para los clientes.
- Diseñar vallas publicitarias que den conocer nuestros productos.
- Informar por medios de comunicación lo que ofrecemos.

ESTRATÉGIAS DA (Debilidades – Amenazas)

- Permitir que el personal esté al tanto de lo que la ciudadanía exige.
- Utilizar las estrategias publicitarias de mayor aceptación como redes sociales para que toda la ciudadanía conozca nuestros productos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

- A nivel nacional el turismo ha sido uno de los factores más importantes dentro de la economía nacional y uno de los factores que influye muchísimo es la gastronomía de cada rincón del país, en el cantón Puyango no existe un lugar con estas características, es por ello que se ha considerado la creación del Restaurant denominado “Delicias de mi Tierra” que pretende satisfacer las exigencias de la ciudadanía.

- Una vez realizadas las encuestas conocemos las necesidades de los clientes y sabemos hacia donde queremos llegar para satisfacer cada uno de sus requerimientos.
- El platicar con la gente me ha permitido conocer aspectos básicos que nos ayudara para dar mayor publicidad a lo que deseamos ofrecer a la ciudadanía utilizando las redes sociales existentes y de esta forma poder llegar a más personas.
- Es importante la creación de un Restaurant ya que solventará los gustos gastronómicos de los turistas y demás personas que nos visiten.

RECOMENDACIONES

- Crear un restaurant que satisfaga los requerimientos gastronómicos de los turistas y la población en general que nos visiten.
- Implementar un plan de Marketing para que este negocio no pierda interés en la mente de la ciudadanía y de esta forma estar siempre ligados a la tecnología para saber los avances de la gastronomía y además estar en contacto con la gente de forma virtual.
- Incentivar a la gente con promociones continuas utilizando los medios de comunicación siempre y cuando dándoles a este tipo de medios el uso adecuado para informar de todo lo que acontece en el Restaurant.
- Implantar proyectos estratégicos que no se los deben dejar de lado porque estos permiten el crecimiento contínuo de cualquier negocio.

ANEXOS

ANEXO I

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

GRÁFICO N°29



GRÁFICO N°30



GRÁFICO N° 31



GRÁFICO N°32



GRÁFICO N°33



GRÁFICO N°34



ANEXO II

ANTEPROYECTO



Instituto Tecnológico Superior

“Los Andes”

TEMA:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANT DE
COMIDAS TÍPICAS EN LA CIUDAD DE ALAMOR AÑO 2016.

PLAN DE INVESTIGACIÓN PREVIO A
OBTENER EL TÍTULO DE TECNÓLOGA
EN MERCADOTECNIA

AUTORA

PAULINA ANABEL ELIZALDE MENDOZA

LOJA –ECUADOR

2016

TEMA:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN RESTAURANT DE COMIDAS
TIPICAS EN LA CIUDAD DE ALAMOR AÑO 2016.

PROBLEMA

La economía mundial se encuentra atravesando momentos muy difíciles por lo que ha obligado a la mayoría de personas a emprender en algún tipo de negocio que ayude a solventar esta problemática.

Nuestro país en la actualidad está pasando una situación económica muy complicada y por este factor se ha visto en la necesidad de emprender con la idea de crear un Restaurant de comidas típicas en la ciudad de Alamor, y de esta forma poder solventar de algún modo la problemática por lo que estamos atravesando.

Las comidas típicas son aquel plato, comida o bebida que representa los gustos particulares de una nación, región o comunidad. Se puede ver que en la mayoría de los casos las comida tradicional que contiene ingredientes fácilmente elaborados o cultivados en la región, con el consumo de ingredientes con los que se sienten identificados los habitantes de estas naciones. Se emplea frecuentemente como representación de una cultura o pueblo. (Montalvo Castro, 2008).

La gastronomía ecuatoriana se ve enriquecida por las diferentes regiones naturales que forman el país: la costa, la sierra, las Islas Galápagos y la región oriental. Los platos y los postres se preparan con pescados, carnes, frutas y hierbas aromáticas variadas. Los nativos de cada región solemos referirnos a nuestros platos típicos como comida criolla.

La provincia de Loja ha caracterizada por ser cuna de artistas ya que han existido varios exponentes históricos que han representado esta bella provincia, pero además ha sido reconocida por sus delicias gastronómicas que atraen el paladar de cualquier propio o visitante (Loja., 2015).

Puyango es un cantón con mucha riqueza y variedad en el campo gastronómico y también en el turismo tanto tradicional como ecológico, por lo que atrae a personas de todas las edades inquietados en conocer las maravillas de este cantón, ubicado en el sur de la provincia de Loja.

Por otra Parte el Cantón Puyango cuenta con muchos lugares turísticos reconocidos tanto a nivel provincial como a nivel nacional.

Entonces: ¿Porque no se le ha dado la atención necesaria a seguir cultivando la cultura gastronómica de nuestro cantón?, ¿Por qué no continuar con las comidas tradicionales si tienen un sabor único?, ¿De quién depende que la tradición gastronómica no se pierda? Son tantas interrogantes que nos ayudaran a conocer más a fondo cuales son los platos más exquisitos preparados por manos nativas de nuestro cantón y el motivo también por el que no debe perderse la tradición de seguir preparando las comidas típicas.

El cantón Puyango reconocido por los beneficios que nos brinda la naturaleza y estando todo al alcance de nuestras manos, es sumamente necesario implantar un sitio en el que “se sientan como en casa”, deleitando su paladar con la tradicional “receta de la abuela”, en los platos típicos hechos en nuestro Restaurant.

Alamor por ser la cabecera cantonal, donde acuden turistas de todo el Ecuador, incluso de todas partes del mundo más aun en fechas festivas o incluso en feriados, a conocer los lugares turísticos de nuestra zona y también aprovechan su estadía para deleitar su paladar con la gastronomía única que nos caracteriza.

Es por ello que el presente proyecto de creación de un RESTAURANT DE COMIDAS TIPICAS, nace por la necesidad de seguir con las tradicionales comidas típicas ya que

actualmente se ha dejado de lado nuestra tradición y lamentablemente se ha optado por tradiciones de otras ciudades incluso de otros países.

Es una problemática local porque no se ha puesto la dedicación necesaria para seguir con la tradición de seguir preparando comidas representativas, tomando en cuenta las recetas y preparación de platos representativos incluso de todas las parroquias del cantón Puyango.

Cada parroquia tiene un plato especial representativo que no se puede dejar pasar por alto y dar la atención necesaria para que la colectividad y los turistas se vayan satisfechos tanto con la comida como con la atención recibida en este Restaurant. (Cordova, 2016)

En vista que nuestro medio por ser agropecuario y productivo, se ha visto la necesidad de crear un lugar en el cual todas las personas nativas o extranjeras degusten de las delicias propias de nuestro medio.

Tomando en cuenta todo lo mencionado anteriormente y conociendo la necesidad de implantar en la ciudad de Alamor un lugar donde se preparen comidas típicas de nuestra zona, surge la idea de un PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN RESTAURANT DE COMIDAS TIPICAS EN LA CIUDAD DE ALAMOR.

Con este proyecto se intenta satisfacer las necesidades de la población cumpliendo con todas sus exigencias gastronómicas, además este proyecto permitirá ser una fuente de trabajo que permita la obtención de recursos para su progreso.

Así inicia esta idea, que espera tener la acogida necesaria en la población de la ciudad de Alamor y sus alrededores, brindando a todas las personas que visiten este Restaurant un precio accesible y cómodo al alcance de su bolsillo y deleite de su paladar.

OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL:

- Crear un plan de negocio para la creación de un Restaurant de comidas típicas en la ciudad de Alamor.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Indagar sobre las comidas típicas representativas de todo el cantón Puyango.
- Conocer cuáles son los platos típicos que desearían consumir nuestros clientes.
- Determinar la oferta y la demanda de nuestros productos.
- Segmentar el mercado para aplicar las encuestas referentes a lo que vamos a ofrecer.
- Conocer si el Restaurant tendrá la acogida necesaria por la ciudadanía.
- Armar un plan de negocios como proyecto de inversión a consideración de cualquier inversionista.

SUMARIO:

CANTÓN PUYANGO

1. Historia
2. Información General
3. Producción

4. Vías de comunicación
5. Fiestas Cívicas y Religiosas
6. Ubicación Geográfica
7. Gastronomía

PASOS PARA ARMAR UN PLAN DE NEGOCIOS:

1.- Descripción del negocio

El negocio en el que se desea emprender es un restaurant de comidas típicas que permitirá satisfacer necesidades de los posibles consumidores y además nos dará la oportunidad de generar ingresos económicos para que el presente plan de negocios surja y de los frutos deseados.

En este aspecto también incluye cómo se constituirá: en este caso será un plan de negocio con fines de lucro porque mediante la implantación de este negocio esperamos obtener recursos que serán utilizados para que el negocio progrese poco a poco. Sin olvidar la selección del personal, en este punto se busca que cumplan con siete características básicas: Aptitud, actitud, habilidades, experiencia, disponibilidad, honestidad y lealtad.

2.- Nichos de mercado deseados

En este paso se debe definir claramente el perfil del cliente al que va dirigido el producto que se va a ofrecer. Pensando en su edad, sexo, estado civil, actividad, nivel socioeconómico, etc.

“El cliente ideal es el que necesita o desea tu producto o servicio, y puede pagarlo”.

¿Cómo definir a tu mercado potencial? Con **Investigación de Mercados** ¿Por qué?

1. Para identificar las necesidades del producto o servicio en mercados nuevos o existentes.
2. Para desarrollar una estrategia de venta.
3. Para pronosticar su tendencia de ventas.
4. Para estudiar las adquisiciones de materias primas y materiales
5. Para programar producción, ventas y distribución.
6. Para analizar las actitudes del consumidor.
7. Para conducir campañas promocionales.
8. Para establecer el monto del capital requerido.
9. Para planear utilidades.

3.- Selección de la cobertura territorial del negocio

En este paso se debe encontrar el equilibrio financiero. Sumar costos mensuales, más gastos mensuales y esto tiene que ser igual a las ventas mensuales. Teniendo el equilibrio se debe agregar la utilidad. Calculando que cantidad de producto hay que vender para llegar a la meta.

Es sumamente importante llevar una contabilidad para tener la certeza en los números y en la administración.

4.- Definición del posicionamiento del negocio deseado

Este punto refiere al lugar que ocupa esta idea de crear un Restaurant y que se grave en la mente de los posibles clientes. Se puede posicionar la marca del Restaurant por juventud, innovación en el mercado, antigüedad, experiencia en el mercado, precio bajo, exclusividad, etc.

5.- Propuesta única de negocio

El ofrecimiento del presente plan es que se ponga en marcha y entre en funcionamiento para que mediante los ingresos que se tenga de los clientes se pueda tener un resultado medible, tangible y verificable debe además brindar resultados positivos para saber que tan bien estamos en el desarrollo del negocio. Debe aquello arrojar datos que puedan ser medibles, tangibles y verificables.

6.- Inversión básica para iniciar el negocio

Este es un punto muy importante que nos permitirá dar respuesta a una serie de preguntas: ¿Cuánto dinero necesito para poner mi negocio? ¿Cuánto tengo? ¿Cuánto me falta? ¿A quién se lo voy a pedir? y ¿Cuánto me va a costar?

Esta será una inversión sostenible y sustentable pero depende de la responsabilidad del ejecutor que el presente negocio tenga la acogida que se espera.

7.- Metas financieras

Se debe cumplir con cuatro condiciones: específicas, medibles, alcanzables y compatibles.

Al decir compatibles debes responder ¿el mercado necesita mi producto? ¿Puedo fabricarlo?

Esto es muy importante ya que como negocio se debe fijar metas financieras que hay que cumplir, caso contrario no tendrá el resultado esperado.

8.- Qué vender para alcanzar las metas financieras

Este punto es donde entra el papel de una persona emprendedora que debe estar claro en lo que debe hacer. **No se trata de empujar productos o servicios, sino adecuarse a lo que requiere el cliente**, porque como emprendedores impulsando un nuevo negocio todo depende de que compren el producto, y que regresen a comprar, pero que sobre todo que nos recomienden.

Ahora es cuando se debe focalizar no solo en el cliente sino en establecer metas que satisfagan a ambos tanto clientes como dueños del negocio.

9.- Definición inicial de precios

Para definir bien los precios se debe tomar en cuenta tres letras “c”:

Costos: Costos unitarios + gastos unitario + utilidad esperada.

Competencia: Investigar cuál es el precio más bajo, cuál es el más alto y el promedio de mercado. Una buena estrategia es entrar ligeramente por debajo del precio promedio.

Capacidad de pago de mi cliente potencial: Se debe realizar la pregunta ¿Mi consumidor lo puede comprar?

10.- Medios de marketing para el negocio

El medio que se va a utilizar lo define el nicho de mercado. Existen **dos grandes grupos de clientes: el tradicional y el digital**. Al tradicional se le vende a través de medios como radio, prensa, televisión, en los que no hay una interacción con el cliente. Pero el digital es generalmente un cliente más informado y la estrategia debe procurar la interacción entre vendedor y cliente.

Este aspecto es muy importante porque hay que tomar en cuenta que en la actualidad se usan mucho las redes sociales al que tienen acceso tanto adultos, jóvenes y niños y este sería un medio que nos ayudaría a llegar a cada uno de los clientes.

11.- Metas de marketing

Se debe destinar un porcentaje de ventas para invertir en publicidad y promoción. La publicidad da razones y la promoción incentivos. Por lo tanto se sugiere hacer campañas de promoción tanto cuando se tenga ventas bajas como ventas altas, en este último caso con el fin de incrementar la cartera de clientes.

12.- Metas para el desarrollo de nuevos productos

Se debe basar en tres fuentes para este punto:

Preguntar a los clientes. Se debe cuestionar a los clientes de forma paulatina que productos le gustaría que se incrementen o si el servicio está acorde a sus necesidades, incluso si sugiere que se cambie en algo.

Identificar al mejor. Si en el medio hay algo similar a lo que deseamos implantar debemos conocer qué características tiene este lugar con el fin de mejorar y así prestar un mejor servicio a la colectividad.

Creatividad. Este es un punto importantísimo ya que nuestra creatividad al momento de implantar nuevos productos en el mercado, debemos hacer volar nuestra imaginación siempre poniéndonos en los zapatos de nuestros posibles clientes, estando siempre delante con la innovación ya que eso nos fascina a todos.

13.- Materiales de promoción

Lo primero que debe aparecer en la publicidad no es qué se vende, qué se hace, qué se ofrece, quienes somos o los precios, sino responder a los clientes qué hace nuestro producto por ellos.

Este plan ayuda a afinar la idea, identifica variables críticas de éxito, facilita el desarrollo del proyecto, da enfoque y dirección, es una herramienta para dirigir el negocio.

Se debe recordar que nunca es todo suficiente, que día a día hay que innovar incluso en lo más mínimo porque eso le gusta al cliente.

CANTON PUYANGO

HISTORIA:

El cantón Puyango, está ubicado en la frontera sur-occidental de la provincia de Loja, con 634 km² de territorio. Su presencia en estos territorios data de unos 1.000 años aproximadamente, porque aún no se han realizado trabajos científicos arqueológicos y etnográficos que den fe de la verdadera prehistoria de este sector patrio; los numerosos restos arqueológicos encontrados en diferentes partes del cantón, los petroglifos y testimonios orales que se han transmitido de generación en generación, dan cuenta de la riqueza histórica que guarda el cantón Puyango, todavía no conocida; además, el constante accionar de sus hijos nos han legado una historia a veces triste a veces reconfortante, pero cada día la historia crece, así como cada día el paisaje geográfico se transforma ya sea por efectos naturales o por influencias de los humanos o de los animales. Su alcalde actual para el período 2014 - 2019 es Carlos Patricio Granda Sánchez. Su cabecera cantonal es la ciudad de Alamor. Su principal atracción turística es el Bosque Petrificado de Puyango, el cual está protegido como área natural del Parque nacional Podocarpus. (Desarrollo, 2014)

Puyango →



INFORMACIÓN GENERAL:

El cantón Puyango, toma el nombre del río principal que lo riega, proviene de la palabra quechua palta, Puyu = río nublado, boscoso y musgoso; está ubicado en el extremo sur occidental de la provincia de Loja, limita al Norte con la provincia de El Oro, al Sur con los cantones Pindal y Celica, al Este con el cantón Paltas y al Oeste con el cantón Zapotillo.

El territorio Puyanguense participa de dos climas: templado húmedo en la zona de altura y cálido seco en los valles bajos.

PRODUCCIÓN:

Los habitantes del cantón Puyango en su gran mayoría se dedican a la ganadería, en menor escala a la agricultura produciendo básicamente café, maíz, zarandaja, maní, guineo y yuca. Debe señalarse que por su ubicación tiene un gran movimiento comercial fundamentalmente con la provincia de El Oro, convirtiéndose esta actividad en una importante fuente de ingresos para los habitantes en general.

ALAMOR

VIAS DE COMUNICACIÓN:

- Carretera.-Principales.- Loja-Alamor y Alamor-Arenillas
- Secundarias: Alamor, Vicentino, Ciano, Arenal.
- Alamor, El Limo, Mangaurco.
- Alamor, El Derrumbo, Puyango (Puente Viejo)
- Alamor, Chaquinal, Pindal.
- Teléfonos.-Discado directo en Alamor con más de 300 líneas. Discado directo en Vicentino, Mercadillo, Ciano, El Limo, y Naranjal, con una línea en cada parroquia.
- Últimamente se dispone del servicio de telefonía celular.

FIESTAS CIVICAS Y RELIGIOSAS

- 23 de enero, aniversario de cantonización de Puyango.
- 16 de julio, fiesta comercial y religiosa en homenaje a la Virgen de El Carmen.
- 15 de agosto, fiesta comercial y religiosa en homenaje a la Virgen de la Asunción.
- 14 de septiembre fiesta comercial y religiosa en honor a nuestro Señor de Girón, en Mercadillo.
- 8 de diciembre, fiesta comercial y religiosa en honor a la Inmaculada Concepción

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

En el extremo sur-occidental de la provincia de Loja se encuentra el cantón Puyango. Limita al norte con el cantón Paltas y la provincia de El Oro, al sur con los cantones Celica y Pindal, al este con parte de Celica y Paltas, y al oeste con Zapotillo y la República del Perú. (Cordova, 2016)

GASTRONOMÍA

Entre los principales platos se encuentran: longaniza, gelatina de pata, tamales, chanfaina, tilapia frita, repe con guineo, sango de maíz y fritada.

Longaniza: Este plato se prepara con carne molida, tripas y menudencias aliñadas con achiote y sal; acompañado con arroz, mote o yuca y una ensalada.



Tamales: El principal ingrediente es el maíz y los condimentos al gusto, además lleva un relleno ya sea de carne de pollo o de cerdo con zanahoria y alberga.



Chanfaina: Principalmente se prepara este plato con la menudencia del cerdo, y se lo acompaña con yuca, mote o guineo.



Tilapia: Es un plato exquisito y llamativo que se lo acompaña con una porción de arroz, ensalada y yuca.



Repe de Guineo: Se elabora con guineo verde, queso y culantro finamente picado.



Sango de maíz: Se prepara con harina de maíz tostado que a veces lleva chicharrón o queso y se sirve con guineo, yuca o arroz es uno de los alimentos más antiguos.



Fritada: Es uno de los platos más representativos de nuestra zona que se prepara con pedacitos de carne y las costillas además se lo acompaña con mote y ensalada.



La gastronomía Ecuatoriana es muy variada pero sobre todo deliciosa, en cada lugar de nuestro país se encuentran aún lugares que preparan platos típicos de la zona pero soy muy pocos, en la actualidad se está dejando de lado la tradición a pesar de que la gente en la mayoría de los casos aun opta por deleitar como dice la frase popular “PRIMERO LO NUESTRO”.

PUBLICIDAD.-

Para dar mayor realce e importancia a este proyecto debemos pensar en un nombre que lo represente de tal manera que llame la atención de los clientes.

Este es un nombre que llamaría la atención de la ciudadanía porque abarca todo lo que queremos que la gente sepa de este restaurant, y acudirían a él para deleitarse con cada

plato preparado por manos expertas y sobre todo con el ingrediente principal que es el amor con que se prepara cada plato.

Además se debe implementar un sistema informativo en los medios de comunicación y redes sociales que estén al alcance de todos, para que se informen de lo que ofrecemos y así también conocer lo que la gente opina de este Restaurant, entonces así poder lograr el éxito necesario.

Es muy importante que la ciudadanía conozca lo que se ofrece en el Restaurant, también se debe dar a conocer por estos medios de comunicación los horarios de atención para que la gente tenga claro que días y a qué hora pueden acudir a este local.

PLAN DE NEGOCIO

Un plan de negocios es un documento fundamental para el empresario, tanto para una gran empresa como para una pequeña. En distintas situaciones de la vida de una empresa se hace necesario mostrar en un documento único todos los aspectos de un proyecto: para su aprobación por superiores dentro de la organización, para convencer a un inversionista, para respaldar un pedido de crédito o para presentar una oferta de compra.

El presente plan de negocios busca dar respuestas específicas a las cinco preguntas que todo empresario o inversionista desean resolver;

- ¿Qué es y en qué consiste la restaurant?
- ¿Si tendrá la viabilidad necesaria el restaurant?
- ¿En qué lugar se llevara a cabo el plan de negocio?
- ¿En qué tiempo se puede implementar este plan de negocio?

- ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y qué estrategias se va a usar para conseguirlos?

Un plan de negocios es un documento fundamental para el empresario, tanto para una gran empresa como para una pequeña. En distintas situaciones de la vida de una empresa se hace necesario mostrar en un documento único todos los aspectos de un proyecto: para su aprobación por superiores dentro de la organización, para convencer a un inversionista, para respaldar un pedido de crédito o para presentar una oferta de compra.

El restaurant consiste en brindar a la ciudadanía un lugar nuevo y novedoso, donde encontrara todo tipo de comidas típicas de la zona para que deleiten tanto su paladar como el del resto de las personas que nos visiten.

Las partes esenciales del plan de negocios para el montaje de un restaurante son:

a) Cubierta y Contenido del Plan

b) Objetivo

c) Desarrollo del Plan: Corta descripción del tipo de restaurante que se tiene en mente, quienes van hacer los socios, ésta debe incluir:

- Nombre, dirección, número telefónico, dirección telefónica, y diseño gráfico. (por ejemplo: logotipo o distintivos).

- Una descripción de la clase y estilo de restaurante. (Por ejemplo: elegante, cómodo, lugar rustico).

- Localización

- Perfil de Clientes y mercado objetivo. Estrategias de marketing y de publicidad.

- Descripción de la competencia y análisis de qué hace a su restaurante especial, y de porque llenará un vacío en el mercado.

- Equipo directivo: Las destrezas, experiencia, y habilidades de los miembros. (Chef, Administrador de comedor, diseñador del restaurant, etc.).
- Estructura de propiedad y del negocio: Quien va a tener qué porcentaje de la empresa. (Capital Propio- Deuda).
- Descripción de la estructura de la operación.

Se espera tener la viabilidad necesaria ya que en toda la zona no existen lugares en los que se encuentre solamente comidas típicas, por lo tanto se espera tener la acogida necesaria por parte de los consumidores y la ciudadanía en general.

Es importante de la misma forma tener en cuenta lo siguiente:

- El tipo o clase: (Fino o Gourmet, familiar, restaurant rustico, comida rápida, etc.)
- El Local (Tamaño)
- Número de mesas y asientos.
- Número de empleados.
- Comidas que sirven.
- Promedio de cuenta por comida.
- Tipo de propiedad. (Manejado por su dueño, de propiedad del chef).
- Promedio de edad de los clientes.
- Promociones y eventos.

El lugar es uno de los aspectos más importantes en el presente proyecto ya que se va a instaurar en la ciudad de Alamor ya que es la cabecera cantonal de Puyango, y es donde llegan de todas partes por ser un lugar estratégico, nos visitan personas de la sierra de la costa incluso extranjeros que tendrán un sitio donde deleitar su paladar con comidas típicas de la zona.

Simultáneamente a todo esto también es importante realizar un estudio detallado en donde se analicen los siguientes aspectos: Análisis del área en cuestión, Perfil Demográfico, Perfil Económico, Análisis de la competencia, Perfil Industrial y Turístico, Estrategia de Marketing, También es de vital importancia los planes contar con un Plan Comercial, y un Plan Operacional.

Este será un negocio que se deberá implantar en el transcurso de tres meses, en vista de que no se realizara la construcción del lugar sino más bien se deberá arrendar un local que cuente con las condiciones necesarias para brindar una mayor atención y comodidad a los clientes y posibles consumidores.

Otra parte fundamental de todo PLAN DE NEGOCIOS, es la parte Financiera, es por esto que se explicará en detalle las partes fundamentales, para el buen manejo de un plan financiero, este comprende dos partes fundamentales: un presupuesto de capital y un estado de pérdidas y ganancias proyectado, o sea es necesario mostrar qué cantidad de dinero es necesaria para la puesta en marcha del restaurante, y de la misma forma mostrar cómo el negocio generará suficientes ingresos para poder pagar las deudas de las inversiones incurridas. En ésta, se contemplará: El presupuesto de capital, Costos de Personal, Estados Financieros; y luego de haber examinado todos los puntos, se empezará con la puesta en marcha del mismo; El plan de Inversión, deberá ser el siguiente paso, y se considera como una de las partes más importantes de todo plan, ya que en esta parte se determina, la cantidad de dinero requerida para empezar a trabajar en el restaurant; y las fuentes de donde saldrá ese dinero, una pregunta muy frecuente que se hace en este punto.

Un plan financiero debe contar principalmente con:

Presupuesto de Capital: Este detalla los costos iniciales para emprender en este negocio, tomando en cuenta los gastos de construcción y demás en caso de ser un lugar completamente nuevo o gastos de arrendamiento etc., además los gastos en personal y demás gastos para emprender ya con este negocio.

Este es un proyecto enmarcado en la carrera de administración de empresas, es por ello que se espera tener la mayor acogida de la población ya que es una idea que surge de la necesidad de que en el Cantón Puyango no existe ni ha existido un lugar en donde se le haya prestado mayor atención a la cultura y tradición que nos caracteriza.

Se espera tener la viabilidad necesaria ya que en toda la zona no existen lugares en los que se encuentre solamente comidas típicas, por lo tanto se espera tener la acogida necesaria por parte de los consumidores y la ciudadanía en general.

Es importante de la misma forma tener en cuenta lo siguiente:

- El tipo o clase: (Fino o Gourmet, familiar, restaurant rustico, comida rápida, etc.)
- El Local (Tamaño)
- Número de mesas y asientos.
- Número de empleados.
- Comidas que sirven.
- Promedio de cuenta por comida.
- Tipo de propiedad. (Manejado por su dueño, de propiedad del chef).
- Promedio de edad de los clientes.
- Promociones y eventos.

El lugar es uno de los aspectos más importantes en el presente proyecto ya que se va a instaurar en la ciudad de Alamor ya que es la cabecera cantonal de Puyango, y es donde

llegan de todas partes por ser un lugar estratégico, nos visitan personas de la sierra de la costa incluso extranjeros que tendrán un sitio donde deleitar su paladar con comidas típicas de la zona.

Simultáneamente a todo esto también es importante realizar un estudio detallado en donde se analicen los siguientes aspectos: Análisis del área en cuestión, Perfil Demográfico, Perfil Económico, Análisis de la competencia, Perfil Industrial y Turístico, Estrategia de Marketing, También es de vital importancia los planes contar con un Plan Comercial, y un Plan Operacional.

Este será un negocio que se deberá implantar en el transcurso de tres meses, en vista de que no se realizara la construcción del lugar sino más bien se deberá arrendar un local que cuente con las condiciones necesarias para brindar una mayor atención y comodidad a los clientes y posibles consumidores.

Otra parte fundamental de todo PLAN DE NEGOCIOS, es la parte Financiera, es por esto que se explicará en detalle las partes fundamentales, para el buen manejo de un plan financiero, este comprende dos partes fundamentales: un presupuesto de capital y un estado de pérdidas y ganancias proyectado, o sea es necesario mostrar qué cantidad de dinero es necesaria para la puesta en marcha del restaurante, y de la misma forma mostrar cómo el negocio generará suficientes ingresos para poder pagar las deudas de las inversiones incurridas. En ésta, se contemplará: El presupuesto de capital, Costos de Personal, Estados Financieros; y luego de haber examinado todos los puntos, se empezará con la puesta en marcha del mismo; El plan de Inversión, deberá ser el siguiente paso, y se considera como una de las partes más importantes de todo plan, ya que en esta parte se determina, la cantidad de dinero requerida para empezar a trabajar

en el restaurant; y las fuentes de donde saldrá ese dinero, una pregunta muy frecuente que se hace en este punto.

Un plan financiero debe contar principalmente con:

Presupuesto de Capital: Este detalla los costos iniciales para emprender en este negocio, tomando en cuenta los gastos de construcción y demás en caso de ser un lugar completamente nuevo o gastos de arrendamiento etc., además los gastos en personal y demás gastos para emprender ya con este negocio.

Este es un proyecto enmarcado en la carrera de administración de empresas, es por ello que se espera tener la mayor acogida de la población ya que es una idea que surge de la necesidad de que en el Cantón Puyango no existe ni ha existido un lugar en donde se le haya prestado mayor atención a la cultura y tradición que nos caracteriza.

ALCANCE:

Esta es una idea que nace de la necesidad de que toda la ciudadanía y los turistas que nos visiten conozcan nuestra cultura y nuestra gastronomía.

El presente proyecto ha sido elaborado con recursos propios (autofinanciado) en un lapso de tres meses a partir del mes de octubre, por lo que se espera que tenga la viabilidad esperada.

METODOLOGIA:

METODOS:

El método científico: es una serie ordenada de procedimientos de que hace uso la investigación científica para observar la extensión de nuestros conocimientos. Podemos concebir el método científico como una estructura, un armazón formado por reglas y principios coherentemente ordenados. (Merino., 2012)

Quizás uno de los más útiles o adecuados, capaz de proporcionarnos respuesta a nuestras interrogantes. Respuestas que no se obtienen de inmediato de forma verdadera, pura y completa, sin antes haber pasado por el error. Esto significa que el método científico llega a nosotros como un proceso, no como un acto donde se pasa de inmediato de la ignorancia a la verdad.

Dentro del Método Científico tenemos los siguientes pasos:

- **Observación:** Consiste en la recopilación de hechos acerca de un problema o fenómeno natural que despierta nuestra curiosidad
- **Hipótesis:** Es la explicación que nos damos ante el hecho observado. Su utilidad consiste en que nos proporciona una interpretación de los hechos de que disponemos, interpretación que debe ser puesta a prueba por observaciones y experimentos posteriores.
- **Experimentación:** Consiste en la verificación o comprobación de la hipótesis
- **Teoría:** Es una hipótesis en cual se han relacionado una gran cantidad de hechos acerca del mismo fenómeno que nos intriga
- **Ley:** Consiste en un conjunto de hechos derivados de observaciones y experimentos debidamente reunidos, clasificados e interpretados que se consideran demostrados.

Método inductivo: es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. El método inductivo suele basarse en la observación y la experimentación de hechos y acciones concretas para así poder llegar a una resolución o conclusión general sobre estos; es decir en este proceso se

comienza por los datos y finaliza llegan a una teoría, por lo tanto se puede decir que asciende de lo particular a lo general. En el método inductivo se exponen leyes generales acerca del comportamiento o la conducta de los objeto partiendo específicamente de la observación de casos particulares que se producen durante el experimento. (M, Definicion de Metodos, 2015)

La metodología utilizada para la realización de este proceso puede resumirse en cuatro pasos, los cuales comprenden la observación de los hechos o acciones y registro de ellos, la indagación científica da inicio siempre partiendo de un fenómeno en particular, que no posee una explicación propia dentro de los posibles conocimientos científicos existentes en dado momento; luego viene la elaboración de una hipótesis o el análisis de lo observado anteriormente, aquí se forma una posible explicación y posible definición de lo observado; a continuación en la tercera parte del proceso se presenta la deducción de predicciones o la clasificación de los fundamentos anteriormente obtenidos, estas predicciones se formulan a partir de la hipótesis; y finalmente el cuarto paso se pone en marcha el experimento, y encontramos la representación de los enunciado universales derivados del proceso de investigación que se realizó.

Método deductivo: Las principales características de este método son que se apoya en ir correlacionando ciertos conocimientos que suponen ser verdaderos de manera que derivan de nuevos conocimientos; otra posible característica es que acopla principios simples y necesarios, y finalmente se valida de la lógica. (M, Definicion de Metodos, 2015)

Al realizar una teoría con el método hipotético-deductivo debe seguirse una serie de pasos o etapas. Primero el proceso de inducción para obtener un sumario o compilación descriptiva de los hechos que se observaron; segundo aparece el proceso de deducción donde generalizan las explicaciones y descripciones impulsadas para poder o tratar de aplicarlas a circunstancias y hechos aun sin observar; tercero, las posibles hipótesis o teorías resultantes de la fase anterior serán puestas a prueba real o en concreto; y la cuarta etapa son organizadas en principios generales, las teorías que fueron validadas, las cuales pueden tener relación para luego dar paso a una teoría propia.

Método Sintético: es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades. (Limon)

La síntesis significa reconstruir, volver a integrar las partes del todo; pero esta operación implica una superación respecto de la operación analítica, ya que no representa sólo la reconstrucción mecánica del todo, pues esto no permitirá avanzar en el conocimiento; implica llegar a comprender la esencia del mismo, conocer sus aspectos y relaciones básicas en una perspectiva de totalidad. No hay síntesis sin análisis sentencia Engels, ya que el análisis proporciona la materia prima para realizar la síntesis.

Por lo tanto es aquella interpretación de todos los resultados obtenidos en la presente investigación.

TECNICAS:

Son aquellas herramientas utilizadas en el proyecto de investigación, la principal herramienta en este proyecto será la encuesta misma que nos ayudara a conocer más a fondo las necesidades de la población.

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. (Thompson, 2006)

Esta encuesta se dirigirá principalmente a madres y padres de familia de la localidad, ya que son ellos los posibles consumidores potenciales de nuestro producto.

PROCEDIMIENTOS:

1. Indagar sobre el producto.
2. Elaboración del Instrumento.
3. Segmentación del Mercado.
4. Aplicar la encuesta.
5. Tabulación de Resultados.
6. Determinación de oferta y demanda
7. Factibilidad.

POBLACION:**Puyango:**

Según datos del INEC del último censo poblacional, la población total del Cantón Puyango es de 15.513 habitantes, de los cuales 7.627 son mujeres y 7886 son hombres. (INEC, 2010)

Alamor:

Según datos otorgados por el INEC, se conoce que la población de la cabecera cantonal Alamor es de 8296 habitantes de los cuales 4119 son hombres y 4177 son mujeres. (PUYANGO, 2014-2019)

SEGMENTACION DE MERCADO:

Para poder segmentar el mercado potencial del total de la población de la cabecera cantonal se ha tomado en cuenta únicamente a la población económicamente activa, mismos que son los que cuentan con trabajo e ingresos que los permitirá ser en un futuro los posibles clientes potenciales.

Del total de la población el 15% representa aquel grupo de 24 años en adelante que tiene ingresos y que se convierte en la población económicamente activa que serán quienes consumirán los productos que se ofrezcan en el Restaurant.

Muestra:

Para saber datos específicos que nos ayudara a conocer si el presente proyecto tendrá la factibilidad esperada debemos realizar una encuesta al menos al diez por ciento de la población económicamente activa que probablemente esté interesada en deleitar su

paladar con comidas típicas de la zona, eso quiere decir que la encuesta la realizare a 124 personas.

- Total Población Económicamente activa en la ciudad de Alamor: 8296
- 15% de la Población Económicamente activa que se convertirán en nuestros posibles consumidores: 1244.

MUESTRA:

Para obtener una muestra tomaremos el 10% del total de los posibles consumidores:

MUESTRA= Posibles consumidores * 10% (porcentaje al que aplicaremos la encuesta)

$$\underline{\underline{\text{MUESTRA} = 1244 * 10\% = 124}}$$

En resumen vamos a aplicar la encuesta a 124 personas para conocer que opinan cada uno de ellos lo que piensan de este emprendimiento que vamos a realizar.

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Selección del tema	X																			
2. Presentación del tema		X																		
3. Elaboración del anteproyecto			X																	
4. Presentación del anteproyecto					X															
5. Desarrollo del Plan de investigación						X														
6. Lineamientos del trabajo							X													
7. Presentación de los borradores de la tesis									X											
8. Presentación original de la tesis												X								
9. disertación privada															X					
10. Incorporación																	X			

RECURSOS Y PRESUPUESTO:

RECURSOS HUMANOS:

- ✓ **Tesista:** Paulina Anabel Elizalde Mendoza
- ✓ **Director:** Por designar
- ✓ **Población:** Del total de la población de la cabecera cantonal se tomó una muestra del 15% de la población que es 144 personas.

RECURSOS MATERIALES:

- ✓ Computador
- ✓ Esferos
- ✓ Lápices
- ✓ Borradores
- ✓ Hojas
- ✓ Impresora
- ✓ Cartuchos
- ✓ Libros de investigación

PRESUPUESTO:

DETALLE	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	600,50	600,50
Empastados	3	10,00	30,00
Borradores de Tesis	3	18	54,00
Internet	45	1,00	45,00
Transporte	15	1,00	15,00
Alimentación	8	3,00	24,00
Copias	400	0,03	12,00
Esferos	4	1,00	4,00
Lápices	2	0,35	0,70
Borradores	1	0,40	0,40
Hojas (resmas papel)	5	4,00	20,00
Cartuchos	4	5,00	20,00
SUBTOTAL			825,60
IMPREVISTOS 3%			24,77
TOTAL			850,37

Cabe recalcar que el presente proyecto ha sido autofinanciado por parte del tesista, ya que lo he realizado con el mayor esfuerzo y sacrificio pero sobre todo con recursos económicos propios.

ANEXOS:**ENCUESTA PARA CONSUMIDORES**

A continuación encontrará un formulario con preguntas relacionadas con sus hábitos y preferencias que ayudarán a la estructuración de un plan de negocios para la creación de un Restaurant de comidas típicas en la ciudad de Alamor. La resolución de ellas tomará pocos minutos de su tiempo. Agradecemos la mayor sinceridad en sus respuestas.

1. Su sexo (marque con X):

Femenino

Masculino

2. Cuál es su rango de edad? (marque con X):

18 ---28

29---38

39---48

49---58

59---68

3. Estado civil (marque con X):

a. Soltero (a)

b. Casado (a)

c. Divorciado (a)_

d. Viuda (o)

4. ¿Tiene usted hijos (as)? (marque con X): Si_ No

Sí

No

5. Su ocupación (señale con una X):

Estudiante

Empleado

Independiente

6. ¿Acostumbra usted a salir a algún restaurante? (Marque con X)

Sí

No

7. Con que frecuencia acostumbra usted ir a un Restaurant? (Marque con una X):

Todos los días

Una vez a la semana

Dos veces a la semana

Tres a cinco veces a la semana

Una vez al mes

Dos veces al mes_

8. Por qué va a un restaurant. (Señale con X)

Por salir de la rutina

Porque me invitan

Por deleitar nuevos platos

Porque no tengo tiempo de cocinar

9. ¿Ha estado en un restaurant de comida típica anteriormente? (señale con una X)

Sí

No

10. ¿Conoce en que consiste la comida tradicional de Puyango (señale con una X)

Sí

No

11. Cuanto está usted dispuesto a pagar por un PLATO TRADICIONAL en un restaurant de comidas típicas (señale con una X):

Entre

2 a 3 dólares

Entre 3 a 4 dólares

Entre 4 a 5 dólares

12. ¿Por favor indique cuál es su restaurant favorito en ciudad de Alamor?

.....
.....

13. ¿Qué es lo que MAS le gusta de su restaurant favorito en Alamor?

.....
.....

14. ¿Qué le gustaría que mejore su restaurant favorito?

.....
.....

15. Cree usted que un restaurant de comidas típicas en la Ciudad de Alamor tendrá la acogida por parte de la ciudadanía?

Sí

No

Porque?.....

16. Que platos típicos cree usted que más le gustan a la ciudadanía?

.....
.....

17. Cree usted que en un restaurant de comida tradicional se le debe dar a cada plato típico una presentación más moderna para que llame la atención de los consumidores?

Sí No

Porque?.....

Muchas gracias por su colaboración.