



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**RELACIÓN DE LAS PYMES ESPECIALIZADAS EN COMIDA
NACIONAL-INTERNACIONAL CON DESARROLLO ECONÓMICO DEL
CANTÓN LA LIBERTAD: UNA PROPUESTA DE NEGOCIOS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
EN OPCIÓN AL GRADO ACADÉMICO DE
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE LAS PYMES**

AUTORA:

Ing. Angela María Tomalá Robles

TUTOR:

ING.WILLIAM NÚÑEZ DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2019



**RELACIÓN DE LAS PYMES ESPECIALIZADAS EN COMIDA
NACIONAL-INTERNACIONAL CON DESARROLLO ECONÓMICO DEL
CANTÓN LA LIBERTAD: UNA PROPUESTA DE NEGOCIOS**

Autora:

Ing. Angela María Tomalá Robles

Tutor:

Ing. William Núñez De la Cruz, MSc.

RESUMEN

El desarrollo económico se compone de elementos que indican la situación que enfrenta una sociedad en su crecimiento productivo, económico, social, educativo, empresariales, es por ello que se realiza un análisis del efecto que tienen las pymes del sector restaurantero de comida nacional e internacional del cantón La Libertad en este importante indicador, considerando estos parámetros se define el objetivo de esta investigación que es desarrollar un plan de negocios para que las Pymes del sector de restauración de comida nacional e internacional puedan tomar como ejemplo para mantener a sus pequeños o medianos negocios en competitividad, en esta investigación se empleó un tipo de investigación exploratoria y descriptiva además de los métodos analítico y deductivo. La población determinada para este estudio fue el cantón La Libertad, segmentada por las personas que mantienen un rango de edad entre 15 a 64 años, posteriormente se aplicó un muestreo aleatorio simple para aplicar las técnicas de recolección de datos que fue la entrevista y la encuesta, donde se aplicó la entrevista a diferentes representantes de restaurantes y la encuesta a los habitantes. Para finalizar, se diseñó un plan de negocios el cual está compuesto por: naturaleza del proyecto, estudio de mercado, estudio organizacional y análisis económico-financiero

Palabras Clave: Desarrollo económico, pymes, plan de negocios, restaurantes, comida.



**RELATIONSHIP OF SMEs SPECIALIZING IN NATIONAL-
INTERNATIONAL FOOD WITH ECONOMIC DEVELOPMENT CANTÓN
LA LIBERTAD: A BUSINESS PROPOSAL**

Author:

Ing. Angela María Tomalá Robles

Advisor:

Ing. William Núñez De la Cruz, MSc.

ABSTRACT

Economic development is composed of elements that indicate the situation facing a society in its productive, economic, social, educational, business growth, which is why an analysis of the effect of Pymes in the sector is carried out restaurant of national and international food of the canton La Libertad in this important indicator, considering these parameters defines the objective of this research which is to develop a business plan for SMEs in the food catering sector national and international can take as an example to keep their small or medium-sized businesses competitive, this research used a type of exploratory and descriptive research in addition to analytical and deductive methods. The population determined for this study was the canton La Libertad, segmented by people who maintain a range of age between 15 and 64 years, a simple random sampling was subsequently applied to apply the data collection techniques that was the interview and the survey, where the interview was applied to different restaurant representatives and the survey to the inhabitants. Finally, a business plan was designed which consists of nature of the project, market study, organizational study and economic-financial analysis

Keywords: economic development, Pymes, business plan, restaurants, food.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación “RELACIÓN DE LAS PYMES ESPECIALIZADAS EN COMIDA NACIONAL-INTERNACIONAL CON DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN LA LIBERTAD: UNA PROPUESTA DE NEGOCIOS”, elaborado por la Ingeniera Tomalá Robles Angela María, maestrante del programa de Maestría en Administración de Empresas con mención en Gestión de las Pymes, Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del grado académico de Magister en Administración de Empresas con Mención en Gestión de las Pymes, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes

Atentamente,



Ing. William Núñez De La Cruz, MSc.

TUTOR

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación denominado “RELACIÓN DE LAS PYMES ESPECIALIZADAS EN COMIDA NACIONAL-INTERNACIONAL CON DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN LA LIBERTAD: UNA PROPUESTA DE NEGOCIOS”, elaborado por la Ing. Angela María Tomalá Robles, declaran que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por el Instituto de Postgrado pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Ing. Angela María Tomalá Robles

C.I.: 0912488343

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, fuente de luz y sabiduría. A nuestros estimados catedráticos de manera especial al Ing. William Núñez De La Cruz, MSc., tutor del trabajo de tesis por compartir conmigo sus conocimientos, experiencias y habilidades profesionales. A mis compañeros maestrantes que de una u otra forma me apoyaron y animaron para concluir con éxito este proyecto

Angela Tomalá Robles

DEDICATORIA

Este trabajo producto de mucho esfuerzo y sacrificio lo dedico a mis hijos, fuentes de inspiración y motor que me impulsa a los más grandes ideales, y a mis queridos padres a quienes le debo la esencia de mi ser porque motiva mis ideales; a mi señor Jesús que de lo alto me alienta me impulsa para obtener mis logros, me bendice en mis momentos difíciles dándome fuerzas, y quien me enseñó a ser diferente ante las adversidades de la vida mi adorado esposo Ing. Juan Carlos Gómez que con mucha paciencia valora mis logros siendo el motor de inspiración en mi vida.

Angela Tomalá Robles

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Arturo Gustavo Benavides Rodríguez, PhD.

DIRECTOR DE POSTGRADO



Eco. William Alberto Caiche Rosales, MSc.

ESPECIALISTA DEL ÁREA



Ing. Edgar Leonardo Cañizares Cedeño, PhD.

ESPECIALISTA DEL AREA



Ing. William Amador Núñez De la Cruz, MSc.

PROFESOR TUTOR



Ab. Víctor Manuel Coronel Ortiz, MSc.

SECRETARIO GENERAL

ÍNDICE GENERAL

AUTORA:.....	;Error! Marcador no definido.
RESUMEN	;Error! Marcador no definido.
ABSTRACT.....	;Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	;Error! Marcador no definido.
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	;Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTOS	;Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	;Error! Marcador no definido.
TRIBUNAL DE GRADO	;Error! Marcador no definido.
ÍNDICE GENERAL	;Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE FIGURAS.....	;Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE TABLAS	;Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE APÉNDICE	;Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	;Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I	;Error! Marcador no definido.
MARCO TEÓRICO.....	;Error! Marcador no definido.
1.1 Revisión de la literatura.....	;Error! Marcador no definido.
1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos.....	;Error! Marcador no definido.
1.2.1 Pymes.....	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.1 Clasificación de las pymes por tamaño	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.1.1 Pequeñas Empresas.....	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.1.2 Medianas empresas.....	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.2 Clasificación de las pymes por sector	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.2.1 Servicio	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.2.2 Comercio.....	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.3 Situación actual	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.3.1 Estabilidad	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.3.2 Desarrollo social	;Error! Marcador no definido.
1.2.1.3.3 Desarrollo productivo.....	;Error! Marcador no definido.

1.2.2 Desarrollo económico.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2.1. Endógeno.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2.2 Actores del desarrollo.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2.2.1 Político—Administrativo.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2.2.2 Empresariales	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2.2.3 Sociales	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2.3 Ventaja económica	¡Error! Marcador no definido.
1.3 Fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales	¡Error! Marcador no definido.
1.3.1 Fundamentos sociales	¡Error! Marcador no definido.
1.3.2 Fundamentos psicológicos	¡Error! Marcador no definido.
1.3.3 Fundamentos legales.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO II.....	¡Error! Marcador no definido.
MATERIALES Y MÉTODOS	¡Error! Marcador no definido.
2.1 Tipo de investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.2 Método de investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.3 Diseño de muestreo.....	¡Error! Marcador no definido.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	¡Error! Marcador no definido.
3.1 Análisis de los datos (cualitativos y cuantitativos)	¡Error! Marcador no definido.
3.2 Validación de hipótesis	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO IV.....	¡Error! Marcador no definido.
PROPUESTA.....	¡Error! Marcador no definido.
CONCLUSIONES	¡Error! Marcador no definido.
RECOMENDACIONES.....	¡Error! Marcador no definido.
BIBLIOGRAFÍA	¡Error! Marcador no definido.
APÉNDICE.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Variables de clasificación: Tamaño de empresa	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2: Crecimiento del PIB (%anual) - Ecuador	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3: Establecimientos de Servicio de alimentos y bebidas	¡Error! Marcador no definido.
Figura 4: Elementos básicos del desarrollo	¡Error! Marcador no definido.
Figura 5: Género	¡Error! Marcador no definido.
Figura 6: Edad	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7 Nivel de Estudios	¡Error! Marcador no definido.
Figura 8: Tiempo de funcionamiento	¡Error! Marcador no definido.
Figura 9: Motivo para emprender	¡Error! Marcador no definido.
Figura 10: Número de colaboradores inicio	¡Error! Marcador no definido.
Figura 11: Número de trabajadores actuales	¡Error! Marcador no definido.
Figura 12: Satisfacción del cliente	¡Error! Marcador no definido.
Figura 13: Limitaciones del crecimiento empresarial	¡Error! Marcador no definido.
Figura 14: Estrategia de ventaja competitiva	¡Error! Marcador no definido.
Figura 15: Plan de negocios para fortalecer	¡Error! Marcador no definido.
Figura 16: Las pymes y el desarrollo socioeconómico	¡Error! Marcador no definido.
Figura 17: Capacitación emprendimientos	¡Error! Marcador no definido.
Figura 18: Género	¡Error! Marcador no definido.
Figura 19: Edad	¡Error! Marcador no definido.
Figura 20: Frecuencia de visita	¡Error! Marcador no definido.
Figura 21: Factores de elección	¡Error! Marcador no definido.
Figura 22: Costa	¡Error! Marcador no definido.
Figura 23: Sierra	¡Error! Marcador no definido.
Figura 24: Comida Internacional	¡Error! Marcador no definido.
Figura 25: Bebidas	¡Error! Marcador no definido.
Figura 26: Promedio de consumo	¡Error! Marcador no definido.
Figura 27: Servicio	¡Error! Marcador no definido.
Figura 28: Mejora de servicio	¡Error! Marcador no definido.
Figura 29: Experiencia	¡Error! Marcador no definido.
Figura 30: Valor agregado	¡Error! Marcador no definido.
Figura 31: Desarrollo Socioeconómico	¡Error! Marcador no definido.

- Figura 32: Compañías de comercio en el Ecuador..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 33: Análisis FODA..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 34: Filosofía Empresarial **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 35: Elementos diferenciadores de BOCAGOURMET**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 36: Oferta Turística de la Provincia de Santa Elena.....**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 37: Logotipo del restaurante BOCAGOURMET .. **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 39: Correo electrónico del restaurante BOCAGOURMET ..**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 40: Fan Page de Facebook del restaurante BOCAGOURMET **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 40: Página de Instagram – BOCAGOURMET **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 41: WhatsApp – BOCAGOURMET **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 42: Temática 1 – Festival de Comida Nacional **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 43: Temática 2 – Festival de Comida Internacional.....**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 44: Temática 3 – Festival de Comida Italiana..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 45: Temática 4 – Festival de Comida Francesa **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 46: Temática 5 – Festival de Comida Japonesa **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 47: Temática 6 – Festival de Comida Mexicana..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 48: Temática 7 – Festival de Comida Peruana..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 49: Festividades y tradiciones locales **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 50: Promociones en bebidas **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 51: Plan de introducción al mercado - BOCAGOURMET ..**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 52: Diagrama de flujo del proceso de producción. **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 53: Diagrama de flujo del proceso de servicio o comercialización..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 54: Distribución de la planta – Empresa **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 55: Organigrama del restaurante BOCAGOURMET**¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 56: Políticas organizacionales **¡Error! Marcador no definido.**
- Figura 57: Objetivos del Área de Finanzas **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 58: Grupos de un Plan de Cuentas ¡Error! Marcador no definido.
Figura 59: Costos ¡Error! Marcador no definido.
Figura 60: Gastos ¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de estudio – Habitantes	37
Tabla 2: Población de estudio – Emprendedores/Empresarios de las Pymes	38
Tabla 3: Muestra de investigación – Habitantes	39
Tabla 4: Muestra de investigación – Emprendedores/Empresarios de Pymes	40
Tabla 5: Género.....	43
Tabla 6: Edad	44
Tabla 7: Nivel de Estudios	45
Tabla 8: Tiempo de funcionamiento	46
Tabla 9: Motivo para emprender.....	47
Tabla 10: Número de colaboradores inicio	48
Tabla 11: Número de trabajadores actuales	49
Tabla 12: Satisfacción del cliente	50
Tabla 13: Limitaciones del crecimiento empresarial	51
Tabla 14: Estrategia de ventaja competitiva	52
Tabla 15: Plan de negocios	53
Tabla 16: Las pymes y el desarrollo socioeconómico	54
Tabla 17: Capacitación emprendimientos.....	55
Tabla 18: Género.....	56
Tabla 19: Edad	57
Tabla 20: Frecuencia de visita	58
Tabla 21: Factores de elección.....	59
Tabla 22: Costa	60
Tabla 23: Sierra.....	61
Tabla 24: Comida Internacional.....	62
Tabla 25: Bebidas.....	63
Tabla 26: Promedio de consumo.....	64
Tabla 27: Servicio	65
Tabla 28: Mejora de servicio.....	66

Tabla 29: Experiencia	67
Tabla 30: Valor agregado.....	68
Tabla 31: Desarrollo Socioeconómico	69
Tabla 32: Análisis de las variables de estudio – Método “Chi-Cuadrado”	71
Tabla 33: Prueba de Chi-Cuadrado de Pearson.....	72
Tabla 34: Proceso de selección del nombre de la empresa	74
Tabla 35: Clasificación de empresas.....	75
Tabla 36: Alternativas de localización para la empresa – cantón La Libertad	79
Tabla 37: Evaluación de los Factores Clave de Éxito (FCE).....	80
Tabla 38: Consumo aparente Restaurante BOCAGOURMET	87
Tabla 39: Análisis de la competencia.....	88
Tabla 40: Segmentación de mercado	90
Tabla 41: Oferta gastronómica nacional - Costa.....	91
Tabla 42: Oferta gastronómica nacional - Sierra	92
Tabla 43: Oferta gastronómica internacional.....	93
Tabla 44: Portafolio de Bebidas	94
Tabla 45: Lista de precios – BOCAGOURMET	97
Tabla 46: Proveedores del restaurant BOCAGOURMET	115
Tabla 47: Equipos a utilizar y características.....	116
Tabla 46: Manual de funciones del Administrador.....	120
Tabla 49: Manual de funciones del Cajero	121
Tabla 50: Manual de funciones del Chef	122
Tabla 51: Manual de funciones del Ayudante de Cocina	123
Tabla 52: Manual de funciones del Mesero	124
Tabla 53: Programa de capacitación para meseros	126
Tabla 54: Modelo de Evaluación 360 grados – BOCAGOURMET.....	128
Tabla 55: Plan de Cuentas del Restaurante BOCAGOURMET	137
Tabla 56: Presupuesto de Ingresos del Restaurante BOCAGOURMET	139
Tabla 57: Costos del Restaurante BOCAGOURMET.....	140
Tabla 58: Gastos del Restaurante BOCAGOURMET.....	141
Tabla 59: Capital de Trabajo del Restaurante BOCAGOURMET	143

Tabla 60: Activos Fijos del Restaurante BOCAGOURMET	143
Tabla 61: Capital Social del Restaurante BOCAGOURMET	144
Tabla 62: Inversión Total del Restaurante BOCAGOURMET	145
Tabla 63: Financiamiento del Restaurante BOCAGOURMET	145
Tabla 64: Estado de Resultados del Restaurante BOCAGOURMET.....	147
Tabla 65: Flujo de Caja del Restaurante BOCAGOURMET	148
Tabla 66: Balance General del Restaurante BOCAGOURMET	149
Tabla 67: Indicadores Financieros	150
Tabla 68: Criterios de Aceptación de un Negocio Rentable	154
Tabla 69: Período de Recuperación de Inversión	154

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1: Matriz de Consistencia	164
Apéndice 2: Estados Financieros	165
Apéndice 3: Formato de encuesta a habitantes del cantón La Libertad.....	166
Apéndice 4: Formato de encuesta a habitantes emprendedores/empresarios	169
Apéndice 5: Evidencia fotográfica.....	172

INTRODUCCIÓN

En Ecuador, las PYMES representan más del 40% de las empresas registradas, concentran el 65% del empleo total y generan el 25% del PIB no petrolero. De ahí la necesidad de asumir los retos de la competitividad empresarial y las limitaciones internas predominantes en su entorno nacional. En respuesta a ello se desarrolla este presente trabajo de investigación, con la finalidad de analizar el efecto de las PYMES de comida nacional-internacional en el desarrollo económico del sector de restauración, cantón La Libertad, Ecuador.

Se propone un modelo de plan de negocios que abarque la solución a las problemáticas presentadas durante el proceso de investigación en este campo de estudio como, la parte económica, legal, publicitaria, etc.

Considerando que las Pymes ecuatorianas se caracterizan por ser administradas de manera empírica, existiendo una serie de barreras las cuales las han limitado a continuar con sus gestiones en pro del desarrollo económico y social dentro del país. Es entonces cuando nace la importancia de realizar esta investigación previa a los resultados en cuanto a alcances económicos, social y político que se pueda obtener de esta.

Por ello, surge la necesidad de realizar estudios que sirvan como base para los emprendedores o empresarios que decidan poner en marcha sus negocios, pero necesitan de las herramientas y estrategias idóneas para garantizar el crecimiento empresarial de cada negocio, y dejar de lado la administración empírica que muchas veces conlleva al cierre o quiebra de las micro, pequeñas y medianas empresas en todo el Ecuador.

El **planteamiento del problema** de investigación se realiza considerando aspectos generales, por ejemplo, a nivel internacional, el sitio web Eva Ballarin, (2019) menciona que, el sector de restauración es uno de los que tiene una participación significativa en la economía mundial, puesto que, la salud de las personas depende mucho de los hábitos alimenticios que hayan adoptado a lo largo de sus vidas.

Por eso, las empresas posicionadas en este sector están implementando estrategias innovadoras para ofrecer productos y servicios saludables a los consumidores para contribuir con el cambio en los hábitos alimenticios para mejorar la salud de las personas.

Se menciona además que, ese sector se proyecta en los próximos años con cambios para mejorar sus servicios, por ejemplo, la digitalización y la tecnología permitirán una profesionalización del negocio con un enfoque a la rentabilidad. El Business Intelligence (BI), bien utilizado debe ser el gestor del right data, actualizado a partir de la integración de diferentes herramientas de gestión de back y front office. La automatización de procesos en la manipulación de alimentos sustituirá muchos trabajos que realizan los humanos en la cocina y en la sala, como el servicio de bebidas calientes y frías.

A nivel regional, el diario La República, (2015) menciona que, en Colombia, el sector gastronómico, creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes, pero hay regiones como el Caribe que registraron un crecimiento mayor a 40%. Se menciona además que se ha mantenido una tendencia de mayor contribución en los últimos años y del total que aporta el sector turismo se considera que la gastronomía aporta aproximadamente 3,6%. En otras palabras, el sector de la gastronomía a nivel de Latinoamérica también representa una importancia significativa.

Uno de los grandes atractivos del Ecuador es su gastronomía, debido a que se ofrecen propuestas muy variadas y atractivas para el paladar de las personas que conocen el país durante su primera visita. En tal virtud, los organismos competentes constantemente buscan alternativas para mejorar la calidad de productos y servicios que se ofrecen en este sector para captar una mayor cantidad de turistas.

Un reporte del Ministerio de Turismo denominado “Información relevante del turismo en la provincia – Boletín Santa Elena”, que, en la provincia, existen alrededor de 518 establecimientos de comidas y bebidas, de los cuales alrededor de 80 se encuentran ubicados en el cantón La Libertad.

De acuerdo con la información preliminar recolectada, se pudo evidenciar que, la mayoría de los establecimientos ubicados en esta parte de la provincia no cuentan con las herramientas necesarias para llevar a cabo de manera eficiente sus actividades, dado que estas son realizadas de manera empírica, no cuentan con una planificación previa que les permita establecer las estrategias adecuadas para posicionar a sus negocios en el mercado.

Se evidenció además que, gran parte de estos negocios, entre micro, pequeñas y medianas empresas, no realizaron un plan de negocios para determinar la viabilidad de sus restaurantes o puestos de comidas, además, que esta herramienta permite identificar el público objetivo hacia el cuál están direccionadas las estrategias para la captación de clientes.

Como consecuencia de las debilidades, se tiene que el efecto de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) del sector de restauración, en el desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad, por lo que es necesario establecer acciones que permitan mejorar este indicador en beneficio de toda la comunidad.

Por lo tanto, la **formulación del problema** de investigación se sintetiza en la siguiente pregunta “¿Cuál es el efecto de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo económico del sector de restauración, cantón La Libertad?”. La misma que se complementa a través de la **sistematización del problema** con los siguientes interrogantes: a) ¿Cuál es la situación actual de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad?, b) ¿Cuáles son los factores que limitan el desarrollo de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad?, y; c) ¿De qué manera un plan de negocios contribuye con el crecimiento de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad?.

Conforme a la formulación del problema, el **objetivo general** se establece de la siguiente manera: Analizar la relación de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo económico del sector de restauración, cantón La Libertad.

Los objetivos específicos se describen a continuación: a) Indagar la situación actual de las pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad, b) Identificar los factores que limitan el desarrollo de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad, y; c) Elaborar un modelo de negocios que contribuya con el crecimiento de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad.

Posteriormente, se establece la **justificación de la investigación**, mencionando que es importante que se realicen estudios que coadyuven a los emprendedores o pequeños empresarios a direccionar de manera adecuada a sus negocios, específicamente, del sector de restauración del cantón La Libertad.

Y es precisamente lo que se pretende a través del estudio denominado “Efecto de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo socioeconómico del sector de restauración del cantón La Libertad, a través del cual el emprendedor podrá tener una herramienta para poner en marcha de manera óptima su negocio.

Como respuesta al trabajo de investigación se plantea la siguiente **hipótesis**: Las pymes especializadas en comida nacional-internacional contribuirán desarrollo económico del cantón La Libertad a través de la elaboración de un plan de negocios. Finalmente, se describe el **mapeo de la investigación**, el mismo que consiste en sintetizar brevemente el contenido de la investigación, de tal manera que el lector pueda comprender cada componente realizado. El Capítulo I, denominado Marco Teórico, contiene información sobre las bases teóricas de la investigación, antecedentes, y fundamentación social, psicológica, filosófica y legal. El Capítulo II, denominado Materiales y Métodos, se refiere a los tipos, métodos y enfoque de la investigación, además, se describe la población de estudio, y de ella se extrae la muestra a encuestar, así también, se presentan las técnicas y herramientas para la recolección de datos. El Capítulo III, denominado Resultados y Discusión es donde se realiza el procesamiento y análisis de los datos recolectados, luego se analizan las limitaciones y resultados de la investigación. Finalmente, en base a los resultados de la discusión se elabora la Propuesta de la presente investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de la literatura

La revisión de la literatura son estudios preliminares que sirven como sustento para el desarrollo de la investigación, y tomar como referencia los resultados que se obtuvieron en su desarrollo. A través de la construcción de la revisión de la literatura se pone en evidencia la aplicación de la investigación exploratoria, la misma que se utiliza para el levantamiento de información de elementos relevantes para el objeto de estudio.

Bajo ese contexto, se exponen artículos científicos de impacto, tesis de maestrías y doctorales relacionados al tema de investigación que es “Efecto de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo socioeconómico del sector de restauración, cantón La Libertad”. En donde se analizan aspectos como la importancia de las pymes y su papel en la economía o desarrollo económico.

Como primer estudio, se plantea la investigación desarrollada por Anh, Sullivan y D’Souza, (2015), denominado “Vietnam in transition: SMEs and the necessitating environment for entrepreneurship development”, y traducido al español como “Vietnam en transición: las pymes y el entorno necesario para el desarrollo empresarial”, publicado en la revista *Entrepreneurship & Regional Development* obtenid de la base de datos de Taylor & Francis.

Los autores mencionan que una economía de transición se ha caracterizado por experimentar una gran cantidad de cambios económicos y sociales. Las PYME pueden considerarse como el vehículo para el desarrollo del emprendimiento en ese contexto.

Además, mencionan que el propósito de su investigación fue promover la investigación de la favorabilidad del entorno de transición para las PYME y el espíritu empresarial en Vietnam. Con un nuevo enfoque, los autores analizaron el discurso de la economía de transición mediante el examen de las políticas gubernamentales, los informes de las organizaciones internacionales y los artículos académicos sobre Vietnam.

Finalmente, hallazgos sugieren que, en Vietnam, en comparación con un marco normativo general desarrollado a partir de una amplia revisión de la literatura, los entornos generalmente respaldan un desarrollo empresarial transitorio vibrante y las PYME. Sin embargo, se necesita hacer más para construir un entorno sociocultural favorable y sistemas efectivos de apoyo empresarial en el país. También se proporcionan implicaciones para las partes interesadas relevantes y sugerencias para futuras investigaciones en las regiones de Asia oriental y Europa central y oriental. Posteriormente, se presenta el artículo científico de Turner, Sermcheep, Anantasirijkiat y Srisangnam, (2016) denominado “Small and medium-sized enterprises in Thailand: government policy and economic development” y traducido como “Pequeñas y medianas empresas en Tailandia: política gubernamental y desarrollo económico”, publicado en la revista “Asia Pacific Journal of Public Administration”.

Los autores mencionan que su artículo examina el papel del gobierno tailandés en el desarrollo económico a través de la promoción de pequeñas y medianas empresas (PYME). Explora la interacción entre el gobierno y el sector privado, teniendo en cuenta los desafíos que enfrentan las PYME y la efectividad de la política de promoción de las PYME en términos de implicaciones para la política.

Además, menciona que el gobierno ha desempeñado un papel importante en el apoyo al desarrollo de las PYME como un medio para lograr un crecimiento económico sostenido y saludable.

Al final de la investigación expresan como conclusión que se necesita una política comprometida de promoción de las PYME por parte del gobierno y una cooperación más estrecha entre el estado y el sector privado para el desarrollo posterior de las PYME. La integración de las agencias gubernamentales relacionadas con la promoción de las PYME debe mejorarse para tener un enfoque de todo el gobierno. Es necesario centrarse más en la calidad de las PYME para su desarrollo sostenido. En el contexto local, se cita a los autores Yance Carvajal, Solís Granda, Burgos Villamar y Hermida Herminda, (2017), denominado “La importancia de las PYMES en el Ecuador” de la revista de alto impacto, Observatorio de la economía latinoamericana.

Los autores expresan que la vida de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) está sujeta a superar problemas internos para luego enfrentar los externos y lograr los resultados financieros proyectados. Es importante que las Pymes se desarrollen en un ambiente de mejora continuo, que les permita un crecimiento sostenible en el tiempo, con el objetivo de posicionarse y mantenerse en el mercado, con adecuadas fuentes de financiamiento.

Señalan además que las Pymes constituyen un factor importante para el crecimiento socioeconómico de cada país, lo que da origen la necesidad de incrementar su desempeño y requerir la implementación de estrategias que beneficien las operaciones, todo con la finalidad de reducir los costos de operación, mejorar la eficiencia de los procesos e incrementar la productividad.

Las Pymes generan riqueza y empleo, porque dinamizan la economía y mejora la gobernabilidad, debido a que requieren menores costos de inversión, es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas.

Las ciudades del Ecuador tienen un acelerado crecimiento y desarrollo en lo concerniente a las Pymes; sin embargo, estas deben enfrentar la competencia de grandes empresarios con poder económico que provienen de ciudades grandes, quienes se diferencian por su alto nivel de productividad el cual es alcanzado por la correcta aplicación de la administración de operaciones en sus procesos, aspecto que las pone en desventaja.

Las Pymes son fuente generadora de empleo en el Ecuador, es necesario que las mismas logren alcanzar un desarrollo sostenible en el tiempo a través de procesos y productos de calidad. En el siglo XX, el concepto de calidad fue evolucionado. Desde el cumplimiento de especificaciones técnicas establecidas por especialistas, se ha avanzado hacia la satisfacción de los requerimientos de los clientes, la adaptación para el uso y para el costo, que implica incluir el aspecto económico, como consideración adicional a los elementos anteriormente mencionados. Por último, se llega al concepto de la satisfacción a los requerimientos, que consta de sorprender al cliente con cualidades y atributos que aún no han sido requeridos.

Finalmente, se expone que las Pymes cuentan con poca o ninguna especialización en la administración, la dirección se encuentra a cargo de una sola persona, la cual cuenta con pocos auxiliares y en la mayor parte de los casos, no están capacitados para llevar a cabo esta función. Cabe mencionar que tienen una concentración de sus actividades económicas en el siguiente orden: 1.) el comercio; 2.) los servicios; 3.) industriales, lo que ayuda a fortalecer el sistema económico del país.

1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos

1.2.1 Pymes

Para el Banco de Desarrollo de América Latina, (2019)

Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES) son un componente fundamental del tejido social y económico de América Latina y el Caribe. Las PYMES proporcionan empleos, ingresos, bienes y servicios a millones de familias. De hecho, pequeñas tiendas, restaurantes y talleres forman parte del paisaje en toda la región (pág. 3).

Como una definición de lo que significa Pymes dentro del ámbito laboral se puede mencionar que es el nombre que se le asigna para referirse a las pequeñas y medianas empresas que, generalmente son emprendimientos pequeños, como lo indica el autor, pueden ser familiares o en asociación.

Entre algunas de las características de las Pymes se encuentran las siguientes.

Permiten democratizar la producción en virtud de que contribuyen a desarrollar un sistema empresarial variado; menos excluyente; utilizan menos capital, divisas e infraestructura; se adaptan mejor a la disposición de recursos con que cuentan los países y, por último, y no menos importante producir la mayoría de los bienes intermedios. (Quiñonez Cabeza, 2016, pág. 13).

Es importante mencionar que las pymes son una fuente de ingreso significativa para el país debido a que brindan empleos para miles de personas ofreciendo productos o servicios a los consumidores. En cuanto al tema de investigación se menciona que las Pymes tienen varias clasificaciones, ya sea por sector, por actividad, etc., el sector de las Pymes a analizar es el de servicio, especialmente de restaurantes del cantón La Libertad.

1.2.1.1 Clasificación de las pymes por tamaño

Las empresas se clasifican según Paredes, Flores y Ortega, (2012) por su tamaño “una empresa es una unidad económica de producción en que se da la combinación de una serie de factores (materiales, maquinaria, personal, etc.) que son necesarios para obtener unos productos que se van a vender en el mercado o servicios, pueden ser grandes, medianas o pequeñas” (pág. 17).

La clasificación que detalla el autor menciona que de acuerdo a la combinación de varios factores se da la clasificación de las empresas según su tamaño, de las cuales cada país tiene su forma de evaluar a las empresas para clasificarlas de acuerdo con las características que esta reúna.

Figura 1: Variables de clasificación: Tamaño de empresa



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), (2016)

Adaptado por: Tomalá Robles Angela María

Según la descripción de lo que establece el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la clasificación de las empresas por su tamaño va desde las microempresas

a las grandes empresas, se mencionan cuatro descripciones debido a que estas son las empresas consideradas para el análisis de las Pymes en las cuales se enfoca la investigación.

Las microempresas son las que tienen ingresos en ventas anuales menores a \$100.000 y está compuesta por 1 a 9 personas que laboran dentro de la misma; por otra parte, están las pequeñas empresas que se consideran por obtener ventas de \$100.001 a \$1'000.000 con un personal entre 10 a 49 personas. Las medianas empresas se distribuyen en "A" y "B", donde "A" son empresas de ingresos oscilan entre los \$1'000.001 a \$2'000.000 y dentro de ella laboran de 50 a 99 personas; para las medianas "B" el INEC considera ingresos por ventas desde \$2'000.001 a \$5'000.000 y en cuanto al personal con el que la empresa debe equiparse es de 100 a 99 personas.

1.2.1.1.1 Pequeñas Empresas

De las variables que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador, (2016) tiene para definir a las pequeñas empresas, señala que "las pequeñas empresas son aquellas que mantienen ingresos por ventas anuales en un rango que va desde los \$100.001 a \$1'000.000 y que cuenta con 10 a 49 personas laborando dentro de la misma".

Se puede argumentar que las empresas consideradas para el desarrollo de esta investigación deben reunir estas características con las cuales se pueda indicar que legalmente es una pequeña empresa para ser parte del grupo denominado Pymes, en Ecuador.

Considerando el criterio de los autores Guerrero y Galindo, (2014).

Empresas que ocupan un poco más amplios y su número de empleados varía según el sector en que laboran 31 a 100 en el sector, de 6 a 20 en el sector comercio y de 21 a 50 en el sector de servicios. (pág. 21).

Según lo indican los autores las pequeñas empresas varían el número de empleados de acuerdo con la actividad a la que se dedique y el sector al que se esta involucrando, es decir, que cada sector cuenta con características diferentes en la medición de las características para la definición de su tamaño.

1.2.1.1.2 Medianas empresas

Para la definición de las medianas empresas, el Instituto de Estadísticas y Censos, (2016).

Las medianas empresas están subclasificadas, las medias empresas “A” son las empresas que registran ingresos anuales por venta desde los \$1'000.001 a \$2'000.000, con un personal de 50 a 99 personas; por otra parte, las empresas medianas “B” son las empresas cuyos ingresos van desde los \$2'000.001 a \$5'000.000 y cuentan con un personal de 100 a 99 colaboradores (pág. 9).

Con respecto al tema de investigación las medianas empresas son consideradas dentro de las pymes por lo cual ingresan a la base de datos en los cuales se basa este estudio, estas empresas son consideradas debido a que sus ingresos no superan los \$5'000.000 al año.

En el estudio denominado “Estructura de las pymes en la economía ecuatoriana” los autores Peña y Vega, (2018) describen.

De manera muy general todas las pequeñas y medianas empresas comparten casi siempre las mismas características. Con capital proporcionado por una o

dos personas que establecen una sociedad, los propios dueños dirigen la marcha de la empresa, su administración es empírica, etc. (pág. 31).

Las medianas empresas son consideradas por los autores con características similares a las de las pequeñas empresas por lo que se consideran los mismos factores en la evaluación de sus elementos como el capital que poseen, el número de trabajos registrados dentro de lo que la ley estipula, y los activos como maquinarias, equipos, infraestructura, entre otros.

1.2.1.2 Clasificación de las pymes por sector

Esta clasificación de las Pymes por sector, el Banco de Desarrollo de América Latina, (2019) “en términos de importancia dentro del sector, las pymes contribuyen con la mayor proporción de empleo en alojamiento y alimentación, además de otros servicios” (pág. 400).

Este comentario acerca de la clasificación de las pymes por sector se la obtuvo de manera global a nivel de Latino América referenciando al sector que esta investigación está enfocada que es el de Alojamiento y Alimentación debido al tema de estudio que es el Efecto de las pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo socioeconómico del sector de restauración.

A continuación, se presenta la gráfica que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador da a conocer acerca de las empresas divididas por sector económico al que corresponden de manera que se refleja el porcentaje de que representan de manera global en el país:

Se consideran variables que clasifican a las empresas de acuerdo con su sector económico obteniendo así el 40,59% para el sector de servicios, seguido del sector comercio que abarca un porcentaje del 37%, continuando con el sector de

Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca los cuales obtienen un 10%; por otra parte se encuentra el sector de las industrias manufactureras que comprenden un 9%, el de construcción un 3% y finalmente el de explotación de minas y canteras que comprende el 0,35% del total de las empresas del país.

1.2.1.2.1 Servicio

De servicios. El turismo (hoteles, balnearios, centros vacacionales, restaurantes, agencias de viaje, líneas aéreas, etc.) es una prioridad nacional para el país, y es considerado el sector de servicios más importante y representativo. (Guerrero Reyes & Galindo Alvarado, 2014, pág. 22).

Como lo define el autor, el sector de servicio dentro del país es considerado uno de los rubros más representativos en la economía del Ecuador, debido a que este compuesto principalmente por líneas de comercio turístico como alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, etc.

En el Gráfico 1, se consideran variables que clasifican a las empresas de acuerdo con su sector, según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2016) el 40,59% corresponde al sector de servicios, indicando que.

A nivel de grandes sectores económicos, los servicios incluyen las actividades de: Suministro de electricidad, gas, vapor; agua, alcantarillado, desechos y saneamiento; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida; información y comunicación; actividades financieras y de seguros; actividades inmobiliarias; actividades profesionales; científicas y técnicas; servicios administrativos y de apoyo; administración pública y defensa; enseñanza; atención a la salud humana y de asistencia social; artes, entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios (pág. 21).

En concordancia con INEC, en el sector de servicios se encuentran los servicios de comida, el cual es el objeto de estudio de esta investigación específicamente, por lo que se toma en consideración este indicador para el desarrollo de la misma de manera que se obtenga información acerca de las características principales de las pymes especializadas en comida nacional-internacional.

1.2.1.2.2 Comercio

Los autores Guerrero y Galindo, (2014) definen el sector comercial considerando varios factores como los consumidores en proporciones.

Comerciales. Las que ofrecen al público productos terminados (tiendas de autoservicio, abarrotes, zapatería, etcétera). Entre ellas se encuentran las mayoristas que realizan ventas a gran escala o empresas minoristas que, a su vez, distribuyen el producto al mercado de consumo o consumidor final; o las minoristas o detallistas, que son las empresas que venden productos al menudeo, o en pequeña cantidad, directamente al consumidor (pág. 24).

El sector comercial se define como el conjunto de empresas dedicadas a la producción de bienes los cuales son comercializados y dirigidos hacia los sectores correspondientes a los que quiere llegar, expende productos al por mayor o menor dependiendo de la demanda que exija el mercado, de esta manera se realiza un intercambio de bienes por valores monetarios.

Del sector comercial el Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones COPCI, indica que el sector comercial.

Abarca toda actividad productiva a nivel nacional en todos sus niveles de desarrollo, actores de la economía popular y solidaria, así como la producción de bienes realizada por diversas formas de organización de producción en la

economía reconocida en la Constitución de la Republica (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI, 2017).

El sector comercial de manera general se define como todo aquello que produce a partir de la transformación y de la materia prima para obtener un bien que tiene como fin satisfacer las necesidades de los clientes, denominado como producto terminado.

1.2.1.3 Situación actual

Con lo que respecta a la situación actual de las pequeñas y medianas empresas se puede mencionar que:

La creación de nuevas empresas es considerada como uno de los factores determinantes para el crecimiento económico y la competitividad de los países. Esto ha despertado el interés de los gobiernos y de los responsables de la formulación de política económica de un gobierno es el fomentar la generación, transferencia, producción y comercialización de conocimiento (Reinoso Lastra & Uribe Macías, 2013, pág. 23).

La situación actual de las pequeñas y medianas empresas, o las empresas en general, se considera en esta investigación para el análisis del sector económico en el que se ve involucradas las Pymes del sector de servicio, específicamente de los servicios de comida, es decir que esta parte abarca el factor gubernamental, político, de desarrollo social, etc.

De acuerdo con lo que United Nations, (2019) en su resumen ejecutivo acerca de la situación y perspectivas de la economía mundial, establece que.

Se deben hacer lo posible por contener los riesgos a corto plazo derivados de las vulnerabilidades financieras y la escalada de las controversias comerciales,

y al mismo tiempo promover una estrategia de desarrollo a más largo plazo para alcanzar los objetivos económicos, sociales y ambientales (pág. 1).

La situación actual en lo que respecta a la economía y desarrollo mundial es el conjunto de todos los factores que se analizan para conocer la realidad que enfrentan los países con respecto a los riesgos, desequilibrios, sostenibilidad, políticas económicas, por su arte esta investigación está dirigida a identificar el efecto de las pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo socioeconómico del sector de restauración del Cantón La Libertad, por lo que se sugiere analizar perspectivas tanto del país como de la economía mundial.

1.2.1.3.1 Estabilidad

Según la Real Academia Española, (2018) la estabilidad financiera es “fijar y garantizar oficialmente el valor de una moneda circulante en relación con el patrón oro o con otra moneda canjeable por el mismo metal, a fin de evitar las oscilaciones del cambio” (RAE, 2018).

La estabilidad es mantener un valor específico durante un tiempo determina el cual traiga beneficios para los involucrados, se comprende como la ventaja que establece un individuo para conservar el patrón de cambios.

Por otra parte, Busso y Pérez, (2014) argumentan acerca de la estabilidad que.

Es interesante analizar la dinámica del mercado, los cambios que ocurren de un periodo a otro en la condición de actividad de los jóvenes, aportando un análisis diacrónico del fenómeno. En ese sentido, nos interesa advertir si la inestabilidad es transitoria. (pág. 407).

En el ámbito económico de las empresas, la estabilidad es un factor el cual es impredecible debido a los cambios del entorno al cual se enfrentan las economías

en los países, de manera que describen a la estabilidad como el periodo en el cual se mantienen constantes las condiciones en las que se desenvuelven los consumidores en beneficio con la empresa.

1.2.1.3.2 Desarrollo social

Por su parte Márquez Jiménez, (2017) establece acerca el desarrollo social que

Es común asociar la idea de desarrollo social a aquella sociedad que goza del acceso a bienes y servicios diversos, que es democrática y participativa, igualitaria y equitativa. Una sociedad en la que sus habitantes tienen iguales oportunidades y donde existe cierta homogeneidad en sus condiciones de vida (pág. 2).

De acuerdo con el autor, el desarrollo social básicamente se encuentra ligado con los indicadores de crecimiento de una sociedad, lo que comprende administrar de manera formal y democrática los recursos que esta posee de manera que esto se vea reflejado en el mejoramiento y crecimiento de indicadores como la educación, la salud, economía, nivel de vida entre otros.

Desde la perspectiva de Guzmán y Adriano, (2013) se puede analizar que

El mercado determina las decisiones de qué tipo de conocimientos producir, en función de la obtención de la máxima ganancia. La empresa propietaria del conocimiento es la que ejerce el poder de decisión absoluto sobre el mismo. Su utilización económica tiene un fuerte impacto social, dado que se presenta un conflicto entre la meta social de su uso eficiente una vez que ha sido producido, y la meta de proveer una motivación ideal al productor privado (pág. 5).

Para esta investigación se relaciona el crecimiento social con el impacto que las pymes especializadas en comida nacional-internacional tienen en el desarrollo económico del cantón La Libertad basándose en el criterio de los autores en cuanto a las características positivas que se obtiene de la relación entre estos elementos.

1.2.1.3.3 Desarrollo productivo

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2019) dispone de un departamento denominado Desarrollo productivo y empresarial, donde cumple la función de evaluar la situación de los países involucrados en cuando al crecimiento económico, sistemas de producción, etc.

La misión de la CEPAL en el área del Desarrollo Productivo y Empresarial es generar y difundir análisis y propuestas de políticas sobre la estructura y dinámica de los sistemas de producción e innovación a nivel microeconómico y sectorial y sus determinantes, prestando atención a sus impactos económicos, sociales y ambientales (pág. 1).

Esta comisión define el desarrollo productivo como el complemento de la economía global, puesto que con la evaluación de los factores involucrados se puede percibir cambios en políticas gubernamentales, cambios en los diferentes sectores productivos o de servicios que da lugar a la diversidad económica entre países y muestra una perspectiva diferente de la situación de las empresas.

El Ministerio de Industrias y Productividad, (2017) define que “la producción ecuatoriana se diversificará, diferenciará y se insertará en el mundo con manufactura y servicios de mayor valor agregado, a través de empresas innovadoras, competitivas, que aplican en sus procesos productivos estándares internacionales de calidad” (pág. 1).

Para la investigación, el estudio del desarrollo productivo es esencial puesto que se puede evidenciar el nivel de participación en el mercado de las pymes del sector de restauración frente a las pymes nacionales o internacionales.

1.2.2 Desarrollo económico

En cuanto al desarrollo económico León Segura, (2017) puede comentar que:

Se puede definir como un proceso de crecimiento y cambio estructural que se produce como consecuencia de la transferencia de recursos de las actividades tradicionales a las modernas, de la utilización de las economías externas y de la introducción de innovaciones (pág. 17).

Uno de los principales indicadores económicos en los cuales se puede analizar la situación del desarrollo económico de un país es el PIB (Producto Interno Bruto) que según datos del Banco Mundial, (2019) el Ecuador ha tenido variaciones en los últimos 5 años, actualmente se encuentra en decrecimiento con el 0,054% sin embargo el desarrollo económico se ha mantenido.

Figura 2: Crecimiento del PIB (% anual) - Ecuador



*Fuente: Grupo Banco Mundial, (2019)
Adaptado por: Tomalá Robles Angela María*

El desarrollo económico se refiere al cambio que presentan los países, según Department of Economic and Social Affairs, United Nations, (2019)

Las economías desarrolladas se expandieron a un ritmo constante del 2,2 % en esos dos años y las tasas de crecimiento de muchos países se han acercado a su potencial, mientras que las tasas de desempleo de varias economías desarrolladas han descendido a niveles nunca registrados (pág. 2).

Figura 3: Establecimientos de Servicio de alimentos y bebidas



Según la ficha sectorial del sector turístico de alojamiento y servicios de comida de la Corporación Financiera Nacional, (2017) los sectores de comida registran un crecimiento considerable en el último año (2015), lo que contribuye de manera favorable al crecimiento de las actividades financieras, movilización de la PEA, entre otros factores, lo que también fortalece el sector de las Pymes de este sector.

1.2.2.1. Endógeno

El desarrollo económico según su clasificación también menciona el parte endógeno.

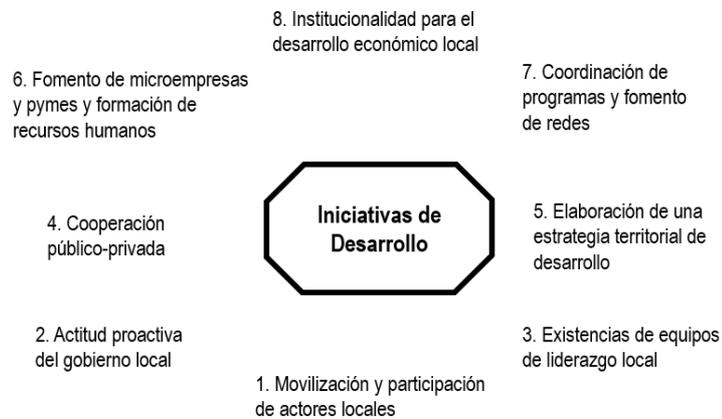
Desarrollo endógeno significa en efecto, la capacidad para transformar el sistema económico; la habilidad para reaccionar a los desafíos externos; la promoción de aprendizaje social; y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local que favorecen el desarrollo de las características anteriores (León Segura, 2017, pág. 48).

Este modelo de desarrollo económico tiene el fin de potencializar internamente un país, de manera que la economía social se fortalezca y se transforme en una economía sustentable debido a la gran cantidad de elementos que lo conforman como lo es la cultura, política, sociedad, el ámbito tecnológico, entre otros factores que generan recursos sostenibles en un periodo de tiempo.

1.2.2.2 Actores del desarrollo

En tanto que para el autor León Segura, (2017) señala como actores de desarrollo económico “el conjunto de elementos básicos que definen las iniciativas de desarrollo económico local puede representarse alrededor de la figura de un octógono, la fragilidad de las IDL en América Latina en alguno de los componentes de este octógono” (pág. 106).

Figura 4: Elementos básicos del desarrollo



Fuente: (León Segura, 2017)

Adaptado por: Tomalá Robles Angela María

1.2.2.2.1 Político—Administrativo

Se refiere a los poderes públicos, como el Estado, las comunidades autónomas y los ayuntamientos, por lo que tanto el sistema político establecido como la ideología de los mandatarios, la estabilidad política y las leyes que emanen de esos poderes influyen en la empresa. (Escrivá Monzó, Martínez García, & Savall Llidó, 2013, pág. 18)

El grado en que las políticas gubernamentales apoyan el emprendimiento. Este factor consta de dos componentes: emprendimiento como un tema económico relevante y los impuestos o regulaciones son o bien neutrales o bien fomentan nuevas, pequeñas y medianas empresas (PYMES). 64 (Global Entrepreneurship Monitor, 2018)

1.2.2.2.2 Empresariales

Entre estos factores el autor menciona la rivalidad entre las empresas competidoras, aparición en el mercado de productos sustitutivos a los que produce la empresa, poder de negociación con los proveedores y el poder de negociación de los clientes. (Escrivá Monzó, Martínez García, & Savall Llidó, 2013, pág. 18)

1.2.2.2.3 Sociales

Recoge aquellos aspectos referentes a la tradición de una sociedad, a las costumbres, al estilo de vida, así como el número de habitantes que residen en la zona, la edad de los mismos, el sexo, la procedencia, etc. (Escrivá Monzó, Martínez García, & Savall Llidó, 2013, pág. 18)

Se resalta la actitud de los ecuatorianos, los espacios que facilitan el emprendimiento, la sociedad que valora más el emprendimiento, la innovación y la investigación, ya no se ve al emprendimiento solo como una opción frente al desempleo, etc. Sin embargo, hay quienes consideran que todo se queda en palabras, la ilusión de ser emprendedor, una moda más, y que no se concretan propuestas realistas ni acciones²². (Global Entrepreneurship Monitor, 2018)

1.2.2.3 Ventaja económica

Raulik, Cawood y Larsen, (2016) en su artículo científico denominado “National Design Strategies and Country Competitive Economic Advantage” y traducido como “Estrategias de diseño nacional y ventaja económica competitiva del país” menciona que “una ventaja económica es una posición o capacidad que le permite obtener un rendimiento superior en un mercado en particular. Es un concepto similar a la ventaja competitiva, pero a nivel de fundamentos económicos” (pág. 124).

La ventaja económica es un concepto particular que se aplica, por lo general en comparaciones de países con relación a los recursos que poseen y a las ventajas competitivas que ofrecen ante determinada inversión. Sin embargo, los autores expresan que puede ser aplicado al estudio de las pymes que pretendan generar una ventaja en el mercado ante sus competidores.

Es precisamente uno de los objetivos de la investigación, presentar alternativas para que las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad, generen ventajas competitivas en el mercado.

1.2.2.3.1 Comparativa

Los autores Chingarande, Mzumara y Karambakuwa, (2014) en su artículo científico, *Mercosur Possess Comparative Advantage? O ¿Mercosur posee ventaja comparativa?*, definen lo siguiente:

La ventaja comparativa es un término económico que se refiere a la capacidad de una economía para producir bienes y servicios a un costo de oportunidad más bajo que el de los socios comerciales. Una ventaja comparativa le da a una empresa la capacidad de vender bienes y servicios a un precio más bajo que sus competidores y obtener márgenes de ventas más fuertes. (pág. 345)

1.2.2.3.2 Competitiva

Según el autor Porter, (2016) en su libro “*Competitive Advantage*”, describe lo siguiente sobre el tema referido:

La competitividad determina el éxito o fracaso de las empresas. También establece la conveniencia de las actividades que favorecen su desempeño como innovaciones, una cultura cohesiva o una adecuada implementación. La estrategia coadyuva en la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia. Su finalidad es lograr que la empresa alcance una posición rentable y sustentable tomando en cuenta a las fuerzas que rigen la competencia en la industria. (pág. 1).

1.3 Fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales

Como parte de las bases teóricas que sustentan la investigación, los fundamentos sociales, psicológicos, filosóficos y legales constituyen una parte importante para establecer los parámetros bajo los cuales se fortalecen las pymes y su participación en el desarrollo económico del país.

1.3.1 Fundamentos sociales

En un reporte publicado en septiembre del (2017) por diario El Telégrafo de la sección de economía, menciona que el 42% de las compañías registradas en el país son Pymes, considerando que esta proporción aporta directamente con el registro del 25% en el PIB según datos del 2016. De acuerdo con estos datos se puede argumentar que estos negocios están aportando de manera significativa con la economía del país generando ganancias en dólares, plazas de nuevas de trabajo, oportunidades de negocios, competitividad en mercado, lo que es beneficioso puesto que gracias a oportunidad que tienen estos negocios se puede incrementar la dinamización de los mismos para una mejora en el crecimiento productivo del país. En esta investigación se plantea el análisis de las Pymes del sector restaurantero lo que sustenta el incremento de estudios enfocados en este sector, dando importancia a lo establecen varios artículos publicados argumentando el crecimiento de la economía del país mediante la creación de nuevos negocios bajo los parámetros descritos por las pymes.

1.3.2 Fundamentos psicológicos

Con la presente investigación se prevé aumentar el interés de los habitantes de la provincia de Santa Elena a incrementar la productividad, competencia, emprendimiento y fuentes de empleo a través de la creación de nuevas pymes

especializadas en comida nacional-internacional permitiendo así el desarrollo socioeconómico del sector de restauración, cantón la libertad.

1.3.3 Fundamentos legales

En tanto que los fundamentos legales comprenden aquellos reglamentos, políticas, leyes, que regulan la creación de las pymes en el país, estos a su vez están relacionados con el compromiso que adquieren las empresas al momento de constituirse para formar parte de la matriz productiva.

1.3.3.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador establece mediante la Asamblea Nacional, (2008), en sus artículos 33, 304, 319 y 325, conveniente al desarrollo económico lo siguiente:

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Como lo establece este artículo, el estado garantiza que las empresas deberán promover el empleo digno, acto mediante el cual la tasa de empleo y desempleo varían de acuerdo con el crecimiento de las mismas, así mismo certifica remuneraciones y retribuciones justas lo que promueve la dinamización de la economía tanto para las empresas como para los colaboradores.

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

- 1.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.
- 2.- Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
- 3.- Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional.
- 4.- Contribuir a que se garantice la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
- 5.- Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
- 6.- Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Por otra parte, en el artículo 304, se refleja el compromiso que tienen las instituciones con el crecimiento económico del país, incluyendo varios factores actores del desarrollo económico como la producción nacional, comercio, soberanía alimentaria y emergencia, entre otros, para garantizar el un nivel de desarrollo favorable para el país y sus habitantes.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Mediante este artículo se reconoce la dinamización de las empresas y los diferentes sectores comerciales, lo que beneficia a la comunidad al satisfacer los diferentes deseos y necesidades que estos presentes para mejorar la calidad de vida de estos.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Para finalizar, el artículo 325 menciona que las actividades direccionadas a la productividad y dinamización de las economías pueden presentarse en distintas modalidades lo que beneficia que las pymes del sector restaurantero pueden y tienen la oportunidad de brindar un servicio independiente luego de haber cumplido con los requisitos de la ley establece para su funcionamiento.

1.3.3.2 Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (EPS) – 2018

Así mismo, la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, (2018), establece lo siguiente:

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Art. 4.- Principios.- Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;

Capítulo II

De las Unidades Económicas Populares

Art. 73.- Unidades Económicas Populares.- Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, **los emprendimientos unipersonales**, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad.

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos.- Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.

1.3.3.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio E Inversiones, COPCI –

Ultima modificación: 29-dic.-2017

El Código Orgánico de la Producción, Comercio E Inversiones, (2017) indica en el libro III:

Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción.

Art. 53.- Definición y clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, con una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efecto de determinar la categoría de una empresa. los artesanos que clasifiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

En el capítulo I, del libro III del Código Orgánico de la Producción, Comercio E Inversiones el estado fomenta la creación de MIPYMES estableciendo parámetros que estas deben cumplir para llegar a ser definidas como tal, sea por su tamaño, sector al pertenecen, capital, razón social, número de trabajadores etc. de manera que mediante el cumplimiento de cada requisito y condiciones puedan ser beneficiadas con lo que el código establece.

Art. 56.- Registro único de las MIPYMES.- Se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual todos

los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiere para su creación y actualización permanente.

Del capítulo IV, del Registro Único de las MIPYMES y Simplificación de trámites, el estado confirma la que para la creación de una Pymes se deberá presentar la documentación completa debidamente con los datos requeridos de manera que se puedan actualizar periódicamente según lo establezca el organismo a cargo de esta sección.

1.3.3.4 Plan Nacional de Desarrollo

Por su parte, el Consejo Nacional de Planificación, (2017) promueve mejorar la calidad de vida en el país mediante el Plan Nacional de Desarrollo, en el que se especifican indicadores propios de la evaluación del desarrollo socioeconómico estableciendo Objetivos Nacionales de Desarrollo.

Eje 1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con Iguales oportunidades para todas las personas

El garantizar una vida digna en igualdad de oportunidades para las personas es una forma particular de asumir el papel del Estado para lograr el desarrollo; este es el principal responsable de proporcionar a todas las personas –individuales y colectivas, las mismas condiciones y oportunidades para alcanzar sus objetivos a lo largo del ciclo de vida, prestando servicios de tal modo que las personas y organizaciones dejen de ser simples beneficiarias para ser sujetos que se apropian, exigen y ejercen sus derechos.

Mediante este objetivo el Estado prevé garantizar a los ciudadanos de tener igualdad de oportunidades para lograr una vida digna que les permita aportar de manera

significativa en la dinamización de la economía del país ejerciendo de manera justa sus derechos y obligaciones.

Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

Las pymes actualmente se han convertido en el índice más alto de productividad de la economía del Ecuador, lo que se considera como las principales fuentes de empleos para los habitantes, este objetivo del Plan Nacional de Desarrollo también señala el impulso que el Estado garantiza para las pymes del sector gastronómico o restaurantero que van desde créditos para la mejora de los emprendimientos hasta la internacionalización de los productos o servicios que estos expenden.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales y métodos de investigación permiten establecer los elementos adecuados que contribuyen al cumplimiento de los objetivos del estudio. En este capítulo se describen los tipos de investigación utilizados, los métodos empleados y se selecciona la población para luego extraer de ella la muestra necesaria para aplicar los diferentes instrumentos de recolección de información.

2.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizado para la investigación es de tipo exploratoria, pues de acuerdo al criterio de varios autores como Hernández Sampieri, (2014), Bernal Torres, (2013) e Hinojosa Pérez, (2017), consideran que es importante aplicarla para realizar un levantamiento de investigación preliminar sobre lo que se desea investigar en el objeto de estudio.

Es por ello que, para estudiar el efecto de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo socioeconómico del sector de restauración, cantón La Libertad, se tuvo que realizar un diagnóstico general del sector para y luego analizar las principales dimensiones e indicadores que permiten medir cualitativa y cuantitativamente la problemática del estudio.

Investigación descriptiva

Se aplicó una investigación de tipo descriptiva, la misma que permitió analizar los principales aspectos que pudieron identificarse en el levantamiento de información, es decir, en este apartado se estudia de manera detallada cada elemento de la problemática.

Investigación exploratoria

Las pymes especializadas en comida nacional-internacional del sector de restauración en el cantón La Libertad, es un tema poco explorado por lo que fue necesario aplicar este tipo de investigación para profundizar el estudio,

2.2 Método de investigación

Existen diversos métodos de investigación utilizados en estudios en el área de las ciencias sociales, específicamente en el contexto administrativo, sin embargo, se deben seleccionar los adecuados para que los resultados sean eficaces y en base a ello, se puedan tomar las decisiones pertinentes de investigación.

Método analítico

En primera instancia se aplicó el método analítico, que es un proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. En el estudio de las pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad, se tomaron como referencia los principales indicadores presentes en el desarrollo económico para analizar el efecto de la participación de las pymes en este sector.

Método deductivo

Luego se consideró el método deductivo, este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

Como se mencionó anteriormente, el contexto de las pymes especializadas en comida nacional-internacional es un campo poco explorado, hablando específicamente del cantón La Libertad, en tal virtud, se analizaron estudios

realizados en diferentes unidades de análisis, los mismos que fueron expuestos como antecedentes de investigación o revisiones de la literatura, y en base a ello establecer conclusiones particulares del objeto de estudio.

Así mismo, se analizaron bases teóricas para enriquecer literariamente la investigación con definiciones conceptuales de los principales autores que han estudiado el área de análisis.

2.3 Diseño de muestreo

Población

La población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo. Para seleccionar adecuadamente la población o universo que conforma la investigación es importante que los elementos a seleccionar posean las mismas características, de tal manera que, se pueda extraer información relevante de los elementos a los cuales se vaya a aplicar los instrumentos de investigación.

Tomando como referencia el tema de investigación que es “Efecto de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo socioeconómico del sector de restauración del cantón La Libertad”, se tomó como población a los habitantes del cantón, quienes podrán aportar con criterios sobre la importancia de las pymes en el desarrollo económico del cantón.

Tabla 1: Población de estudio – Habitantes

POBLACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD	
Descripción	TOTAL
Habitantes	115.952
Segmentación	
Entre 15 y 64 años	61,47%

POBLACIÓN DE ESTUDIO	
Características	Total
Habitantes entre 15 y 64 años	71.279

Fuente: INEC, (2019) – Proyecciones Poblacionales

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

El cuadro muestra los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su portal web, correspondientes a la proyección poblacional por cantones y por rango de edades. Para el estudio, se consideró a los habitantes del cantón La Libertad, entre 15 y 64 años quienes pueden aportar con criterios válidos.

Además, fue necesaria la aplicación de encuestas a empresarios y emprendedores del sector de restauración especializadas en comida nacional-internacional, quienes manifestaron su criterio sobre las necesidades de sus negocios. Por lo tanto, se consideró a los administradores o gerentes de los establecimientos como parte del estudio.

En el siguiente cuadro, se presenta la población de las Pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Tabla 2: Población de estudio – Emprendedores/Empresarios de las Pymes

LOCALES COMERCIALES DE COMIDAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA	
Descripción	TOTAL
Salinas	294
La Libertad	81
Santa Elena	143
TOTAL	518

Fuente: Información relevante del turismo en la provincia – Boletín Santa Elena

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

De los 518 establecimientos en la provincia de Santa Elena, se consideró los 81 pertenecientes al cantón La Libertad, por lo tanto, de este número se extraerá la

información para establecer las estrategias para fortalecer el crecimiento empresarial de las pymes del sector de restauración y de esta manera que el efecto en el desarrollo socioeconómico sea positivo para el cantón.

Muestra

La muestra es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio.

Para obtener la muestra de la investigación se aplicó un muestreo aleatorio simple, donde todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos, considerando estos aspectos, se procedió a aplicar los instrumentos de investigación, sin antes detallar el cálculo de la muestra a través del siguiente cuadro:

Tabla 3: Muestra de investigación – Habitantes

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas										
N [tamaño del universo]	71.279	← Escriba aquí el tamaño del universo								
p [probabilidad de ocurrencia]	0,5	← Escriba aquí el valor de p								
Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)								
90%	0,05	1,64								
95%	0,025	1,96								
97%	0,015	2,17								
99%	0,005	2,58								
Fórmula empleada										
$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde: } n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$										
Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 71279 con una p de 0,5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	67	83	105	137	186	268	418	739	1.642	6.144
95%	96	118	150	195	266	382	595	1.051	2.323	8.464
97%	118	145	183	239	326	468	728	1.284	2.826	10.104
99%	166	205	259	338	459	659	1.025	1.802	3.931	13.491

Fuente: Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5%, una probabilidad de éxito del 50% y probabilidad de fracaso del 50%, se obtuvo que la muestra óptima a encuestar es de 382, por lo tanto, para que el resultado de investigación sea de impacto se tuvo que aplicar tal número de encuestas.

Así mismo, para obtener información de los emprendedores, se trajo la muestra de los 81 establecimientos pertenecientes al sector de restauración del cantón La Libertad, aplicando un muestreo aleatorio simple, descrito a continuación:

Tabla 4: Muestra de investigación – Emprendedores/Empresarios de Pymes

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

N [tamaño del universo]

81

Escriba aquí el tamaño del universo

p [probabilidad de ocurrencia]

0,5

Escriba aquí el valor de p

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde: } n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 81 con una p de 0,5

Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	37	41	46	51	56	62	68	73	77	80
95%	44	48	53	57	62	67	71	75	78	80
97%	48	52	56	61	65	69	73	76	79	80
99%	54	58	62	65	69	72	75	78	79	81

Fuente: Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La segunda muestra de investigación, correspondiente a los empresarios o emprendedores de las Pymes de comida nacional-internacional del sector de restauración del cantón La Libertad, es 67, es decir, se aplicaron ese número de encuestas a gerentes o administradores de los establecimientos.

2.4 Diseño de recolección de datos

Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación permiten al investigador emplear las herramientas adecuadas para la eficiente recolección de información. Al igual que en los tipos y métodos de investigación, existen diferentes y pueden ser aplicadas en diferentes contextos de investigación, sin embargo, cada una de ellas aporta de manera distinta al estudio, es por ello que se deben seleccionar las adecuadas para que se pueda obtener la información requerida. A continuación, se describe la técnica de investigación empleada, y se sustentan el motivo por el cual se la seleccionó:

Encuesta: Es una de las técnicas que se aplican con mayor frecuencia en las investigaciones, su finalidad es extraer información en base a criterios de los individuos del objeto de estudio y con los resultados tomar decisiones para contrarrestar la problemática.

Esta técnica fue utilizada para obtener información de habitantes del cantón La Libertad y de emprendedores de las pymes, con respecto al papel que desempeñan estas en el sector de restauración. El aporte que brindaron fue de gran relevancia debido a que base a ello se elaboró un plan de negocios para crear una pyme modelo que reúna las características necesarias para satisfacer a la demanda insatisfecha.

Instrumentos de investigación

Los instrumentos de investigación son los medios por los cuáles se aplican las técnicas, es decir, son los elementos tangibles que permiten obtener la información al investigador.

Cuestionario: El cuestionario es un documento, generalmente con preguntas cerradas, en donde el encuestado puede escoger una o varias alternativas

(dependiendo de la pregunta que se haya formulado), de acuerdo a su criterio. Este instrumento debe ser elaborado de tal manera que contenga las preguntas adecuadas, claras y precisas, que puedan ser respondidas por las personas a las cuales se vaya a encuestar. Es por ello que, el cuestionario que se elaboró contiene preguntas cortas de una sola respuesta para que las personas puedan realizarlo son dificultades.

Tratamiento de la información

La información recolectada debe ser procesada a través de diferentes formas, es por ello que en la presente investigación se utilizó el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), para la tabulación de los datos recolectados y elaboración de tablas y gráficos dinámicos y realizar el respectivo análisis.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de los datos (cualitativos y cuantitativos)

Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a Empresarios/Emprendedores de las Pymes del sector de restauración del cantón La Libertad

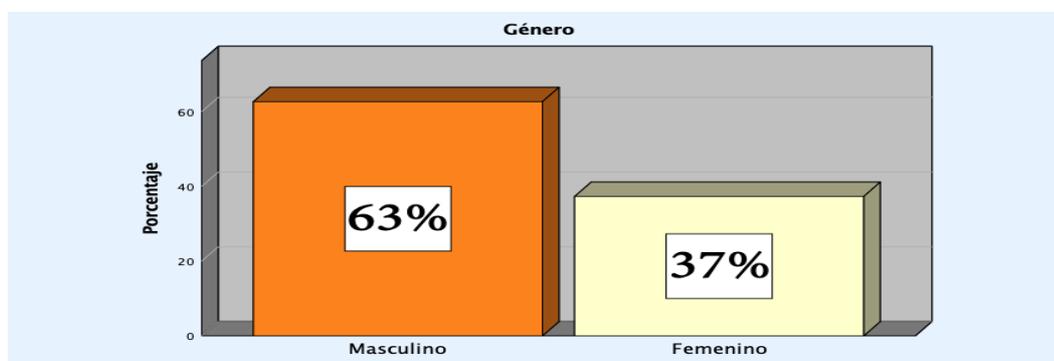
a. Género

Tabla 5: Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
a	Masculino	42	62,7
	Femenino	25	37,3
	Total	67	100,0

Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 5: Género



Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Se realizó una encuesta a los emprendedores o empresarios de las pymes especializadas del sector de restauración para conocer sus principales necesidades en el crecimiento de su negocio. Entre los datos generales se consultó el género de cada uno de ellos, en donde se obtuvo que la mayoría de ellos pertenecen al género masculino, mientras que una menor parte es del género femenino.

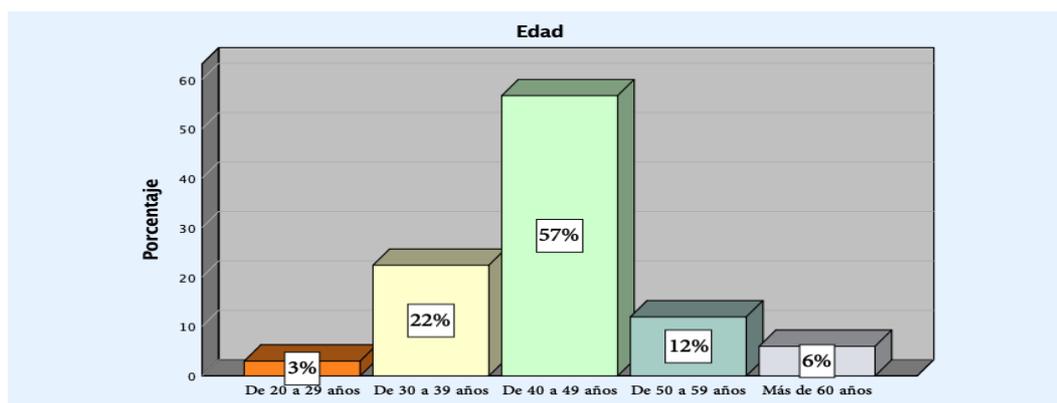
b. Edad

Tabla 6: Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	
b	De 20 a 29 años	2	3,0	3,0
	De 30 a 39 años	15	22,4	25,4
	De 40 a 49 años	38	56,7	82,1
	De 50 a 59 años	8	11,9	94,0
	Más de 60 años	4	6,0	100,0
	Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 6: Edad



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Sobre la edad, la encuesta permitió identificar que la edad de la mayoría de los emprendedores del sector de restauración del cantón La Libertad, se encuentra entre 40 y 49 años, por otra parte, otro porcentaje significativo indica que también están aquellos emprendedores entre 30 y 39 años, en tanto que una menor cantidad son de 59 años en adelante. Concluyendo que, existe una tasa significativa de emprendedores adultos, por lo que se debe impulsar y orientar a que los jóvenes opten por crear emprendimientos y así contribuir con el desarrollo socioeconómico del cantón.

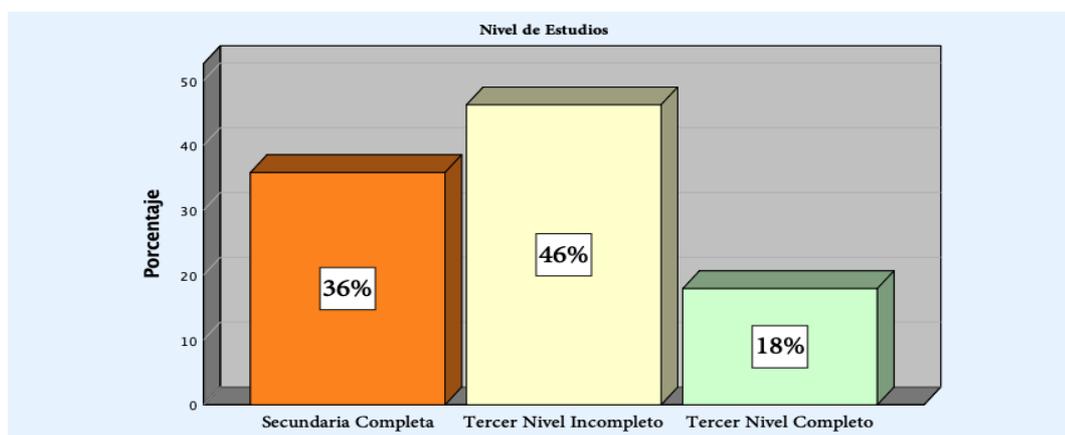
c. Nivel de Estudios

Tabla 7: Nivel de Estudios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
C	Secundaria Completa	24	35,8
	Tercer Nivel Incompleto	31	46,3
	Tercer Nivel Completo	12	17,9
	Total	67	100,0

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 7 Nivel de Estudios



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Posteriormente, se consultó sobre el nivel de estudios que tienen cada uno de ellos, y de esta forma conocer cuál es la tendencia de emprendedores preparados o no preparados académicamente. Los resultados indican que la mayoría de ellos llegaron a los estudios universitarios incompletos, seguidos de aquellos que culminaron la secundaria, y un menor porcentaje son aquellos que sí culminaron la universidad, es decir, aquellos que son profesionales. Se puede concluir que, las autoridades competentes deben orientar a los emprendedores del cantón a que concluyan sus estudios, puesto que esto permite ampliar sus conocimientos en beneficio del crecimiento de sus negocios.

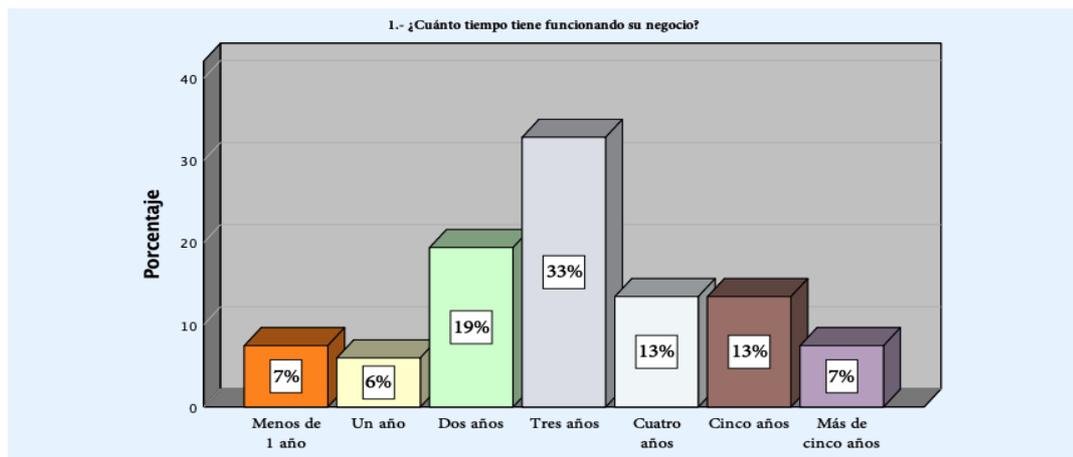
1.- ¿Cuánto tiempo tiene funcionando su negocio?

Tabla 8: Tiempo de funcionamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	5	7,5	7,5
Un año	4	6,0	13,4
Dos años	13	19,4	32,8
Tres años	22	32,8	65,7
Cuatro años	9	13,4	79,1
Cinco años	9	13,4	92,5
Más de cinco años	5	7,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 8: Tiempo de funcionamiento



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Un indicador del trabajo de investigación fue el tiempo que llevan las pymes especializadas en comida nacional-internacional del sector de restauración del cantón La Libertad, por lo que fue necesario consultar a los emprendedores, en donde la mayoría respondió que tienen alrededor de tres y dos años en el mercado, mientras que una menor cantidad manifestaron que tienen de cuatro años en adelante. Resultados que permiten conocer que los negocios no tienen una sostenibilidad en el mercado, por diversos factores.

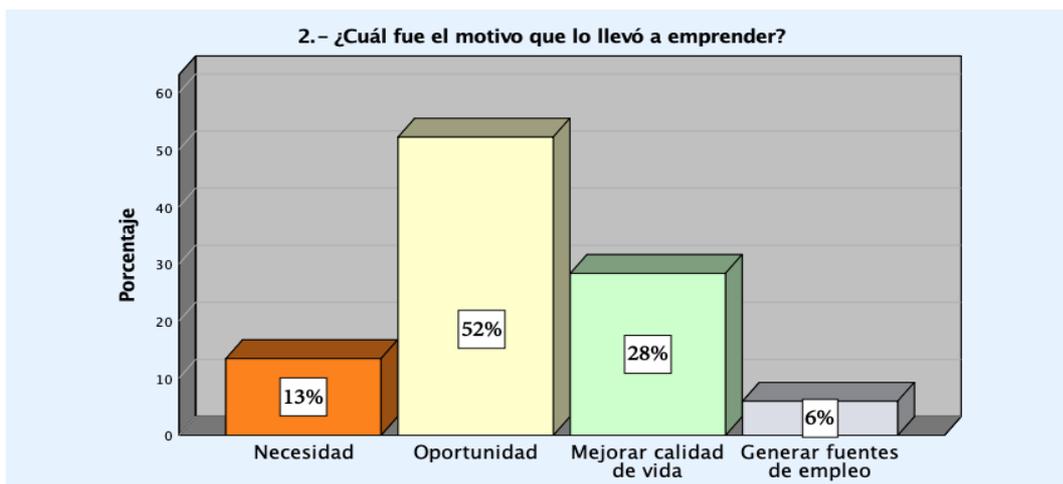
2.- ¿Cuál fue el motivo que lo llevó a emprender su negocio?

Tabla 9: Motivo para emprender

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
2	Necesidad	9	13,4
	Oportunidad	35	52,2
	Mejorar calidad de vida	19	28,4
	Generar fuentes de empleo	4	6,0
	Total	67	100,0

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 9: Motivo para emprender



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

De acuerdo al Monitor Global de Emprendimiento, GEM (Global Entrepreneurship Monitor), en el Ecuador la mayoría de los negocios o emprendimientos se dan por necesidad, es decir, las personas emprenden por mejorar sus condiciones de vida. Es por ello que se indagó, si la tendencia se mantiene en el cantón La Libertad, específicamente en el sector de restauración. Sin embargo, los resultados muestran que las personas encuestadas, en su mayoría, manifiestan que establecieron su negocio porque vieron una oportunidad en el mercado, mientras que una cantidad menor manifestó que lo hizo por necesidad.

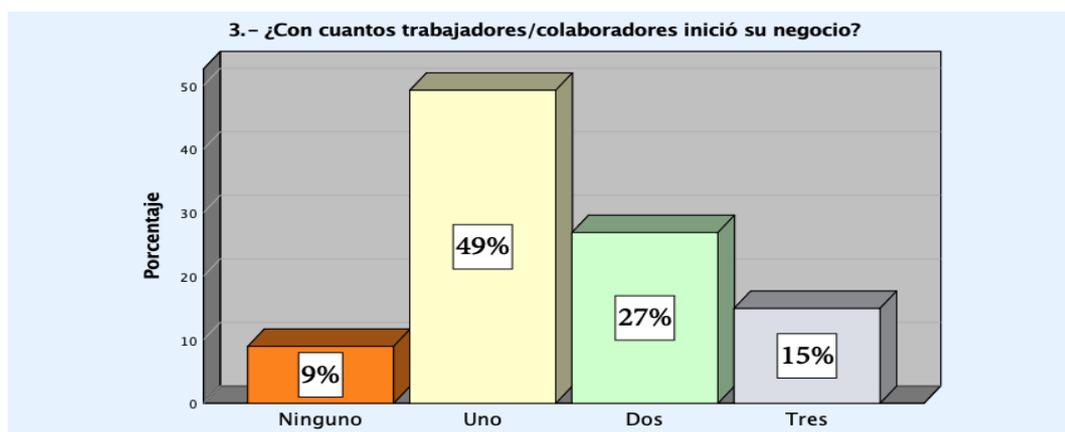
3.- ¿Con cuántos trabajadores/colaboradores inició su negocio?

Tabla 10: Número de colaboradores inicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
3	Ninguno	6	9,0	9,0
	Uno	33	49,3	58,2
	Dos	18	26,9	85,1
	Tres	10	14,9	100,0
	Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 10: Número de colaboradores inicio



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Para el inicio de las actividades de un nuevo negocio los empresarios y emprendedores del cantón La Libertad comentaron en mayor proporción que se necesitó al menos de una persona como trabajador o colaborador, seguido de otros que agregan haber empezado con dos personas aproximadamente, y otro grupo que inicio con tres personas para laborar, también hay que señalar que, con menor proporción, pero no menos importante existieron emprendimientos que no conto con trabajadores para sus inicio y sin embargo actualmente se encuentran laborando como pymes en el sector de restauración.

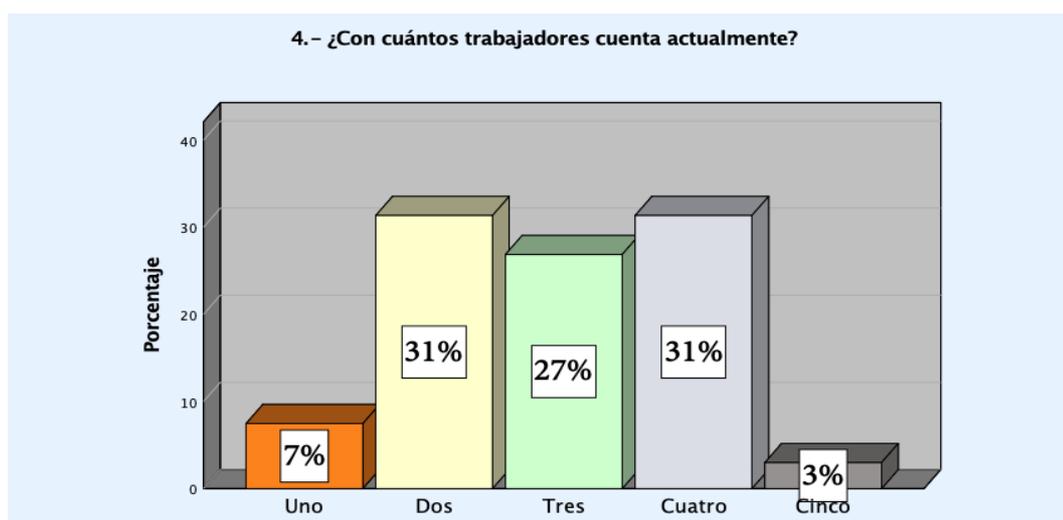
4.- ¿Con cuántos trabajadores cuenta actualmente?

Tabla 11: Número de trabajadores actuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
4	Uno	5	7,5	7,5
	Dos	21	31,3	38,8
	Tres	18	26,9	65,7
	Cuatro	21	31,3	97,0
	Cinco	2	3,0	100,0
	Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 11: Número de trabajadores actuales



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Tomando referencia los inicios que tuvieron las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad, se puede mencionar la situación actual que se presenta en cuanto al número de trabajadores que laboran en cada una, la mayoría de estos emprendimientos actualmente cuenta con dos a cuatro personas para su debido funcionamiento y el cumplimiento de todas actividades, en menor proporción se encuentran los negocios que laboran con una persona y finalmente, existen los que laboran con cinco personas.

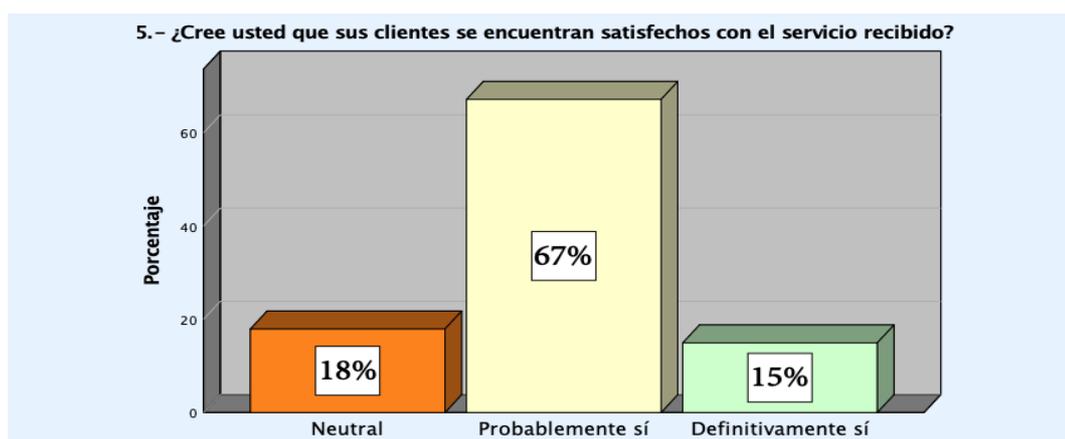
5.- ¿Cree usted que sus clientes se encuentran satisfechos con el servicio recibido?

Tabla 12: Satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
5	Neutral	12	17,9	17,9
	Probablemente sí	45	67,2	85,1
	Definitivamente sí	10	14,9	100,0
	Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 12: Satisfacción del cliente



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

La satisfacción del cliente es primordial para mantener una tendencia de crecimiento en la mejora del servicio, competitividad dentro del mercado, entre otros factores, por lo que se cuestionó a percepción del empresario acerca de la satisfacción que sienten sus clientes al momento de la prestación de servicio, con mayor nivel de significancia se establece que probablemente los clientes se sienten satisfechos, seguido de quienes mencionaron una respuesta neutral y finalmente un porcentaje mínimo indica que sus clientes afirmativamente se sienten satisfechos con el servicio y atención brindada por parte de sus negocios.

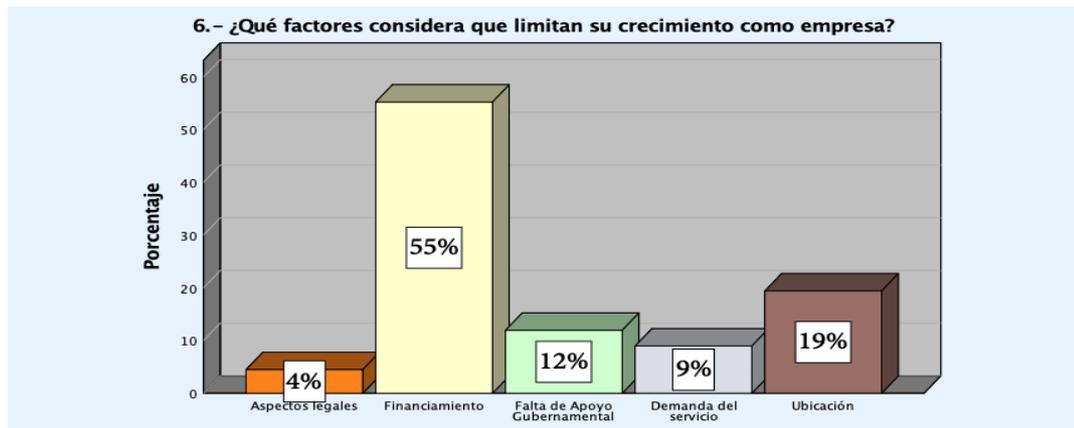
6.- ¿Qué factores considera que limitan su crecimiento como empresa?

Tabla 13: Limitaciones del crecimiento empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
6 Aspectos legales	3	4,5	4,5
Financiamiento	37	55,2	59,7
Falta de Apoyo Gubernamental	8	11,9	71,6
Demanda del servicio	6	9,0	80,6
Ubicación	13	19,4	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 13: Limitaciones del crecimiento empresarial



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Dentro de los factores que menciona la economía acerca del crecimiento de las pymes se encuentran los aspectos legales, financieros, apoyo gubernamental, demanda y ubicación, de los cuales los empresarios y emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad establecen que el financiamiento es uno de los principales limitantes actualmente, por otra parte también se encuentra la ubicación del negocio lo cual repercute en la demanda que también se encuentra afectada en menor proporción, y finalmente, se encuentran los aspectos legales que establecen los organismos gubernamentales para el funcionamiento de los negocios.

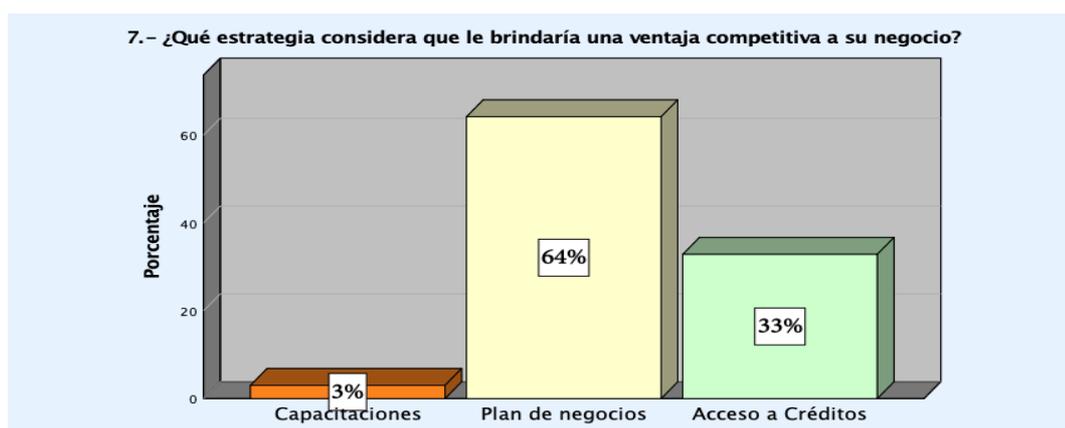
7.- ¿Qué estrategia considera que le brindaría una ventaja competitiva a su negocio?

Tabla 14: Estrategia de ventaja competitiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
7	Capacitaciones	2	3,0	3,0
	Plan de negocios	43	64,2	67,2
	Acceso a Créditos	22	32,8	100,0
	Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 14: Estrategia de ventaja competitiva



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

La ventaja competitiva es todo aquello que se utiliza para mantener la sostenibilidad de la empresa frente a fuertes competencias que existen dentro del mercado, utilizando como herramientas estrategias direccionadas al cliente, a los trabajadores de la empresa o a la empresa como tal. En el sector de las pymes de restauración del cantón La Libertad se menciona como principal ventaja competitiva la elaboración de un plan de negocios, el cual permite que el empresario tenga una percepción acerca del futuro financiero de la empresa, por otra parte, también se menciona el acceso a créditos y en menor proporción las capacitaciones al personal.

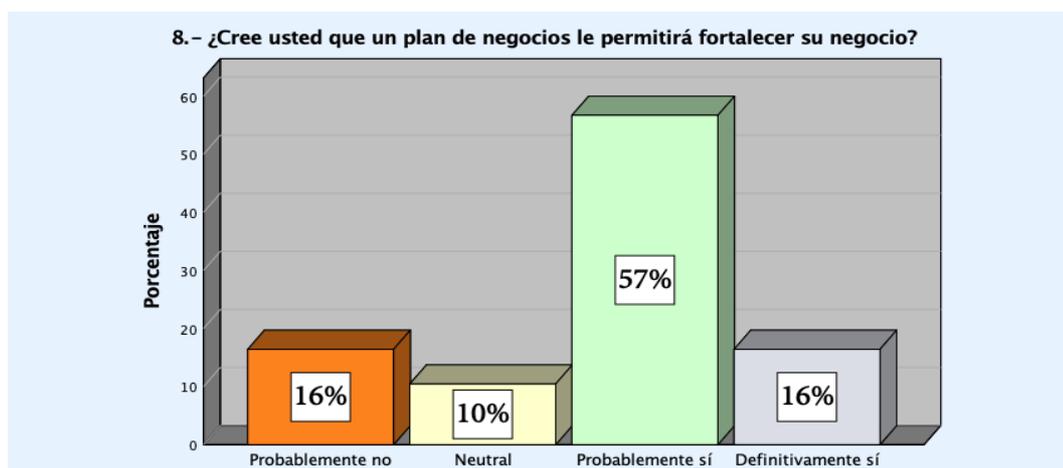
8.- ¿Cree usted que un plan de negocios le permitirá fortalecer su negocio?

Tabla 15: Plan de negocios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
8	Probablemente no	11	16,4	16,4
	Neutral	7	10,4	26,9
	Probablemente sí	38	56,7	83,6
	Definitivamente sí	11	16,4	100,0
	Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 15: Plan de negocios



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

La gráfica muestra resultados positivos en cuanto a la elaboración de un plan de negocios como base para fortalecer los negocios como restaurantes, por lo que se recomienda realizar el debido análisis de las perspectivas que se muestran para la toma de decisiones efectiva, los empresarios y emprendedores de las pymes en el cantón La Libertad indican que probablemente un plan de negocios llegaría a fortalecer su pyme, seguido de quienes manifiestan que sería una buena herramienta y manteniendo la misma tendencia están quienes estiman que probablemente no sea eficaz realizarlo.

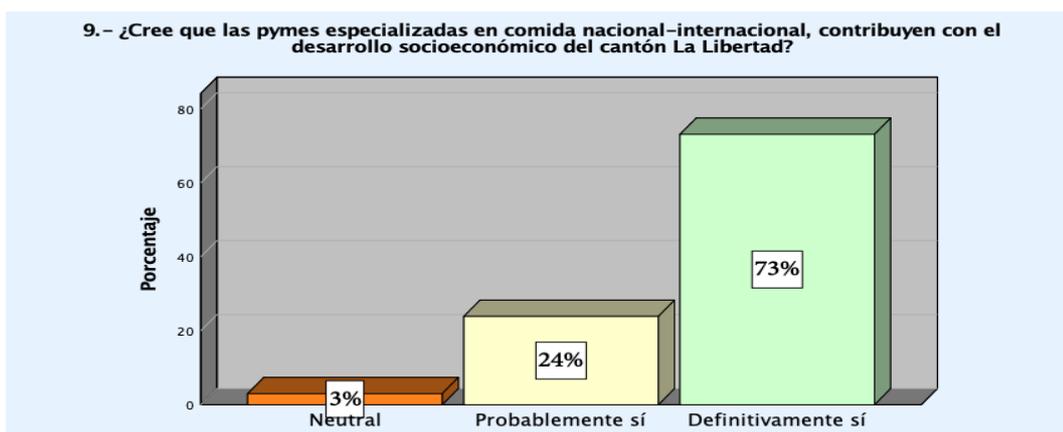
9.- ¿Cree que las pymes especializadas en comida nacional-internacional contribuyen con el desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad?

Tabla 16: Las pymes y el desarrollo socioeconómico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
9	Neutral	2	3,0
	Probablemente sí	16	23,9
	Definitivamente sí	49	73,1
	Total	67	100,0

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 16: Las pymes y el desarrollo socioeconómico



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

El contexto del desarrollo socioeconómico comprende el crecimiento positivo entre la sociedad y su economía, el sector de servicios aporta significativamente al país en conjunto con los factores que implican este desarrollo por lo que esta investigación esta direccionada al sector de servicio de las pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad desde la opinión de los empresarios estos negocios contribuyen a que se incremente el nivel de desarrollo socioeconómico, aunque en menor proporción se encuentran quienes mencionan tener un comentario neutro acerca de la economía y su desarrollo en la sociedad.

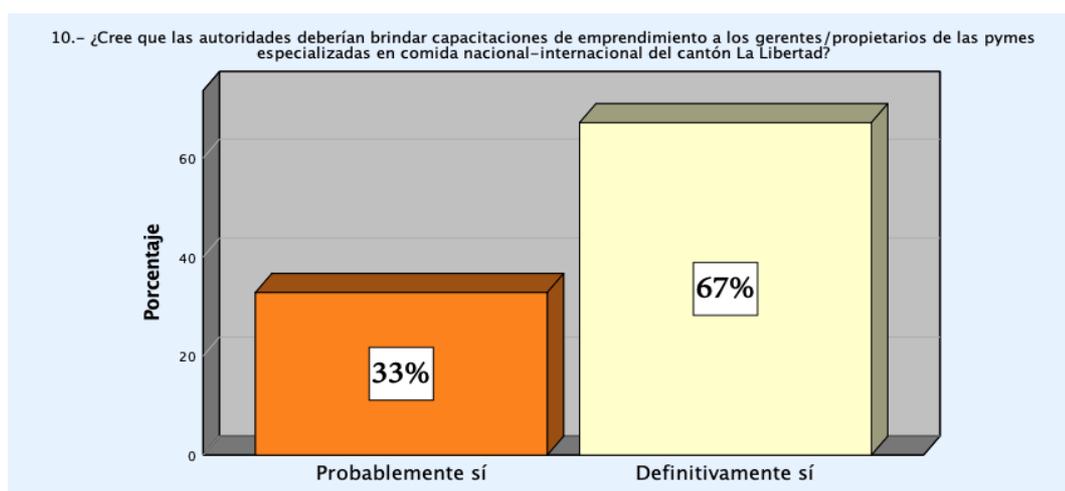
10.- ¿Cree que las autoridades deberían brindar capacitaciones de emprendimiento a los gerentes/propietarios de las pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad?

Tabla 17: Capacitación emprendimientos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
10	Probablemente sí	22	32,8	32,8
	Definitivamente sí	45	67,2	100,0
	Total	67	100,0	

*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 17: Capacitación emprendimientos



*Fuente: Empresarios/emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

La actualización de conocimiento de los empresarios es primordial para poder innovar y desarrollar nuevas opiniones, ideas y proyectos que puedan aportar a la mejora de sus negocios y así llegar a generar mucho más riquezas dentro de su comunidad, los empresarios y emprendedores de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad consideran que las autoridades deberían apoyar el emprendimiento, y contribuir con el desarrollo de sus capacidades brindando capacitaciones especializadas.

Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a Clientes Potenciales de las Pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

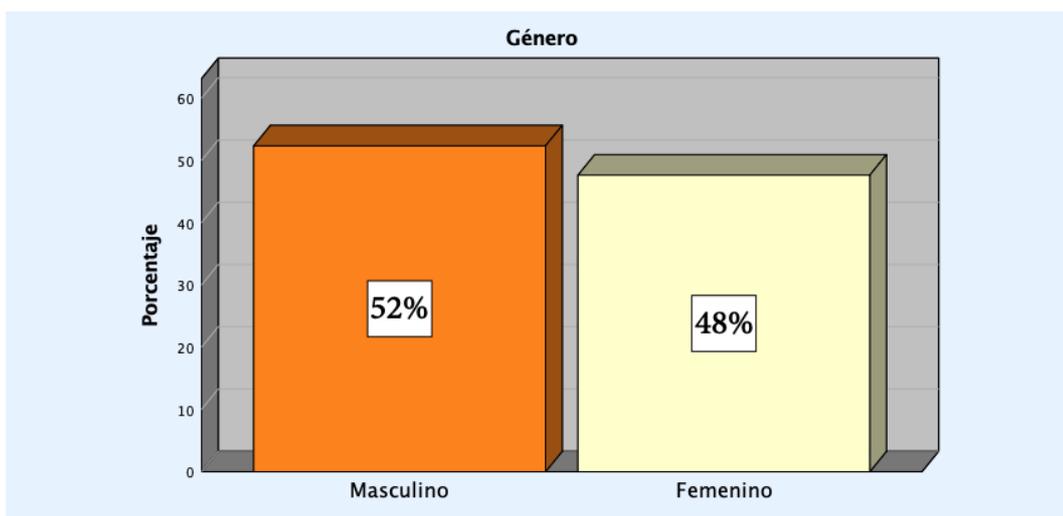
a. Género

Tabla 18: Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
a	Masculino	200	52,4
	Femenino	182	47,6
	Total	382	100,0

*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 18: Género



*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Continuando con el desarrollo de la investigación también se realizó una encuesta a los clientes potenciales de las pymes especializadas del sector de restauración para conocer su percepción acerca del servicio brindado por estos emprendimientos en el cantón La Libertad. Se consultó el género de cada participante de la encuesta, en donde se obtuvo que la mayor parte de ellos pertenecen al género masculino, mientras que otra menor proporción es del género femenino

b. Edad

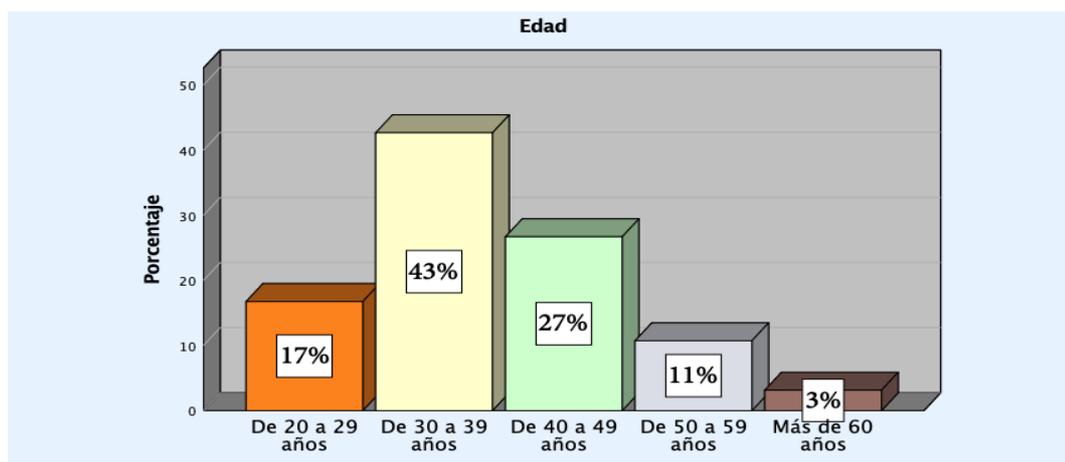
Tabla 19: Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	
b	De 20 a 29 años	64	16,8	16,8
	De 30 a 39 años	163	42,7	59,4
	De 40 a 49 años	102	26,7	86,1
	De 50 a 59 años	41	10,7	96,9
	Más de 60 años	12	3,1	100,0
	Total	382	100,0	

Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 19: Edad



Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Por otra parte, también se consultó acerca de la edad de los clientes potenciales, siendo que la mayor parte de ellos se encuentran entre las edades de 30 a 39 años, seguido por otro segmento significativo de clientes que mantienen una edad entre los 40 a 49 años, en un porcentaje reducido están quienes sostienen edades desde 20 a 29 años, similar al segmento anterior se encuentran los de 50 a 59 y finalmente están quienes en menor parte poseen una edad de más de 60 años, por lo que se concluye que la investigación está estimada entre la opinión de personas jóvenes y óptimas para dar un criterio acertado a las preguntas.

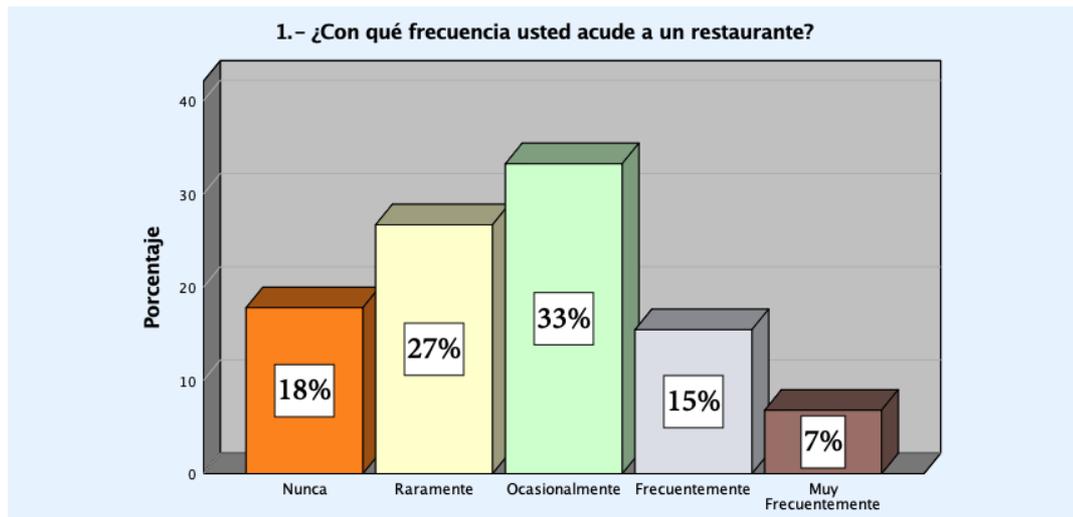
1.- ¿Con qué frecuencia usted acude a un restaurante?

Tabla 20: Frecuencia de visita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Nunca	68	17,8	17,8
	Raramente	102	26,7	44,5
	Ocasionalmente	127	33,2	77,7
	Frecuentemente	59	15,4	93,2
	Muy Frecuentemente	26	6,8	100,0
	Total	382	100,0	

*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 20: Frecuencia de visita



*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Para conocer acerca de la periodicidad de visita a las pymes del sector de restauración en el cantón La Libertad se cuestionó a los clientes la frecuencia con la que asiste a estos negocios, a lo que se obtuvo como respuesta que la mayoría de ellos concurre ocasionalmente, seguido de clientes que manifiestan asistir raramente, en otro porcentaje del total de los encuestados también se puede mencionar que nunca asiste, cabe recalcar que los datos se obtienen del total de la muestra calculado de la población del cantón La Libertad.

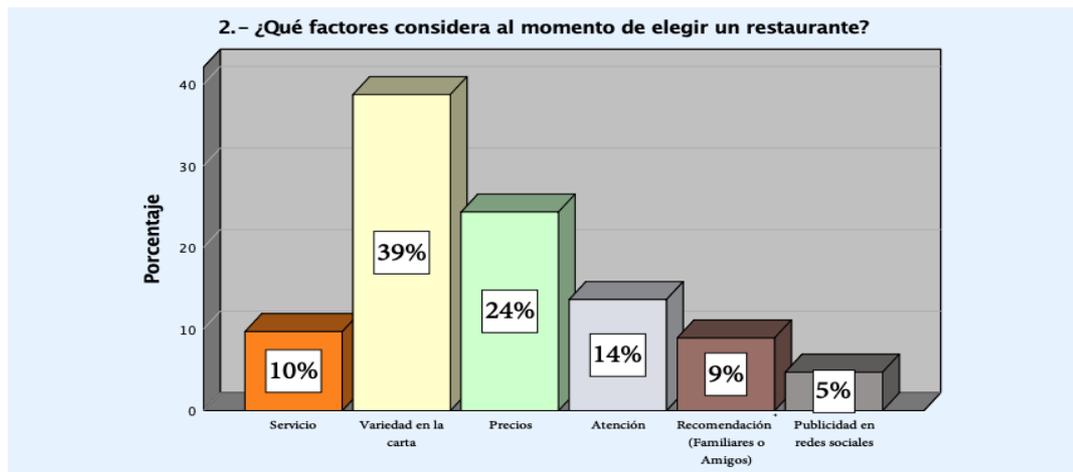
2.- ¿Qué factores considera al momento de elegir un restaurante?

Tabla 21: Factores de elección

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Servicio	37	9,7	9,7
Variedad en la carta	148	38,7	48,4
Precios	93	24,3	72,8
Atención	52	13,6	86,4
Recomendación (Familiares o Amigos)	34	8,9	95,3
Publicidad en redes sociales	18	4,7	100,0
Total	382	100,0	

*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 21: Factores de elección



*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

La decisión de compra es un proceso en el cual el cliente analiza varios factores que se presentan al momento de querer satisfacer sus necesidades, entre estos factores los clientes eligieron que para elegir un restaurante la variedad de la carta es primordial, otro grupo significativo indicó que los precios de los platos también es un elemento importante, seguido de quienes están pendientes de la atención que se brinda al momento de recibir los productos, y finalmente en menor proporción están quienes consideran el servicio, las recomendaciones y la publicidad.

3.- A continuación, se mencionan diferentes platos típicos de la Costa, Sierra y varios Internacionales, mencione cuáles de ellos prefiere:

3.1 Costa

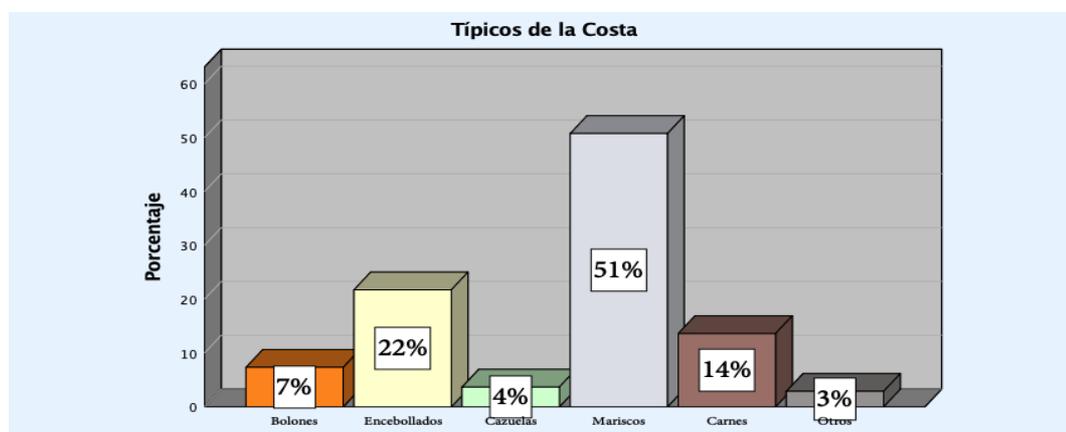
Tabla 22: Costa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bolones	28	7,3	7,3
Encebollados	83	21,7	29,1
Cazuelas	14	3,7	32,7
Mariscos	194	50,8	83,5
Carnes	52	13,6	97,1
Otros	11	2,9	100,0
Total	382	100,0	

Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 22: Costa



Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La gastronomía nacional e internacional es variada, sin embargo, en esta investigación se cuestiono acerca de los platos típicos más representativos de la costa y la preferencia que tienen los clientes al momento de realizar su elección obteniendo así que los mariscos son los más solicitados por los clientes en las pymes del sector restauranero del cantón La libertad, también se menciona el encebollado de forma significativa, luego están las carnes, bolones, cazuelas y otros.

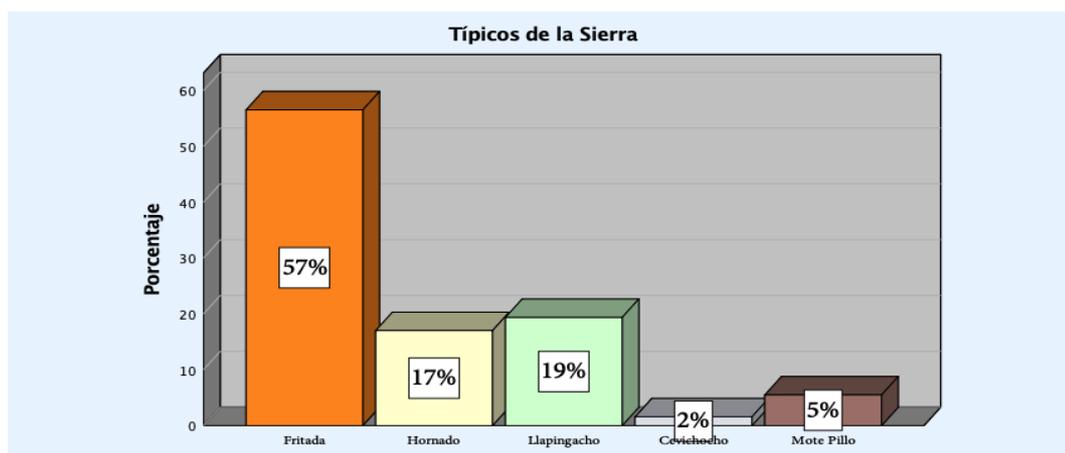
3.2 Sierra

Tabla 23: Sierra

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Fritada	216	56,5	56,5
Hornado	65	17,0	73,6
Llapingacho	74	19,4	92,9
Cevichocho	6	1,6	94,5
Mote Pillo	21	5,5	100,0
Total	382	100,0	

*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 23: Sierra



*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

La región Sierra también tiene un extenso menú en platos típicos, a pesar de ello los clientes del cantón La Libertad manifestaron que el platillo más solicitado es la fritada, mientras que otros clientes indicaron que el llapingacho asimismo es uno de los platos típicos preciados, dentro de los tres platos más representativos de la Sierra y preferidos por los libertenses es el horneado de cerdo, una menor parte de ellos señalo mote pilllo y cevichocho, lo que permite conocer los principales productos que representan la demanda de los platos típicos de la sierra comercializado en La Libertad.

3.3 Comida Internacional

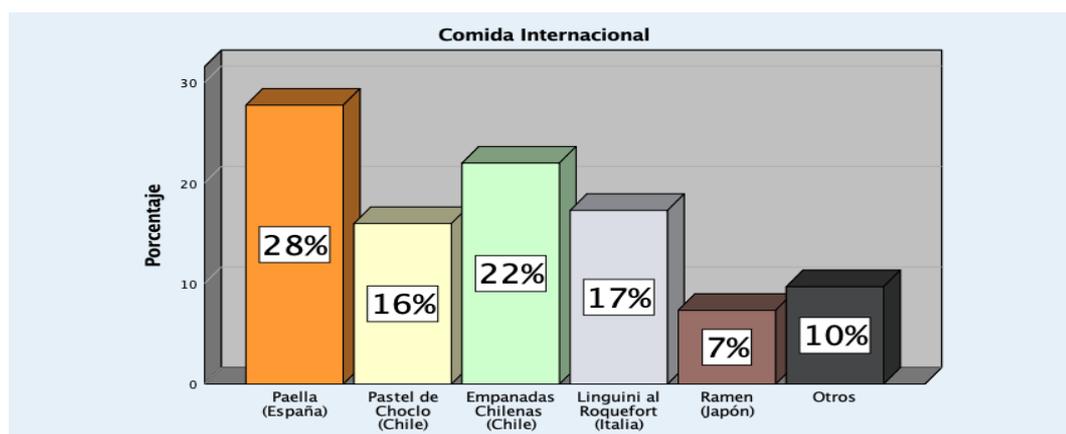
Tabla 24: Comida Internacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Paella (España)	106	27,7	27,7
Pastel de Choclo (Chile)	61	16,0	43,7
Empanadas Chilenas (Chile)	84	22,0	65,7
Linguini al Roquefort (Italia)	66	17,3	83,0
Ramen (Japón)	28	7,3	90,3
Otros	37	9,7	100,0
Total	382	100,0	

Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 24: Comida Internacional



Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

En el cantón La Libertad también se encuentran pymes que comercializan platos internacionales de países como España, Chile, Italia, Japón entre otros, del total de los encuestados una mayor parte indicó que el plato preferido es la paella, seguido de quienes prefieren las empanadas chilenas proveniente del país en mención, otro segmento de mercado eligió el Linguini al Roquefort de Italia, manteniendo una tendencia similar se encuentra, y en un porcentaje mínimo el Ramen. Adicionalmente, los clientes manifestaron que les gustaría que los restaurantes oferten el snack denominado Sopaipilla, proveniente de Chile.

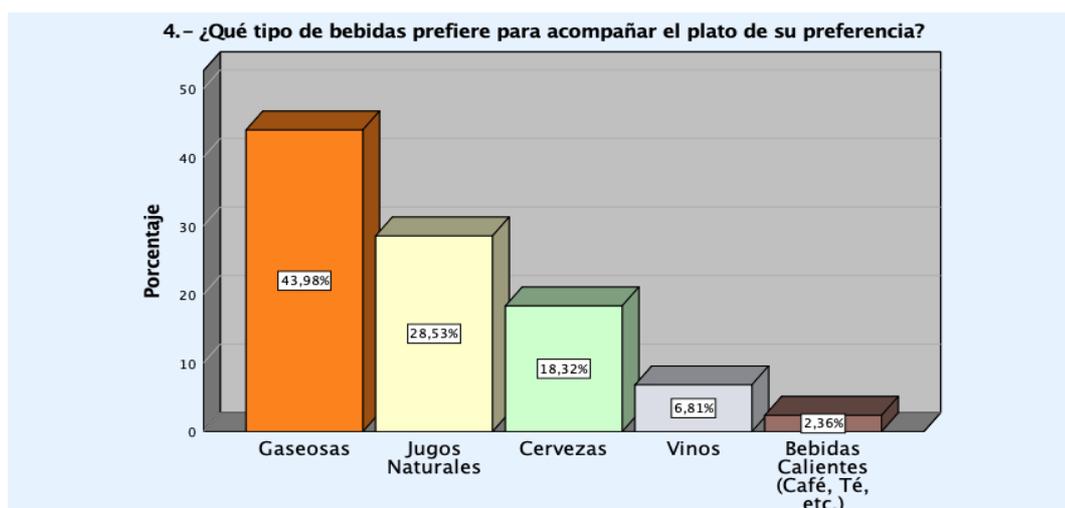
4.- ¿Qué tipo de bebidas prefiere para acompañar el plato de su preferencia?

Tabla 25: Bebidas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
4	Gaseosas	168	44,0
	Jugos Naturales	109	28,5
	Cervezas	70	18,3
	Vinos	26	6,8
	Bebidas Calientes (Café, Té, etc.)	9	2,4
	Total	382	100,0

*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 25: Bebidas



*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Las pymes del sector de restauración brindan un servicio completo el cual también implica productos adicionales para acompañar los platos de comida, como bebidas entre las que los consumidores o clientes potenciales eligieron como preferida la gaseosa, no obstante, seguido de esa frecuencia se encuentran los jugos naturales, otros clientes en menor proporción prefieren acompañar sus comidas con cervezas y en mínima cantidad hay quienes consumen vino y bebidas calientes como café, té, entre otras.

5.- En promedio, ¿Cuánto consume en restaurantes del cantón La Libertad?

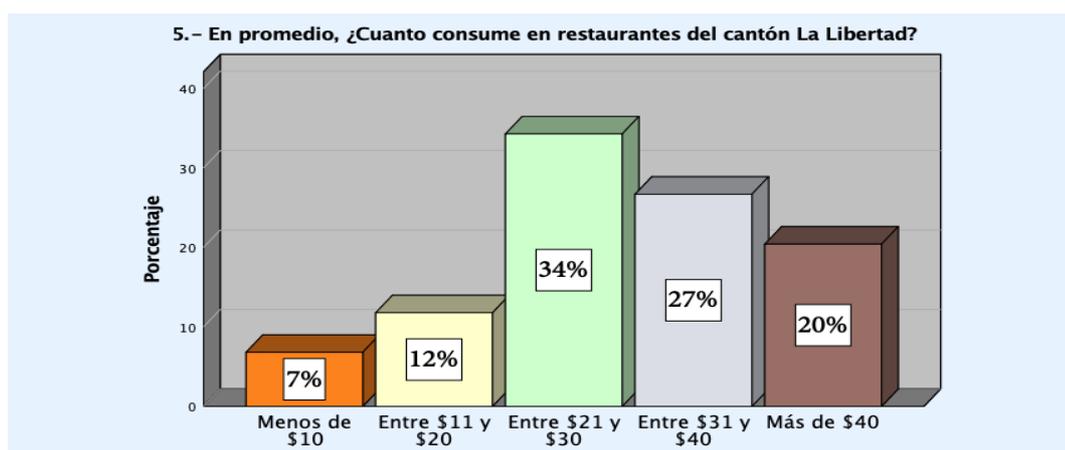
Tabla 26: Promedio de consumo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
5	Menos de \$10	26	6,8	6,8
	Entre \$11 y \$20	45	11,8	18,6
	Entre \$21 y \$30	131	34,3	52,9
	Entre \$31 y \$40	102	26,7	79,6
	Más de \$40	78	20,4	100,0
	Total	382	100,0	

Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 26: Promedio de consumo



Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Gran parte de los restaurantes de comida nacional o internacional son familiares, por lo que se cuestionó a los clientes potenciales un estimado del consumo en dólares que realiza cuando visita estos locales, en su gran mayoría se encuentran quienes consumen entre \$21 a \$30 por cada visita, teniendo una tendencia similar están quienes mantienen un gasto de \$31 a \$40, por su parte también resaltan quienes consumen desde \$40 en adelante, aunque existen clientes que consumen entre \$11 a \$20 y menos \$10. Por lo que se analiza que los clientes constantemente consumen desde los \$20 en adelante.

6.- De acuerdo a su criterio, ¿Cómo califica el servicio de restauración en el cantón La Libertad, con respecto a los siguientes elementos?

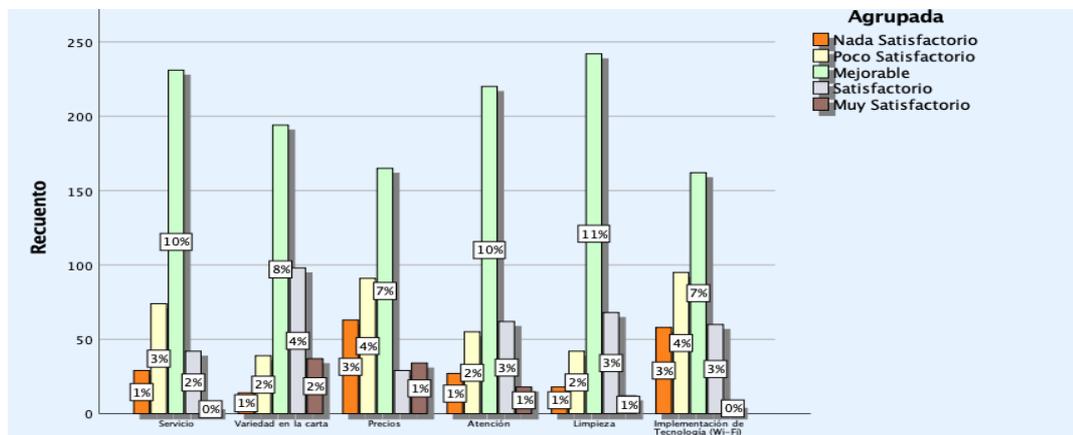
Tabla 27: Servicio

	Nada Satisfactorio	Poco Satisfactorio	Mejorable	Satisfactorio	Muy Satisfactorio
Servicio	29	74	231	42	6
Variedad en la carta	14	39	194	98	37
Precios	63	91	165	29	34
Atención	27	55	220	62	18
Limpieza	18	42	242	68	12
Implementación de Tecnología (Wi-Fi)	58	95	162	60	7
Total	209	396	1214	359	114

Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 27: Servicio



Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La evaluación al servicio de restaurantes de comida nacional e internacional, cumplen varios parámetros que se miden a través de elementos como el servicio, variedad de la carta, precios, atención, limpieza, e implementación de tecnología. De los resultados obtenidos se puede analizar que los usuarios califican todo el servicio como mejorable, en todos sus aspectos, lo cual indica que se debe trabajar aún más tomando como referencia los comentarios del cliente.

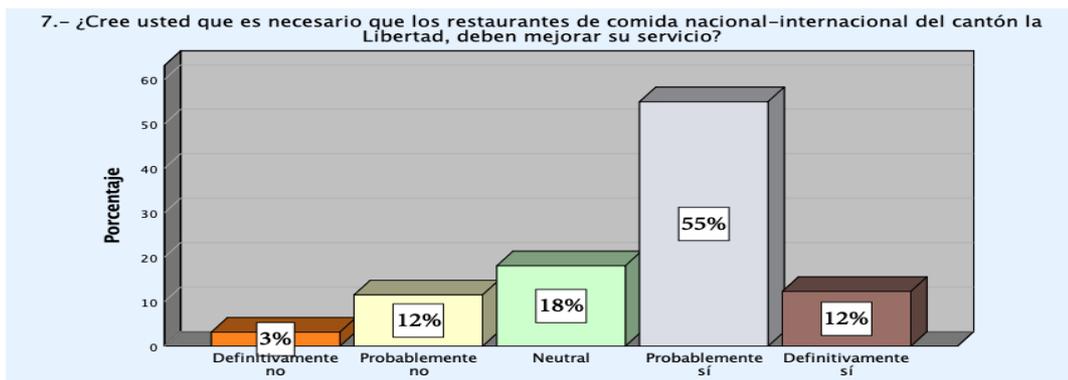
7.- ¿Cree usted que es necesario que los restaurantes de comida nacional-internacional del cantón la Libertad, deben mejorar su servicio?

Tabla 28: Mejora de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
7	Definitivamente no	12	3,1
	Probablemente no	44	14,7
	Neutral	69	18,1
	Probablemente sí	210	55,0
	Definitivamente sí	47	12,3
Total	382	100,0	

Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 28: Mejora de servicio



Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La mejora continua en el ámbito empresarial es una característica propia de la calidad, es por esto que se analiza si los restaurantes de comida nacional e internacional debería mejorar el servicio que presta hacia la sociedad en beneficio de la misma, los clientes mencionaron en su mayoría que probablemente si están de acuerdo con que el servicio mejore, puesto que hay varios criterios que se deberían considerar para brindar un servicio de calidad, también se encuentran quienes tienen una respuesta neutral hacia la pregunta en cuestión y una parte mínima manifiesta que les agrada el servicio.

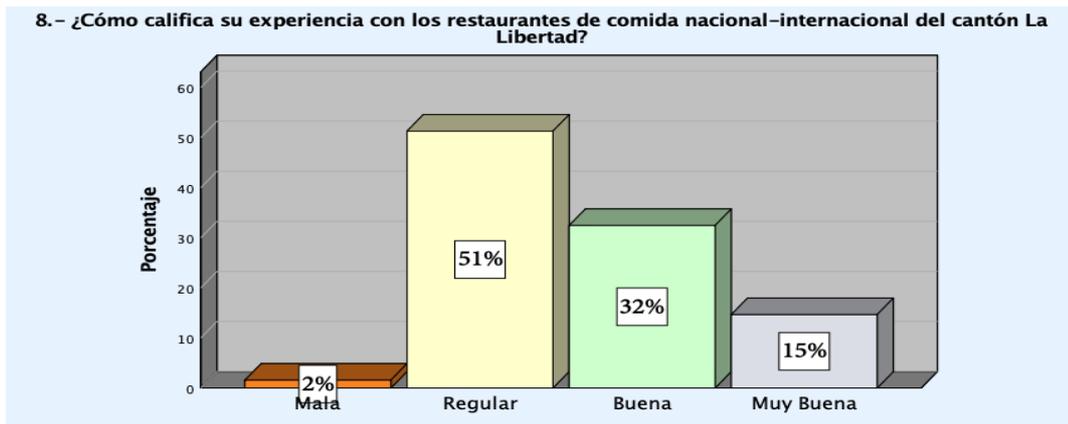
8.- ¿Cómo califica su experiencia con los restaurantes de comida nacional-internacional del cantón La Libertad?

Tabla 29: Experiencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
8	Mala	6	1,6	1,6
	Regular	196	51,3	52,9
	Buena	124	32,5	85,3
	Muy Buena	56	14,7	100,0
	Total	382	100,0	

*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 29: Experiencia



*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

La experiencia se puede definir como el conocimiento vivido de un lugar, persona o cosa, la evaluación de la experiencia que los clientes tienen de un restaurante es importante puesto que se puede analizar si el servicio que se está brindando satisface sus expectativas y el cliente siente la necesidad o el deseo de regresar, del total de los participantes de la encuesta se puede concluir que la mayoría da una valoración de regular a la experiencia recibida, sin embargo, otro grupo de clientes manifiesta que es buena y muy buena, dando como conclusión que se mantiene una tendencia positiva en cuanto a la experiencia que brindan estos negocios.

9.- ¿Qué valor agregado considera que deben implementar los restaurantes en el cantón La Libertad?

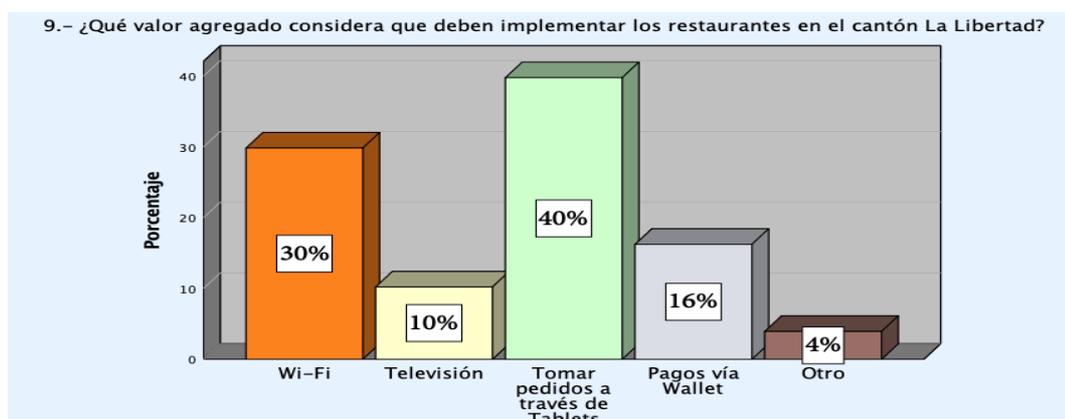
Tabla 30: Valor agregado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
9 Wi-Fi	114	29,8	29,8
Televisión	39	10,2	40,1
Tomar pedidos a través de Tablets	152	39,8	79,8
Pagos vía Wallet	62	16,2	96,1
Otro	15	3,9	100,0
Total	382	100,0	

Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 30: Valor agregado



Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Para generar competitividad dentro del mercado las empresas siempre buscan brindar al cliente un agente diferenciador adicional con lo que se sienta atraído para requerir un servicio en particular, de esta manera los clientes indican que el valor agregado que consideran significativo para implementar en los restaurantes es tomar pedidos de manera electrónica, a través de tablets, seguido de los que prefieren la implementación de sitios wi-fi y los pagos vía wallet, lo que permite concluir que la intervención de las nuevas tecnologías es necesaria.

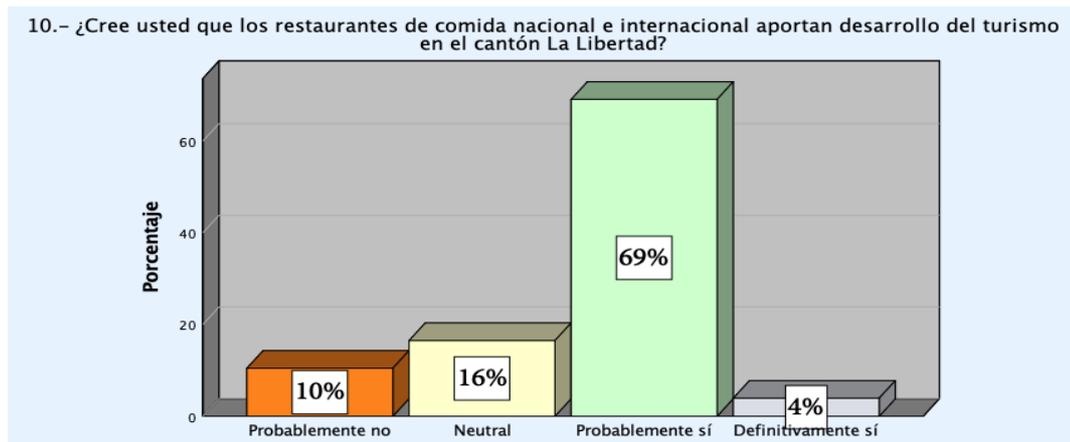
10.- ¿Cree usted que los restaurantes de comida nacional e internacional aportan desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad?

Tabla 31: Desarrollo Socioeconómico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Probablemente no	40	10,5	10,5
Neutral	63	16,5	27,0
Probablemente sí	264	69,1	96,1
Definitivamente sí	15	3,9	100,0
Total	382	100,0	

*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

Figura 31: Desarrollo Socioeconómico



*Fuente: Clientes potenciales de las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad.
Elaborado por: Tomalá Robles Angela*

En esta investigación encaminada al estudio de las pymes y el desarrollo socioeconómico también se cuestionó si desde la perspectiva del usuario existe una aportación significativa de los restaurantes al desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad, lo que obtuvo como respuesta que probablemente sí, esto indica que para los usuarios las pymes del sector de restauración aportan con la dinamización de la economía del sector, sin embargo, también existe una mínima cantidad de clientes que manifiesta lo contrario.

3.2 Comprobación de la hipótesis

La comprobación de la hipótesis se la realizó mediante el programa estadístico SPSS25, para determinar la correlación estadística entre las variables de estudio que son: **Pymes**; como variable independiente y el **Desarrollo Económico**; como variable dependiente. Este proceso es necesario puesto que a través de la correlación de variables se puede determinar el nivel de relación que existe entre las variables analizadas y se puede entender los resultados de los indicadores presentados.

H_i: Las Pymes especializadas en comida nacional-internacional contribuyen con el desarrollo económico del cantón La Libertad, a través de la elaboración de un plan de negocios.

H₀: Las Pymes especializadas en comida nacional-internacional no contribuyen con el desarrollo económico del cantón La Libertad, a través de la elaboración de un plan de negocios.

El objetivo de la comprobación de la hipótesis a través de la Prueba del Chi-Cuadrado de Pearson, es indagar la correlación de variables, la misma que se llega a través de los resultados de la encuesta aplicadas a pequeños y medianos emprendedores pertenecientes al sector gastronómico del cantón La Libertad.

El cuestionario se elaboró con preguntas cerradas para conocer el punto de vista de los involucrados en el estudio y de esta forma determinar si realmente la actividad económica que ellos realizan contribuye significativamente en el crecimiento y desarrollo de la ciudad de La Libertad.

Para la prueba del Chi-Cuadrado se consideró los indicadores: **Pymes y el desarrollo económico**, de la variable independiente y **Plan de negocios**, de la variable dependiente, es decir, con los resultados que se obtuvieron a través de la encuesta se determinará si, las Pequeñas y Medianas empresas del sector gastronómico obtienen mejores resultados financieros a través de la implementación de un plan de negocios y con esto logran aportar con el desarrollo del cantón.

Según manifiestan los autores que desarrollaron la Prueba, las variables presentadas, deben ser medibles y cuantificables, por lo tanto, para que se considere como válida la Hipótesis Alternativa, es necesario que el resultado de la correlación sea inferior a 0,05. Los resultados se presentan a continuación:

Tabla 32: Análisis de las variables de estudio – Método “Chi-Cuadrado”

Tabla cruzada PYMES EN EL DESARROLLO ECONÓMICO - PLAN DE NEGOCIOS					
Recuento		9.- ¿Cree que las pymes especializadas en comida nacional-internacional contribuyen con el desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad?			Total
		Neutral	Probablemente sí	Definitivamente sí	
8.- ¿Cree usted que un plan de negocios le permitirá fortalecer su negocio?	Probablemente no	2	9	0	11
	Neutral	0	7	0	7
	Probablemente sí	0	0	38	38
	Definitivamente sí	0	0	11	11
Total		2	16	49	67

Fuente: Programa Estadístico SPSS: versión 25

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La tabla X muestra los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas a pequeños y medianos empresarios del sector gastronómico del cantón La Libertad, considerando dos de los indicadores más relevantes del estudio y que se pueda tomar decisiones a través de su interpretación.

Tomando en cuenta que, para que los resultados de las organizaciones sean estas, micro, pequeñas, medianas o grandes empresas, puedan ser eficaces, es necesario contar con un plan de negocios que permita ejecutar el negocio de una manera fácil y ordenada, a su vez, que, con un negocio rentable, esta podrá aportar positivamente con el desarrollo económico de la ciudad. Por lo tanto, a través de la implementación de un plan de negocios en las pymes se podrá contribuir con el desarrollo económico del cantón La Libertad.

Posteriormente se realiza la prueba del Chi-Cuadrado, mostrado en la siguiente tabla:

Tabla 33: Prueba de Chi-Cuadrado de Pearson

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	72,330 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	80,104	6	,000
Asociación lineal por lineal	48,875	1	,000
N de casos válidos	67		

Fuente: Programa Estadístico SPSS: versión 25

Elaborado por: Tomalá Robes Angela

Finalmente, se muestran los resultados obtenidos a través de la medición estadística de las variables de estudio, en donde se puede conocer la correlación entre las variables presentadas, se puede concluir lo siguiente.

El valor del Chi-Cuadrado de Pearson realizado a través de la herramienta estadística SPSS, es de 72, 330a a 12 grados de libertad, y el nivel de significancia entre las variables de estudio es de 0,000, es decir, es menor a 0,05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Es por ello por lo que, se puede concluir que existe una relación estadísticamente significativa entre **Pymes y el Desarrollo Económico**, del cantón La Libertad, el cual el logrado a través de la implementación de un plan de negocios.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Naturaleza del proyecto

4.1.1 Descripción de la idea de negocio

La finalidad del proyecto es desarrollar un plan de negocios que las Pymes del sector de restauración de comida nacional e internacional del cantón La Libertad puedan tomar como ejemplo para mantener a sus pequeños o medianos negocios en competitividad en el mercado.

Puesto que, de acuerdo con las variables analizadas, el efecto que generan las pymes de este sector en el desarrollo socioeconómico es positivo, sin embargo, como todo proceso de mejora continua, es importante establecer acciones de mejora que permitan contribuir con el crecimiento empresarial de los restaurantes de comidas nacional e internacional y que la oferta gastronómica sea un potencial atractivo turístico para el cantón.

Bajo ese esquema, surge la idea de proponer un plan de negocios que permita ser un modelo para seguir por parte de las pymes antes mencionadas, y que el aporte que brinden al desarrollo de la ciudad sea de un impacto verdaderamente significativo.

4.1.2 Justificación de la empresa o producto

Como se mencionó anteriormente, el objetivo del presente trabajo de investigación es brindar de una herramienta de consultoría para las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad, es por ello que este trabajo tendrá un alto impacto en el objeto de estudio que se presenta, y las pymes que forman parte del estudio obtendrán un beneficio significativo.

Por lo tanto, es necesario que se implemente el plan de negocios en las pymes que deseen tomar como modelo a seguir el presente plan de negocios que direccionará hacia el adecuado manejo estratégico y financiero de los negocios dedicados a la actividad gastronómica en el cantón La Libertad.

Finalmente, se menciona que, para el desarrollo del plan de negocios, fue necesario crear una empresa modelo, considerando los resultados obtenidos a través de los instrumentos de recolección de información aplicados, tanto a emprendedores, quienes manifestaron sus necesidades como dueños de los negocios; y los clientes o turistas, quienes aportaron con criterios para mejorar el servicio a los usuarios.

4.1.3 Nombre de la empresa

La selección del nombre de la empresa es un proceso que requiere de un análisis de diferentes factores que permiten definirlo de manera adecuada. En este proceso, las pymes deben considerar diversos factores que posteriormente son evaluados a través de una matriz de ponderación, en donde se puede calificar aspectos claves como: originalidad, claridad, atracción, significado y si este es agradable hacia el cliente. Posteriormente, se preseleccionan los posibles nombres que tendrá la empresa y se procede a calificar, como se visualiza en el siguiente cuadro:

Tabla 34: Proceso de selección del nombre de la empresa

Atributos Nombres	Original	Atractivo	Claro	Significativo	Agradable	TOTAL
Bon Appétit	2	2	4	3	3	14
Pa' Comer Algo	2	3	2	3	3	13
Bocagourmet	5	4	4	5	4	22
La Hueca	4	3	3	4	5	19
Tierra de Sabor	3	2	3	4	4	16
El nombre para la empresa es:						
BOCAGOURMET						

Una vez que se evalúan los nombres propuestos para el restaurante, se continua con el proceso de toma de decisiones, donde el gerentes o emprendedor, decide de acuerdo con la calificación que obtuvo cada uno de ellos, el nombre que debe llevar su negocio, en este caso, el nombre elegido es “BOCAGOURMET”, un nombre original, atractivo, y agradable para el público objetivo al que se desea captar.

4.1.4 Descripción de la empresa

Tipo de empresa

Existen diferentes formas de constituir una organización, sin embargo, se deben considerar diferentes aspectos claves para poder establecerla de manera correcta, sin que esto afecte legalmente sus actividades, es por ello que a continuación se presenta un cuadro donde se definen los tipos de empresas de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), (2018).

Tabla 35: Clasificación de empresas

Tamaño	No. de personas ocupadas	Ventas anuales
Grande	200 en adelante	5'000.001 en adelante
Mediana Empresa “B”	100 a 199	2'000.001 a 5'000.000
Mediana Empresa “A”	50 a 99	1'000.001 a 2'000.000
Pequeña	10 a 49	100.001 a 1'000.000
Microempresa	1 a 9	Menos de 100.000

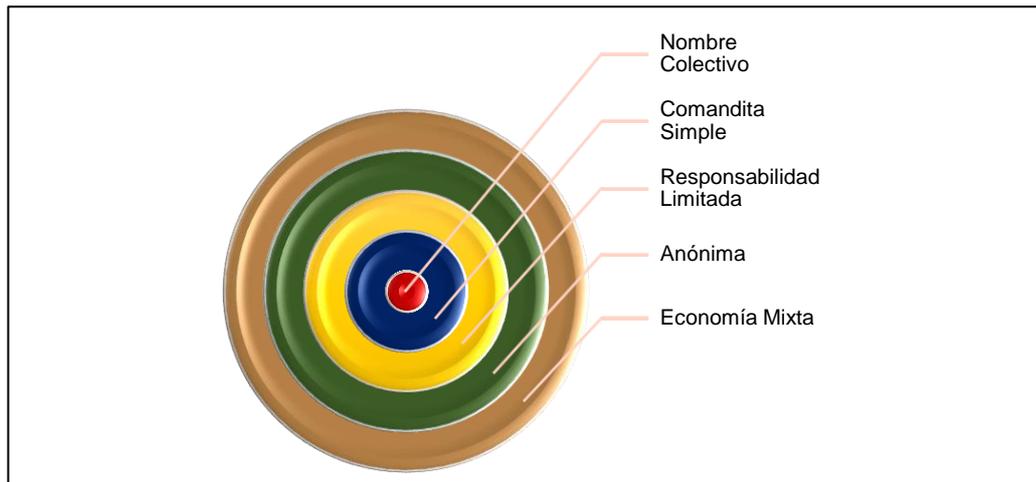
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), (2018)

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tomando como referencia la información presentada en el cuadro que antecede, se puede manifestar que, generalmente las empresas que se encuentran en activas en el sector de restauración del cantón La Libertad pertenecen a la categoría de microempresas y pequeñas empresas. Es por ello que, a través de la presente investigación se busca incentivar al pequeño empresario o emprendedor a expandirse hasta entrar dentro de las medianas empresas A y B.

Además del tamaño de las empresas, es importante resaltar las diferentes formas jurídicas con las que se puede constituir una compañía en el Ecuador, de acuerdo su normativa vigente, la misma que se expone en la siguiente figura:

Figura 32: Compañías de comercio en el Ecuador



Fuente: Ley de Compañías, (1999)

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Nombre Colectivo: De acuerdo con el artículo 36, de la Ley de Compañías, (1999).

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Solo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

Comandita Simple: En tanto que, el artículo 59, de la misma ley, expresa que. **La compañía en comandita simple** existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía. Solamente las personas naturales podrán ser socios comanditados o comanditarios de la compañía en comandita simple.

Responsabilidad Limitada: Por otra parte, el artículo 92, menciona que. **La compañía de responsabilidad limitada** es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Anónima: El artículo 143, de la Ley de Compañías, (1999), menciona que. **La compañía anónima** es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

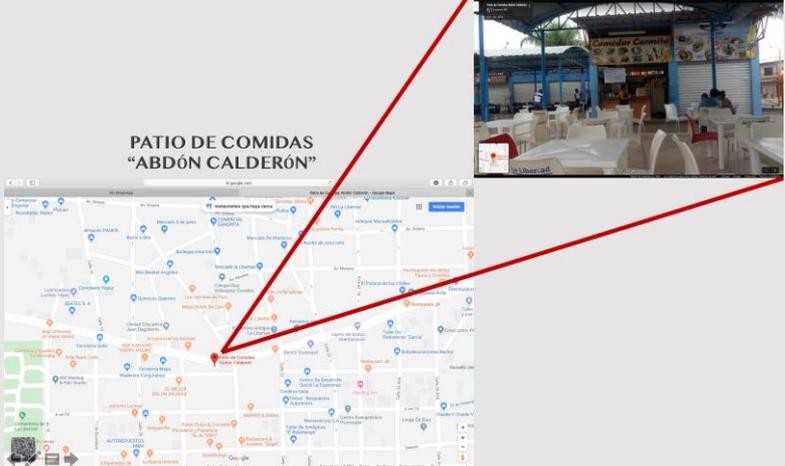
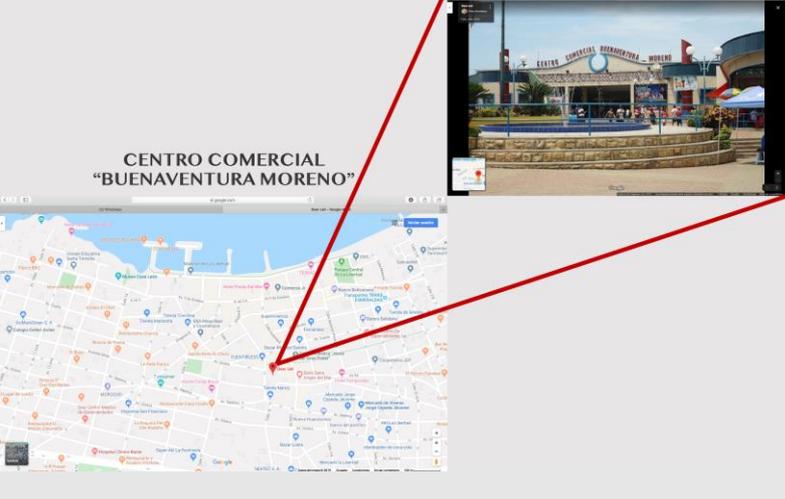
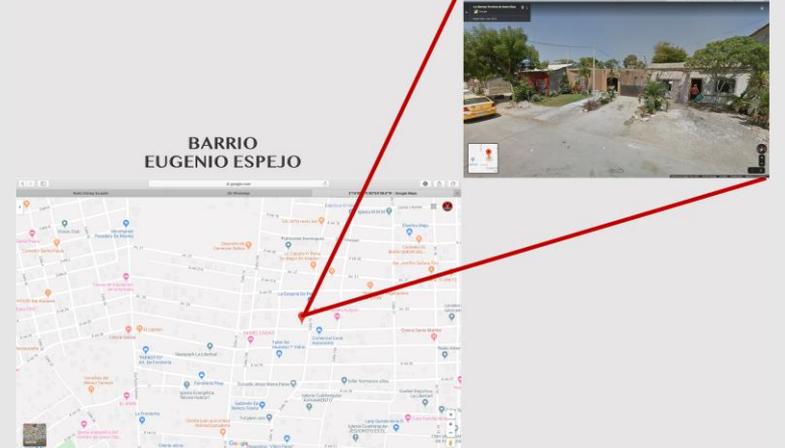
Economía mixta: El artículo 308, menciona que. El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía. Las entidades enumeradas en el Art. 308 podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un periodo determinado. Una vez analizado los aspectos económicos y legales de las diversas formas de constitución de las empresas en el Ecuador, se puede mencionar que el restaurant **BOCAGOURMET**, será constituido como una **Microempresa** y será registrada como **Compañía Limitada** (Cía. Ltda.), por lo tanto, estará regida por la Superintendencia de Compañía de Valores y Seguros.

Localización de la empresa

Otro de los puntos importantes en la creación de una empresa, de cualquier tamaño, es la localización. Existen diferentes formas de establecer el lugar adecuado para las empresas, sin embargo, la mayoría de los negocios que no realizan un estudio previo para definir el lugar donde realizarán sus actividades, tienden a cerrar después de un corto periodo en el mercado porque no consideraron los principales factores que deben tenerse en cuenta la ubicar estratégicamente una compañía.

Es por ello por lo que, a continuación, se presenta una de las alternativas para definir la localización de una empresa, denominado “**Evaluación de factores clave de éxito (FCE)**”, el cual consiste en analizar y ponderar varios indicadores que pueden influir en el desarrollo de las actividades. Entre los factores o indicadores que se pueden considerar se encuentran los siguientes:

Tabla 36: Alternativas de localización para la empresa – cantón La Libertad

Nombre	Ubicación en GPS
<p>1 Patio de Comidas Abdón Calderón</p>	<p>PATIO DE COMIDAS "ABDÓN CALDERÓN"</p> 
<p>2 Centro Comercial Buenaventura Moreno</p>	<p>CENTRO COMERCIAL "BUENAVENTURA MORENO"</p> 
<p>3 Barrio Eugenio Espejo</p>	<p>BARRIO EUGENIO ESPEJO</p> 

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Para realizar la evaluación de los factores se analiza cada factor propuesto, en el que se le asigna una ponderación de acuerdo con el empresario. El mismo que se describe a continuación:

Tabla 37: Evaluación de los Factores Clave de Éxito (FCE)

FACTORES	PESO	PONDERACIÓN					
		Patio de Comidas "Abdón Calderón"	Centro Comercial "Buenaventura Moreno"	Barrio Eugenio Espejo	Patio de Comidas "Abdón Calderón"	Centro Comercial "Buenaventura Moreno"	Barrio Eugenio Espejo
Clientes	0,40	8	9	10	3,2	3,6	4
Ubicación	0,25	8	9	10	2	2,25	2,5
Proveedores	0,15	9	9	9	1,35	1,35	1,35
Mano de Obra	0,10	10	10	10	1	1	1
Costo del local	0,10	8	8	8	0,8	0,8	0,8
TOTAL	1	43	45	47	8,35	9	9,65

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

De acuerdo con el procesamiento de los datos se obtuvo que el restaurant BOCAGOURMET, debe estar ubicado en el **Barrio Eugenio Espejo**, puesto que obtuvo la mayor calificación o ponderación, una vez evaluados los factores claves de éxito.

4.1.5 Análisis FODA

El análisis FODA o SWOT, por sus siglas en inglés, es una herramienta de estudio de la situación de una empresa o proyecto, analizando sus características internas, que permiten conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa.

Es indispensable que, en un proyecto o plan de negocios para iniciar un negocio o una empresa, se realice un análisis FODA, de tal manera que se puedan establecer los objetivos estratégicos en sus diferentes áreas. Es por ello que para la presente investigación se realiza este proceso para el restaurant BOCAGOURMET.

Figura 33: Análisis FODA



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.1.6 Filosofía empresarial

Figura 34: Filosofía Empresarial



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La filosofía empresarial de una empresa consiste en la declaración de la misión, visión y valores corporativos. El primer componente es como se identifica la empresa, el valor agregado que se brinda al cliente y los medios que posee para cumplirlo. En tanto que, la misión, se refiere a las metas de la empresa, cómo se proyecta en un futuro y los valores corporativos son elementos claves para el correcto desarrollo de las actividades empresariales.

4.1.7 Calificación del equipo emprendedor

En esta parte del plan de negocios, las pymes pueden describir las características de quienes llevarán el mando de la empresa, resaltando los conocimientos y formación que tiene cada integrante.

En el caso del Restaurant BOCAGORMET, se pone en manifiesto que estará dirigido por la Ing. Angela Tomalá Robles, maestrante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), en el grado académico de Magister en Administración de Empresas con mención en PYMES, cuyo perfil profesional es: Conocer los conceptos, definiciones y teorías de la economía, administración y finanzas, que mejore su desarrollo profesional.

- Gestionar una organización desde el ámbito de recursos humanos, económicos, financieros y estratégicos con habilidades de liderazgo, socialmente responsable, que integre a los clientes internos y externos y su vinculación en forma responsable con la sociedad y así estar en capacidad de tomar decisiones con el fin de maximizar beneficios optimizando los recursos.

- Promover la transformación de la matriz productiva, que logre integrar las diversas culturas del país.
- Diseñar estrategias que permitan elevar la competitividad en la producción y los servicios que ofrecen a empresas.
- **Emprender ideas exitosas en los negocios.**
- Desarrollar proyectos de investigación sobre diversos problemas del sector empresarial mediante el uso de metodologías de investigación.

En tal virtud, los conocimientos y experticia adquirida conllevan a que el restaurante BOCAGOURMET, se convierta en un referente a nivel local, nacional y a largo se proyecta un crecimiento en el mercado internacional.

4.1.8 Ventajas competitivas

Existen tres formas de generar una ventaja competitiva en el mercado, de acuerdo a lo que establecen los autores, en especial, uno de los más reconocidos, Michael Porter, (2016), quien propone tres estrategias, denominadas “Estrategias Genéricas de Porter”.

Liderazgo en costos: La ventaja en costos es uno de los tres tipos de ventaja competitiva que posee una empresa. El cual consiste en ofrecer el precio más bajo en el mercado por debajo de todos los competidores.

Diferenciación: Una empresa se diferencia de sus rivales cuando ofrece algo especial que los compradores aprecian, diferente de un precio bajo. La diferenciación le permite imponer un precio elevado.

Enfoque o nicho: La estrategia de concentración, (tanto la basada en costes como en diferenciación) se caracteriza por la elección previa de un segmento, mercado

local, fase del proceso productivo, etc. y por ajustar una estrategia óptima que responda a las necesidades específicas de los clientes escogidos.

Referente al tema de estudio, se proponen elementos básicos de diferenciación para el restaurant BOCAGOURMET, descritos en la siguiente figura:

Figura 35: Elementos diferenciadores de BOCAGOURMET



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.2 Mercado

4.2.1 Tamaño del mercado

En el tamaño de mercado se hace una referencia a la situación actual del mercado donde funciona o funcionará la empresa, para conocer las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta.

De acuerdo a datos del Ministerio de Turismo, en la provincia de Santa Elena, existen 518 establecimientos de comidas y bebidas registrados y por ende, funcionando en el mercado, como se evidencia en la siguiente figura.

Figura 36: Oferta Turística de la Provincia de Santa Elena



Fuente: Ministerio de Turismo, 2017

De los 518 establecimientos, el cantón La Libertad tiene una participación aproximada del 15,8%, es decir, tiene aproximadamente 81 establecimientos registrados en el GAD Municipal del cantón La Libertad. A diferencia de los dos cantones, es importante, que los organismos competentes realicen proyectos que estén orientados a la repotenciación de la oferta gastronómica y del sector de restauración en específico, para que de esta manera se pueda incentivar a los emprendedores a incursionar en el mercado gastronómico y así contribuir con el desarrollo socioeconómico de la ciudad.

4.2.2 Consumo aparente

Para determinar el consumo aparente del Restaurante “BOCAGOURMET” se debe partir de la segmentación de mercado en la que está enmarcada de acuerdo a los resultados de encuestas, la misma que se constituye en base a la población del cantón La Libertad.

Por tal razón, el consumo aparente del restaurante estará representado por el número de clientes y la frecuencia de adquisición de los productos que el negocio ofrecerá al mercado. Para lo cual, se toma en cuenta de acuerdo a los resultados de las

encuestas en base al nivel de aceptación por parte de los clientes hacia los restaurantes donde se refleja un 56,70% de aceptación. El nivel de aceptación se debe por varios factores como la variedad de productos con valor agregado, calidad del servicio, precios, entre otros factores, generando ventaja competitiva y posicionamiento en el mercado. A continuación, se presenta la demanda proyectada por los productos a ofrecer por parte del Restaurante BOCAGOURMET:

Tabla 38: Consumo aparente Restaurante BOCAGOURMET

Demanda Proyectada - Platos					
Platos	2019	2020	2021	2022	2023
Mariscos	3.454	3.508	3.563	3.619	3.676
Encebollados	1.476	1.499	1.523	1.547	1.571
Guatita	1.476	1.499	1.523	1.547	1.571
Bolones	2041	2.073	2.106	2.139	2.173
Fritada	3.842	3.903	3.965	4.028	4.092
Llapingacho	1.319	1.340	1.361	1.382	1.404
Hornado	1.156	1.174	1.193	1.212	1.231
Paella (España)	1.884	1.914	1.944	1.975	2.006
Pastel de Choclo	1.088	1.105	1.122	1.140	1.158
Linguini al Roquefort (Italia)	1.176	1.195	1.214	1.233	1.252
Empanadas Chilena	1.496	1.520	1.544	1.568	1.593
Sopaipilla	1.938	1.969	2.000	2.032	2.064
TOTAL	22346	22699	23058	23422	23791

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.2.3 Participación de la competencia en el mercado

Las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad que ofrecen diferentes platos, tanto nacionales como internacional, son aproximadamente 90, sin embargo, es importante que se realice un adecuado análisis para identificar a la competencia, entre los factores que se deben analizar se encuentran; tiempo en el mercado, segmento o nicho que utilizan, portafolio de productos, horarios de atención entre otros. A continuación, se presenta la identificación de competidores para el restaurant BOCAGOURMET:

Tabla 39: Análisis de la competencia

Restaurant	Descripción
<p>Chuchurranga Restaurant</p>  <p>Chuchurranga LA CIUDAD LIBRE</p> <p>Lunes a Jueves 7:00 a 16:30 Viernes a Domingo 06:00 a 17:30</p> <p>A partir del Jueves 24 de Mayo tambien atenderemos en la noche desde las 19:30 a 00:00</p>	<p>Es uno de los restaurantes que tiene una mayor acogida a nivel local. Ofrece una variedad de platos, todos de comida nacional.</p>
<p>Los ceviches del Chule</p>  <p>CHULE</p>	<p>Como lo describe el nombre, los Ceviches del Chule, es otro negocio perteneciente al sector de restauración del cantón La Libertad, que tiene una destacada participación en el mercado, ofreciendo ceviches de todo tipo a sus clientes.</p>
<p>El Arbolito</p> 	<p>El arbolito es otro establecimiento que tiene una importante preferencia por los comensales de la provincia de Santa Elena y también es conocido por varios turistas externos, ya sean de otras ciudades o de otros países. Este local se destaca por los diferentes tipos de desayunos que ofrece.</p>
<p>Rincón Manabita</p> <p>RAFAEL CORREA DESAYUNANDO EN LA LIBERTAD</p> <p>Alrededor de 50 personas acompañan a Rafael Correa, expresidente del Ecuador.</p> <p>En estos momentos desayuna en el Rincón Manabita en La Libertad.</p> 	<p>EL Rincón Manabita es otro local que ya tiene varios años en el cantón La Libertad, ofreciendo una variedad de platos, la mayoría provenientes de la provincia de Manabí.</p>

<p style="text-align: center;">Pipes BBQ</p> 	<p>Pipes BBQ es un restaurant, cuya especialidad son las parrilladas, también tiene destacada participación en el mercado.</p>
---	--

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.2.4 Estudio de mercado

Objetivo del estudio de mercado

- Analizar la participación de la competencia a través de un estudio de mercado para conocer las acciones y estrategias que estas empresas aplican para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Determinar el consumo aparente del producto en el mercado, a través del análisis realizado en la encuesta aplicada.
- Determinar las estrategias de comercialización adecuadas para el restaurant, con la finalidad de obtener la fidelización de los clientes.
- Analizar los resultados de la encuesta aplicada a clientes potenciales para la adecuada toma de decisiones

Segmentación de mercado

La segmentación de mercado del restaurant BOCAGOURMET, se realizó considerando los resultados de la encuesta aplicada a clientes potenciales de tal manera que, se pueda establecer las estrategias adecuadas para captar su atención.

La siguiente tabla es un resumen de la segmentación para el restaurant.

Tabla 40: Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN	
Descripción	TOTAL
Habitantes del cantón La Libertad	115.952
Atributo	
Entre 15 y 64 años	61,47%
MERCADO META	
Habitantes entre 15 y 64 años	71.279

4.2.6 Marketing mix

Para la sección del marketing mix que se empleara para el restaurante BOCAGOURMENT se establecieron parámetros basados en las principales características del marketing comercial como lo son: el producto, el precio, plaza y promoción, obteniendo de esta manera una perspectiva determinante para llegar al cliente.

Producto

La variedad de los productos que ofrece un restaurante es la clave ideal para que los clientes se sientan satisfechos al visitar estos lugares, el restaurant BOCAGOURMENT ofrece a sus clientes un menú variado en platos de comida nacionales como internacionales, para que el cliente tenga varias alternativas al momento de elegir un producto. Luego de conocer las opiniones de los clientes a través de la aplicación de las encuestas se pudo determinar que hay varios clientes que actualmente no se encuentran satisfechos con el servicio brindado por los restaurantes locales, es por ellos que a continuación el restaurante BOCAGOURMENT presenta su menú a los clientes:

Tabla 41: Oferta gastronómica nacional - Costa

PLATOS TIPICOS COSTA	
<p>BOLONES</p> 	<p>GUATITA</p> 
<p>ENCEBOLLADO</p> 	<p>CAZUELA</p> 
<p>MARISCOS</p> 	<p>CARNES Y OTROS</p> 

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tabla 42: Oferta gastronómica nacional - Sierra

PLATOS TIPICOS SIERRA	
<p>FRITADA</p> 	<p>HORNADO</p> 
<p>LLAPINGACHO</p> 	<p>CEVICHOCO</p> 
<p>MOTEPILLO</p> 	<p>OTROS</p> 

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tabla 43: Oferta gastronómica internacional

PLATOS INTERNACIONALES	
<p>PAELLA – ESPAÑA</p> 	<p>LINGUINI AL ROQUEFORT – ITALIA</p> 
<p>RAMEN - JAPON</p> 	<p>EMPANADAS CHILENAS – CHILE</p> 
<p>PASTEL DE CHOLO – CHILE</p> 	<p>SOPAIPILLA – CHILE</p> 

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tabla 44: Portafolio de Bebidas

Bebidas	
<p>GASEOSAS</p> 	<p>JUGOS</p> 
<p>CERVEZA</p> 	<p>VINO</p> 
<p>BEBIDAS CALIENTES</p> 	<p>AGUA – OTROS</p> 

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Marca

La marca es una de las partes del proyecto que tiene una relevancia determinante, puesto que en este apartado se describe la elaboración del logo. Y tomando como antecedente los aspectos diferenciadores, se conoce que una de las estrategias de posicionamiento es el branding, a través del logo, servicio, productos, entre otros, se realizó el logo del restaurante BOCAGOURMET.

El restaurant BOCAGOURMET, se desarrolló bajo el concepto de IMAGOTIPO, es decir, en la combinación de una imagen y el texto, en este caso, se compone de un chef del género femenino, el nombre de la empresa y el slogan, tal como se visualiza en la figura.

Figura 37: Logotipo del restaurante BOCAGOURMET



Descripción del logo

Colores

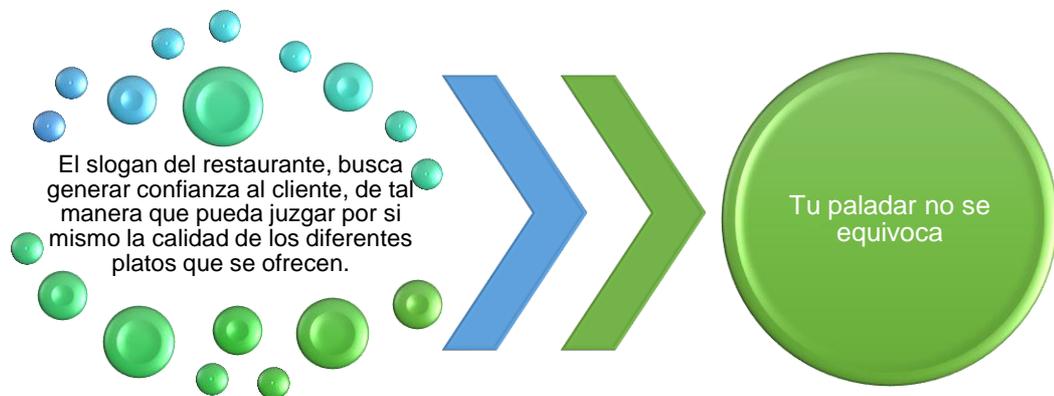
Azul: El color azul, fue seleccionado puesto de acuerdo a las teorías del marketing, inspira confianza, seguridad y relajación

Verde: El colore verde está relacionado con la naturaleza, de esta manera se pone en manifiesto nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente, también se relaciona con la ética y el crecimiento empresarial

Eslogan

Es eslogan complementa el logotipo, este puede ir incluido en el mismo, o puede aparecer en diferentes estrategias de marketing empleadas por el empresario o emprendedor. El eslogan del restaurant BOCAGOURMET, es:

Figura 38: Slogan de BOCAGOURMET



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tipografía

La tipografía también es un elemento determinante en la elaboración del logo o de la marca, es por ello que se debe seleccionar minuciosamente. Para el restaurante BOCAGOURMET, la fuente seleccionada es **Phosphate**

Imagotipo

Chef mujer: Una particularidad del logo de BOCAGOURMET, es la imagen de una chef del género femenino, puesto que, quien llevará a cabo la ejecución del proyecto es la autora de la investigación, Ing. Ángela Tomalá, se consideró como pilar fundamental para que el proyecto se posicione en el mercado.

Precio

Definir el precio para un producto dependerá de varios factores; para definir el precio de los platos que ofrece el restaurante BOCAGOURMET del cantón La Libertad se consideraron elementos de producción tales como los ingredientes, materiales, mano de obras, entre otros. Los precios también se establecieron con un promedio para cada plato de acuerdo con la descripción que se detalla en ganancias estipuladas en el presupuesto.

Tabla 45: Lista de precios – BOCAGOURMET

Platos	Precio
Mariscos	\$10,00
Encebollados	\$2,50
Guatita	\$4,50
Bolones	\$2,00
Fritada	\$4,50
Llapingacho	\$4,50
Hornado	\$4,50
Paella (España)	\$10,00
Pastel de Choclo	\$6,00
Linguini al Roquefort (Italia)	\$6,00
Empanadas Chilena	\$2,50
Sopaipilla	\$2,00

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La fijación de precios por cada plato estará establecida mediante la estructura de costos y margen de utilidad de acuerdo con la elaboración del presupuesto, así como también tendencia o frecuencia de consumo dentro del mercado.

Plaza o Distribución

El restaurante BOCAGOURMET iniciará sus actividades de acuerdo con el lugar establecido en la localización, que es el cantón La Libertad específicamente en el Barrio Eugenio Espejo, se escogió este lugar porque este punto referencial hace énfasis también a la competencia que se encuentra con un nivel bajo en este sector, es decir que es un campo aun no explorado y no se encuentra saturado de otros negocios similares.

Se espera adecuar el lugar de acuerdo con las exigencias de los clientes, existe también la atención prestada que será directa ya que los platos se preparan dentro del restaurante y son servidos directamente al cliente mediante los meseros.

Canales de distribución

Los canales de distribución son aquellos que facilitan que los productos lleguen hacia el cliente, de la misma manera se cuenta la información que se espera transmitir acerca de los beneficios del producto. Para el restaurante BOCAGOURMET la empresa consideró los siguientes:

- Correo electrónico
- Página de Facebook
- Instagram
- WhatsApp Empresarial

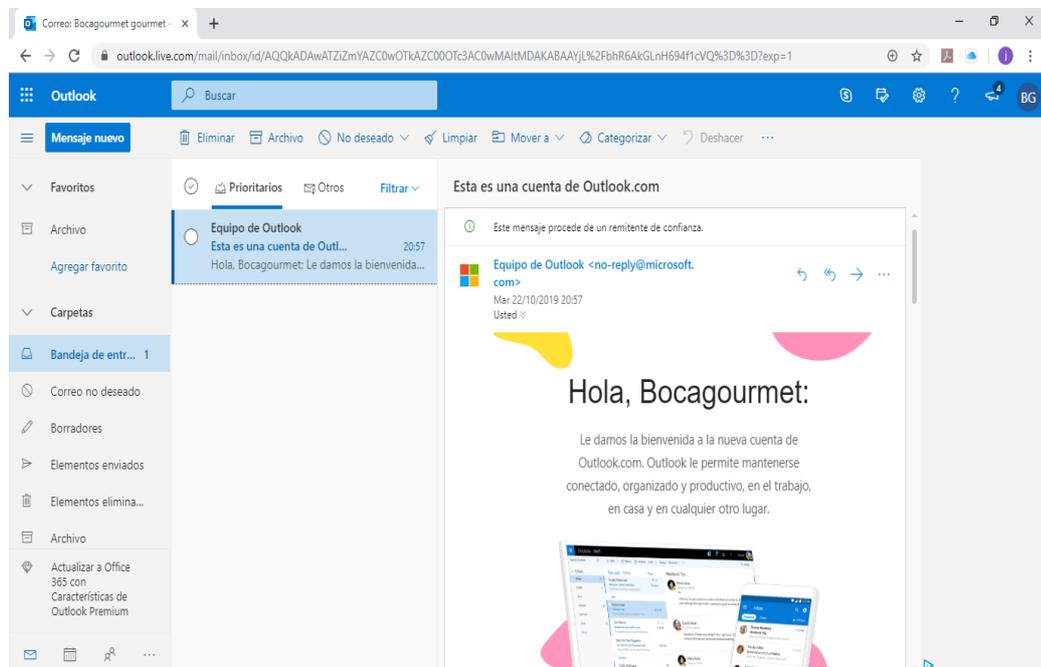
Las redes sociales son uno de los principales medios en los que las personas buscan información para realizar una compra y conocer acerca de un producto o un lugar, es por esto por lo que se busca la adaptación e introducción al mercado joven por medio de estas páginas de internet.

Correo electrónico

Este servicio permitirá que varios usuarios puedan enviar mensajes y la empresa pueda recibirlos, esto puede ser útil para recibir sugerencias y comentarios de los clientes de una manera formal, el correo quedó definido de la siguiente manera:

- bocagourmet.ang@hotmail.com

Figura 39: Correo electrónico del restaurante BOCAGOURMET



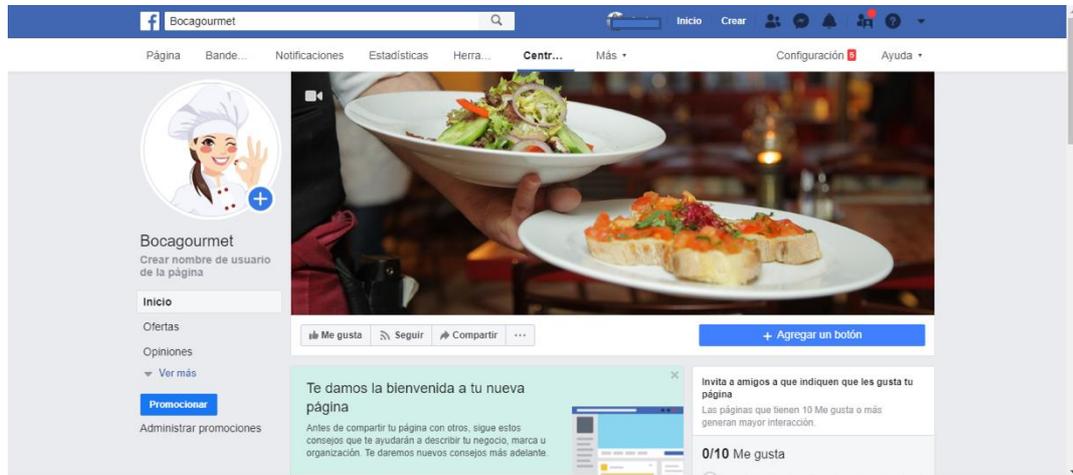
Fuente: Outlook.com

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Facebook

Las Fan Page de Facebook contribuyen a que las empresas encuentran puntos específicos para promocionarse a un público en especial obteniendo como resultados que las empresas puedan adquirir productos mediante esta red, además de solicitar información y conocer la ubicación y disponibilidad del lugar.

Figura 40: Fan Page de Facebook del restaurante BOCAGOURMET



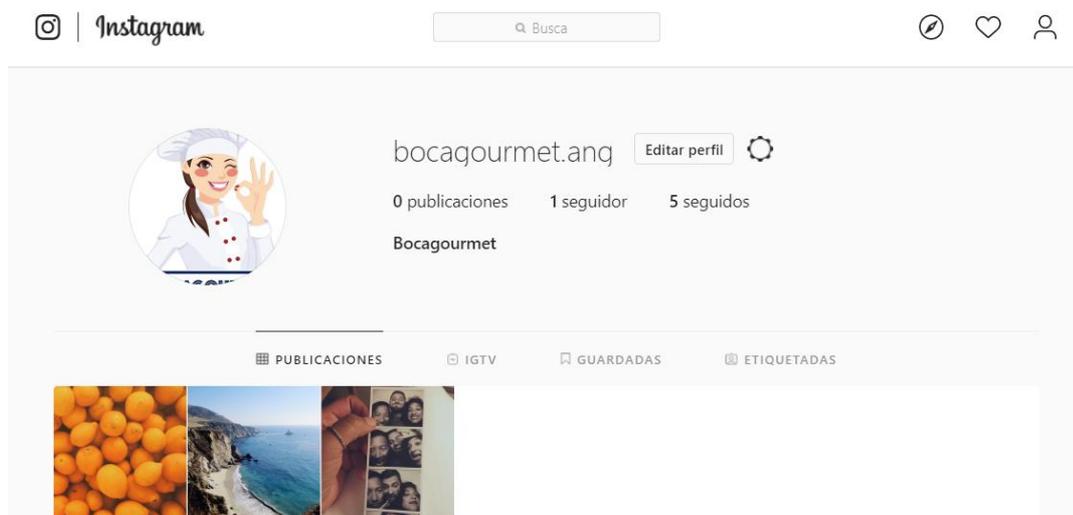
Fuente: Facebook

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Instagram

Instagram es una de las redes sociales que actualmente ocupa un lugar importante dentro de los medios de comunicación, esta herramienta es muy específica debido a que se limita a publicar información en el perfil del usuario y realizar publicaciones con imágenes.

Figura 40: Página de Instagram – BOCAGOURMET



Fuente: Instagram

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

WhatsApp

WhatsApp es un tipo de mensajería web instantánea, que tiene como funciones principales enviar y recibir mensajes, llamadas, multimedia, archivos, ubicación etc. Para el restaurante sería una herramienta útil para poder difundir información acerca de los productos, eventos, direcciones, etc. y también realizar pedidos vía on-line.

Figura 41: WhatsApp – BOCAGOURMET



Fuente: WhatsApp Web

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Estrategias publicitarias

En el cantón La Libertad, en la actualidad no cuenta con un restaurant, que ofrezca una variedad gastronómica que le permita al cliente degustar de platos diferentes a los tradicionales: arroz con menestra, asados, mariscos, entre otros, lo cual no ha permitido que un establecimiento marce la diferencia con productos y servicios innovadores, es por ello que, la propuesta del trabajo de investigación se elaboró considerando la estrategia de diferenciación, es decir, ofrecer un producto o servicio único en el mercado. En tal virtud, las estrategias publicitarias del Restaurant BOCAGORMET, apuestan a lo conocido como “Festivales de Comida”, el mismo que llevará la temática de cada tipo de comida que se ofrezca, con la finalidad de ofrecer un servicio diferente e innovador al cliente.

Propuesta de Festivales de Comidas

Figura 42: Temática 1 – Festival de Comida Nacional

BOCAGOURMET
Tu paladar no se equivoca

Sabores de mi tierra

INCLUYE

- Almuerzo buffet
- Bebidas soft ilimitadas
- 1 Cerveza nacional de cortesía
- 2 Horas de parqueo
- 12 y 13 Oct. Presentación de Guitarristas

\$16³⁹
+ impuestos por persona

Del 7 al 13 de octubre
12:00 a 15:30

Reservas: 0960522294 | Bocagourmet | bocagourmet.ang@hotmail.com | La Libertad – Ecuador

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La primera temática que se propone para el restaurant BOCAGOURMET, se denominó “Sabor de mi Tierra”, el cual consiste en la presentación de gastronomía nacional, con los platos típicos de la costa y sierra ecuatoriana. Adicionalmente, se ofrece un show artístico con música nacional. Cabe señalar que, el precio de los festivales comida es especial debido a la temática utilizada además que el cliente puede probar los platos que desee ya que es servicio ya sea almuerzo o cena buffet.

Figura 43: Temática 2 – Festival de Comida Internacional

BOCAGOURMET
Tu paladar no se equivoca

Festival de Comida Internacional
Lo mejor del mundo en tu plato

\$25
+ IMPUESTOS
POR PERSONA

Del 7 al 9 de Diciembre
De 20:00 a 00:00

Reservas: 0960522294
bocagourmet.ang
bocagourmet.ang@hotmail.com
La Libertad – Ecuador

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

La segunda propuesta de estrategia publicitaria es el Festival de Comida Internacional, donde se ofrecerán a los clientes, diferentes platos típicos o conocidos de la gastronomía internacional.

Al igual que en la primera temática, se determinó un precio especial, para cada temática, puesto que este tipo de estrategias solo se implementarán cuando los socios de la empresa lo consideren necesario o por alguna festividad en especial, y de esta manera captar la atención de los clientes.

Figura 44: Temática 3 – Festival de Comida Italiana

FESTIVAL DE comida italiana

\$25
+ IMPUESTOS
POR PERSONA

Domingo 22 de septiembre
Hora :12:00m.

Reservas: 0960522294 | Bocagourmet | La Libertad – Ecuador
bocagourmet.ang | bocagourmet.ang@hotmail.com

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Además de las propuestas de comida nacional e internacional, también se propone la estrategia de comida de un solo tipo, es decir, en este caso se presenta un Festival de Comida Italiana, el mismo que llevará una temática típica de este país y que el cliente, además de consumir comidas y bebidas, pueda conocer algo sobre la gastronomía de otro país.

Figura 45: Temática 4 – Festival de Comida Francesa

Del 7 al 9 de Diciembre
De 20:00 a 00:00

BOCAGOURMET
Tu paladar no se equivoca

Festival de Comida Internacional
Gastronomía Francesa
El Raclette

\$25
+ IMPUESTOS
POR PERSONA

Reservas: 0960522294 Bocagourmet
 bocagourmet.ang bocagourmet.ang@hotmail.com La Libertad – Ecuador

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Entre las diferentes opciones que el restaurant BOCAGOURMET, también se encuentra el Festival de Comida Francesa, en donde el cliente puede degustar de diferentes platos de ese país, con un solo precio, además se ofrece una variedad de vinos y bebidas soft ilimitadas.

Figura 46: Temática 5 – Festival de Comida Japonesa

BOCAGOURMET
Tu paladar no se equivoca

**1º FESTIVAL DE
COMIDA JAPONESA**

Del 14 al 16 de Noviembre
De 20:00 a 00:00

**\$25
+ IMPUESTOS
POR PERSONA**

Incluye:
* Cena buffet
* Bebidas soft
* Show especial

Reservas: 0960522294 Bocagourmet
 bocagourmet.ang bocagourmet.ang@hotmail.com La Libertad – Ecuador

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

El portafolio gastronómico de un restaurant debe ser variado de tal manera que, el cliente no se aburra de las mismas comidas, y el restaurant pueda ser calificado como innovador y diferente, es por ello que también se propone para el restaurante BOCAGOURMET un Festival de Comida Japonesa, con la especialidad de la casa, la sopa RAMEN y el SUSHI.

Figura 47: Temática 6 – Festival de Comida Mexicana

SABORES Y VINOS
BY SONESTA

BOCAGOURMET
Tu paladar no se equivoca

FESTIVAL MEXICANO

18 DE SEPTIEMBRE
Presentación de Andrea Castillo
19 DE SEPTIEMBRE
Presentación del Mariachi Garibaldi

**CENA TEMÁTICA MEXICANA,
MÚSICA Y MÁS**

\$25
+ IMPUESTOS
POR PERSONA

Reservas: 0960522294
bocagourmet.ang
bocagourmet.ang@hotmail.com

Bocagourmet
La Libertad – Ecuador

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Un festival que no puede pasar por alto, ya que tiene una mayor aceptación por parte de los clientes de acuerdo a los estudios de mercado, es la Comida Mexicana, así mismo, se ofrece al cliente la oportunidad de disfrutar de un show con Mariachis y Cena Buffet por un solo valor.

Figura 48: Temática 7 – Festival de Comida Peruana



BOCAGOURMET
Tu paladar no se equivoca

Una experiencia **GHL**

FESTIVAL DE COMIDA PERUANA

\$25
+ impuestos por persona

El 23 y 24 de Octubre
De 20:00 a 00:00

Incluye:

- * Cena buffet
- * Bebidas soft
- * Show especial

0960522294
bocagourmet.ang

Bocagourmet
bocagourmet.ang@hotmail.com

La Libertad – Ecuador

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Ya en el contexto regional, también se pueden implementar festivales de comida de países vecinos, como por ejemplo la comida Peruana, con platos como el ceviche peruano, chicharrones de pescado, sopas, entre otros.

Figura 49: Festividades y tradiciones locales

VENTA DE
Colada
MORADA

BOCAGOURMET
Tu paladar no se equivoca

SABORES
Y VINOS

- 1 Litro + 4 guaguas \$12 + imps.
- 1/2 Litro + 2 guaguas \$7 + imps.
- 1 Vaso + 1 guagua \$3,50 + imps.

28-29-30-31 Oct. al 3 de Nov.

0960522294
bocagourmet.ang

Bocagourmet
bocagourmet.ang@hotmail.com

La Libertad – Ecuador

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Además de ofrecer los diferentes festivales de comida, le restaurant BOCAGOURMET, también puede utilizar las festividades y tradiciones nacionales, como por ejemplo el Día de los Difunto, en donde diferentes establecimientos ofrecen la conocida “colada morada” y las “guaguas de pan”, por ello, el restaurant no debe descuidar las tradiciones locales de tal manera que, los clientes puedan degustar también de estas alternativas.

Figura 50: Promociones en bebidas

BOCAGOURMET
Tu paladar no se equivoca

HAPPY HOUR

3x4
Cerveza Nacional

LUNES A SÁBADO
de 16:00 a 20:00

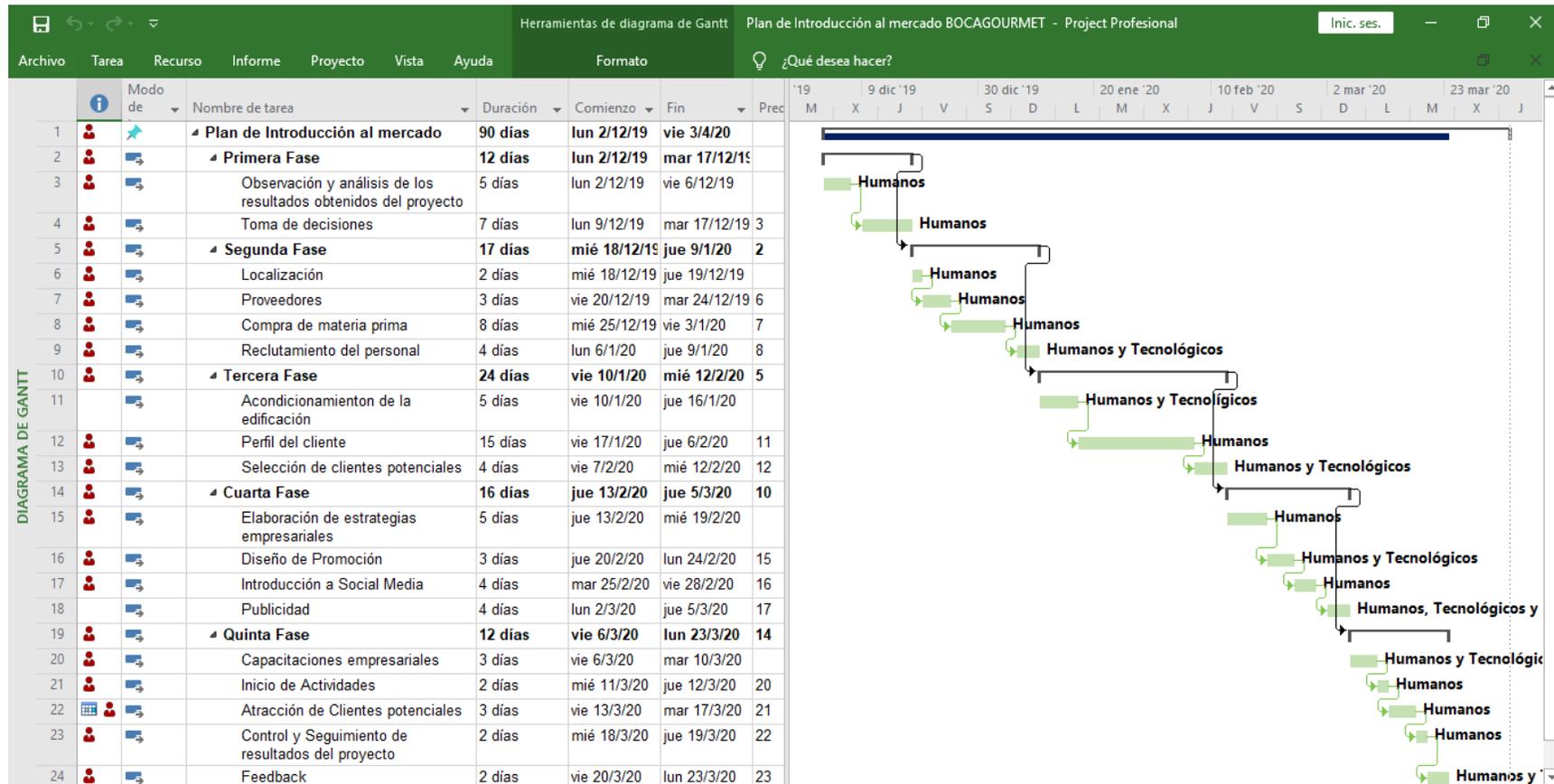
Reservas: 0960522294 | Bocagourmet | La Libertad – Ecuador
bocagourmet.ang | bocagourmet.ang@hotmail.com

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Además de las promociones en comidas, el restaurant no debe descuidar las bebidas, es por ello que se ofrece a los clientes una modalidad que no es frecuente ver en restaurantes u otros establecimientos del sector de restauración, es el “After Office”, es decir, que se ofrece a los clientes un momento de relajación después de un día de estrés en la oficina o el trabajo.

4.2.7 Plan de introducción al mercado (Plan de marketing)

Figura 51: Plan de introducción al mercado - BOCAGOURMET



4.3 Proceso de producción y comercialización

4.3.1 Objetivos del área de producción y comercialización

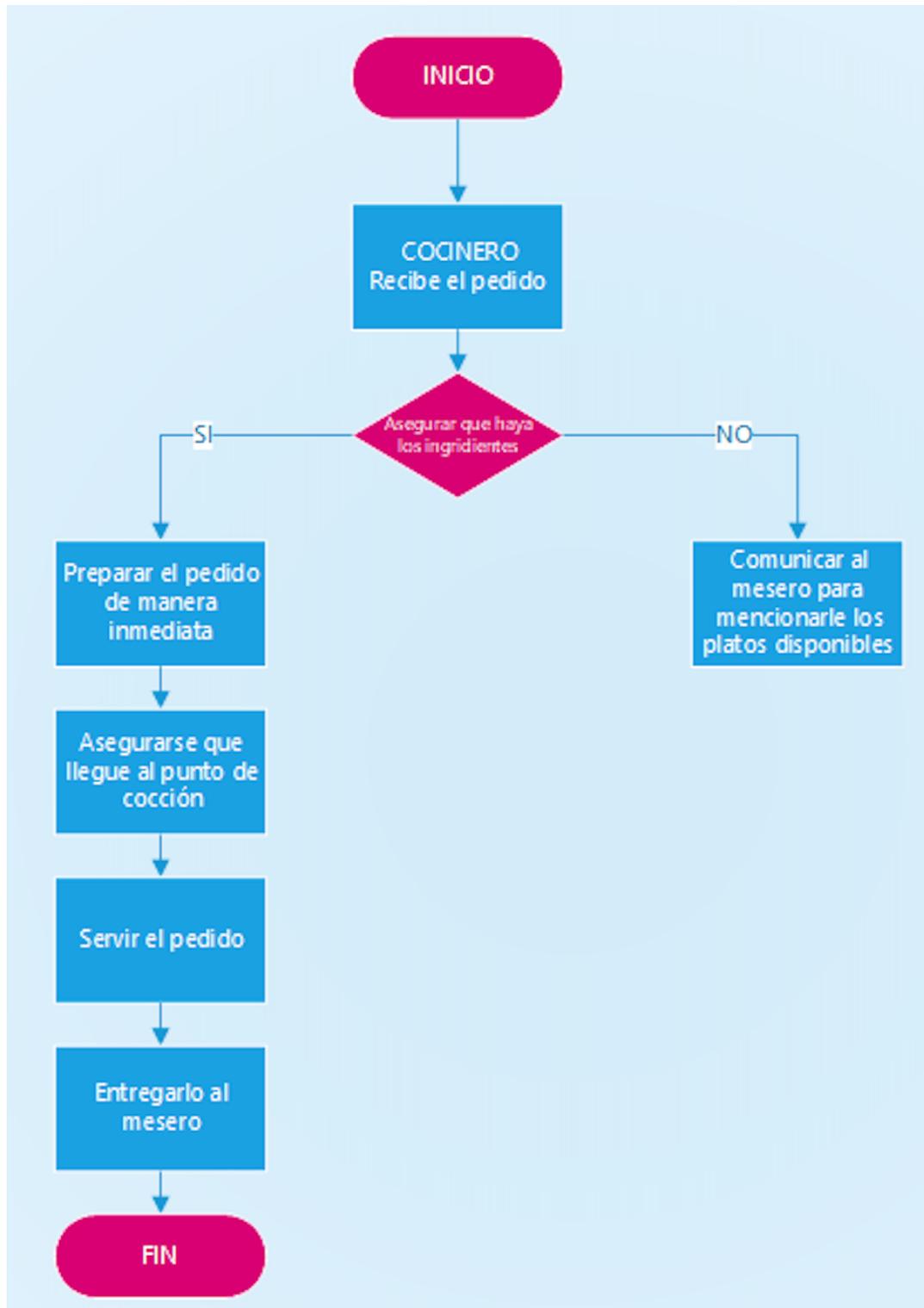
- Adquirir la materia prima de calidad para la preparación de alimentos de calidad para los clientes del restaurant BOCAGOURMET.
- Definir estrategias adecuadas para que el proceso de elaboración de los alimentos cumpla con el tiempo establecido.
- Asegurar la calidad en todo el proceso para asegurar la satisfacción plena de los clientes
- Descubrir innovaciones para una mayor eficiencia en las distintas etapas del proceso productivo.

4.3.2 Descripción del proceso de producción y comercialización

El restaurant BOCAGOURMET, tiene como principal objetivo satisfacer los deseos y necesidades de los clientes a través de una oferta gastronómica diferenciada y de calidad. Por consiguiente, se muestra el proceso de producción y comercialización a realizar por el restaurant, a través del diagrama de flujo.

4.3.3 Diagrama de flujo

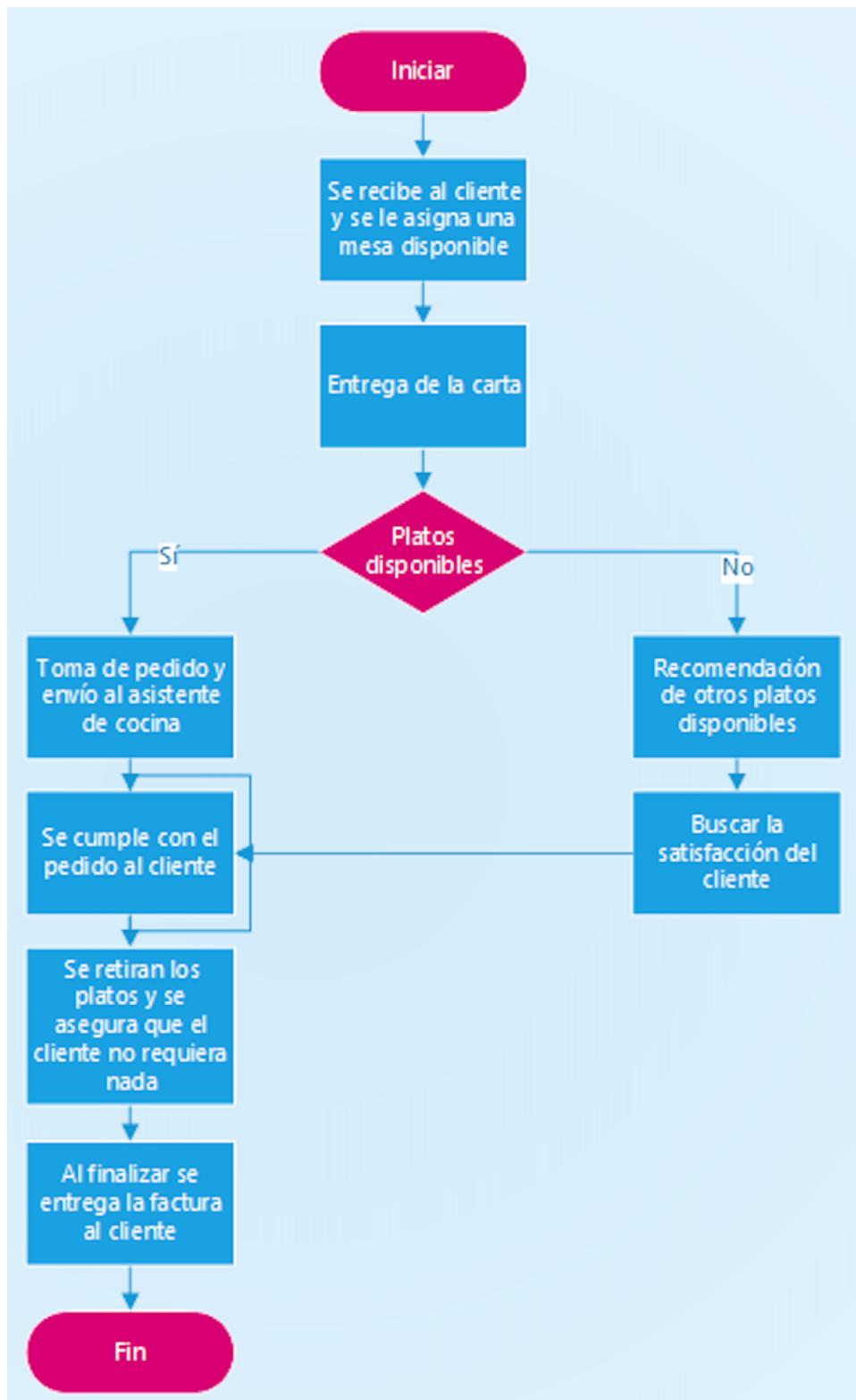
Figura 52: Diagrama de flujo del proceso de producción



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 53: Diagrama de flujo del proceso de servicio o comercialización



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.3.4 Identificación de proveedores

Tabla 46: Proveedores del restaurant BOCAGOURMET

Proveedor	Producto
Mercado del cantón La Libertad	Productos de primera necesidad 
Hipermarkets	Aliños, leche, quesos, huevos, ají, mayonesa, etc. 
Coca Cola	Gaseos y Aguas 
Arellano Homes y Restaurantes	Vajillas y Cristalería 
Alicia. Soluciones en inmobiliario	Mesas y sillas para el restaurant 
Apple Stuff	Tablets, Monitores y Caja registradora 

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.3.5 Equipos a utilizar y características

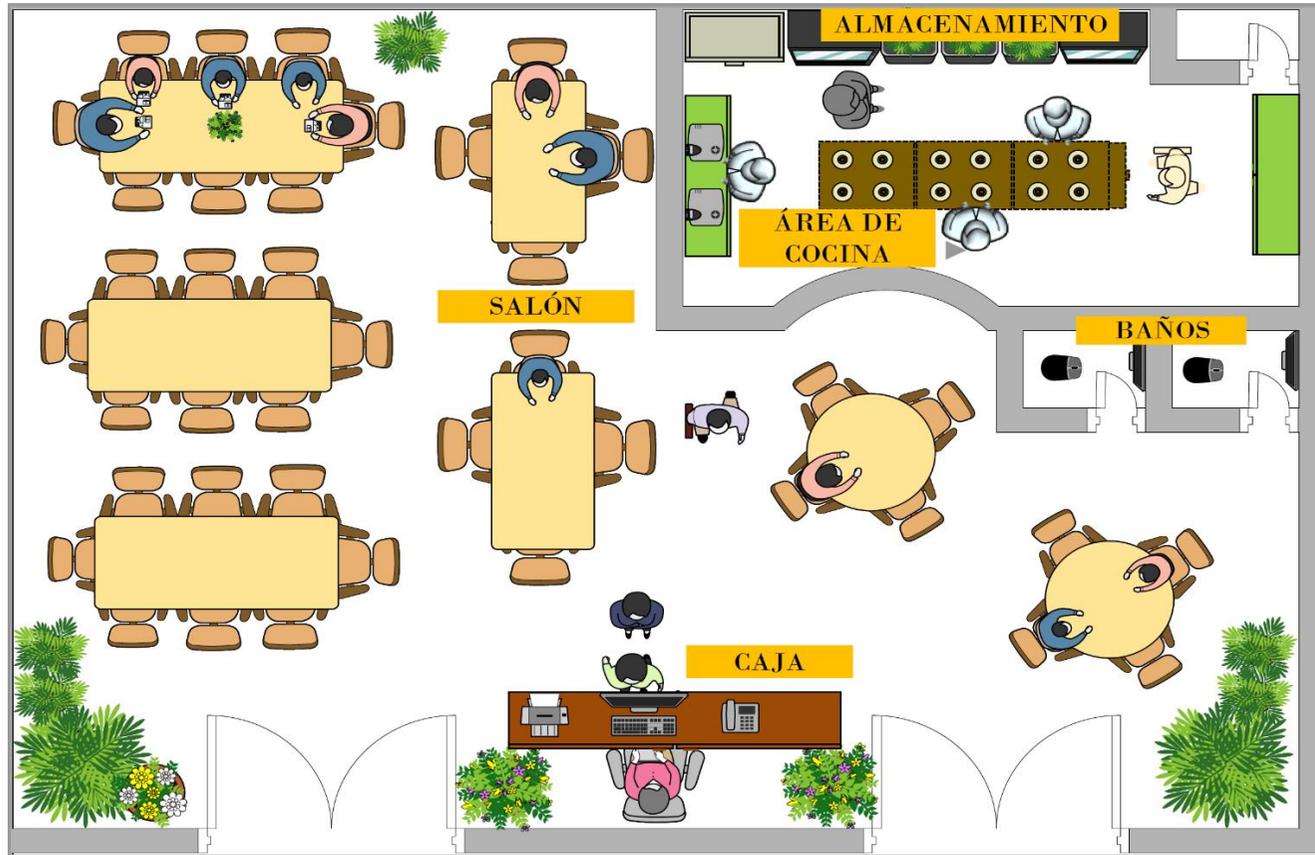
Tabla 47: Equipos a utilizar y características

Equipos	Características
<p style="text-align: center;">Cocina Industrial</p> 	<p>Freidora con tina en acero inoxidable tipo 304, esquinas sanitarias, capacidad para 3 litros de aceite, medida interior:</p> <p style="text-align: center;">Plancha:</p> <p>Cold rolled steel de 3/4" de espesor, área útil de: frente: 0.504 m, fondo: 0.560 m. 2 quemadores tipo "u" en acero inoxidable.</p> <p style="text-align: center;">Gratinador:</p> <p>1 gratinador 0.435 m de frente con parrilla niquelada. 1 charola en el gratinador para captar escurrimientos.</p> <p style="text-align: center;">Asador:</p> <p>1 parrilla reversible en hierro fundido, área util de: frente: 0.290 m, fondo: 0.540 m.</p> <p style="text-align: center;">Horno grande con interior de:</p> <p style="text-align: center;">Puerta de horno con cierre hermético.</p> <p style="text-align: center;">2 parrillas niqueladas dentro del horno.</p> <p style="text-align: center;">1 quemador tubular en acero inoxidable.</p>
<p style="text-align: center;">Congelador tipo armario</p> 	<p style="text-align: center;">Robusto armario congelador para su uso en restaurantes. Resistencia al uso continuo y una eficacia más que destacables. Ocho estantes interiores</p>
<p style="text-align: center;">Nevera vitrina para bebidas</p> 	<p style="text-align: center;">Asa para la fácil apertura y cierre.</p> <p style="text-align: center;">Estantes modulares.</p> <p style="text-align: center;">Refrigeración ventilada.</p> <p style="text-align: center;">Luz de neón.</p> <p style="text-align: center;">Ruedas para un movimiento fácil y rápido.</p> <p style="text-align: center;">Con iluminación.</p> <p style="text-align: center;">Modelo:</p> <p style="text-align: center;">SS425: 650x610x2035. 0/+6 °C.</p>

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.3.6 Diseño y distribución de la planta y oficina (Layout)

Figura 54: Distribución de la planta – Empresa



4.4 Organización

4.4.1 Objetivos del área de organización

El área de organización de las empresas, sean estas micro, pequeñas, medianas o grandes, representan un eje determinante para el correcto desempeño de las actividades que realizan los integrantes de esta, es por ello que, el emprendedor debe plantearse objetivos que puedan ser monitoreados periódicamente.

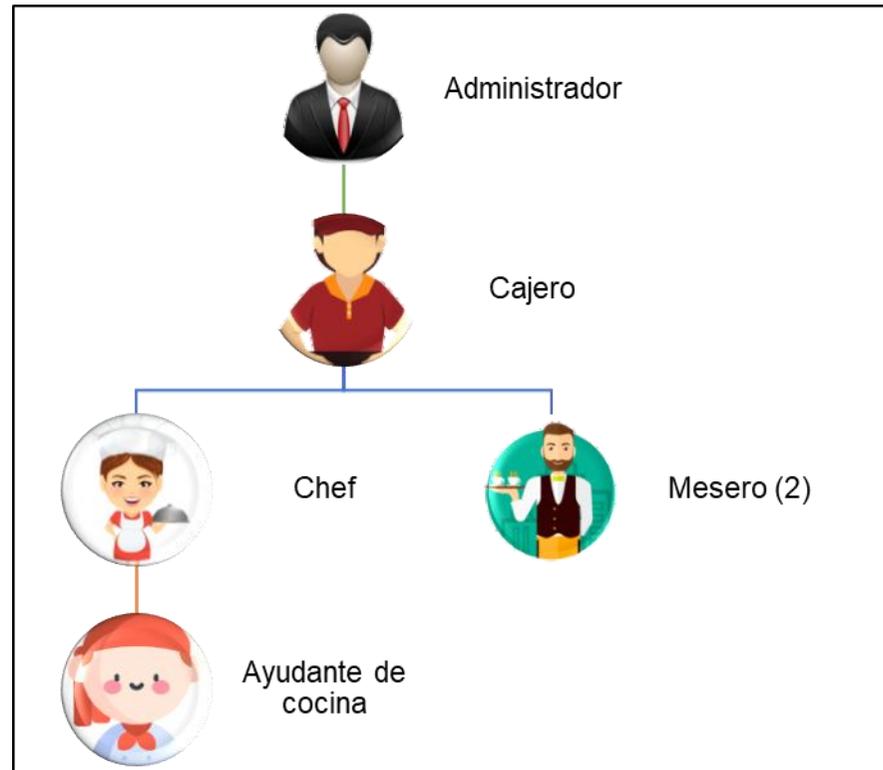
Para el restaurant BOCAGOURMET, se presentan los siguientes objetivos:

- Diseñar la estructura orgánica funcional en donde se establezcan de manera formal los niveles jerárquicos del restaurant.
- Definir las actividades y responsabilidades de los integrantes del restaurant BOCAGOURMET a través de la elaboración de un manual de funciones para alcanzar las metas organizacionales.
- Establecer políticas empresariales que permitan el eficiente desempeño de los colaboradores de la organización.
- Elaborar estrategias de Evaluación de Desempeño direccionados al fortalecimiento de las actividades que realizan los trabajadores de la empresa.

4.4.2 Estructura organizacional

Organigrama

Figura 55: Organigrama del restaurante BOCAGOURMET



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Manual de funciones

Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de determinar las responsabilidades y las funciones de las empleadas de una compañía, para cada integrante de la empresa. A continuación, se presenta el Manual de Funciones de los colaboradores del restaurant BOCAGOURMET.

Tabla 46: Manual de funciones del Administrador

	MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: MFBG-01
		A PARTIR DE: 1 ENERO 2020
		VERSIÓN: 01
		PÁG: 1/5

1. DENOMINACIÓN DEL CARGO	ADMINISTRADOR
No. Cargos (1)	
ROL ESPECÍFICO: ADMINISTRADOR	
2. NIVEL: Gerencial	3. UBICACIÓN: Administración
4. EDUCACIÓN: Título profesional en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Ingeniero en Marketing y Título de postgrado en Administración de Empresas con mención en Pymes.	
5 EXPERIENCIA: Cinco (3) años de experiencia profesional específica.	
6 FUNCIONES DEL CARGO: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas y de apoyo para garantizar el normal funcionamiento del restaurant y actuar en representación legal de la misma.	
7 FUNCIONES ESPECÍFICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Establecer estándares para el desempeño del personal y la atención al cliente y hacer seguimiento de su labor. • Estimar los costos de los alimentos y bebidas. • Desarrollar estrategias de mercado, implementar campañas publicitarias y planificar eventos (festivales de comidas, promociones en bebidas, descuentos, etc). • Crear un ambiente agradable tanto para clientes como para empleados. • Negociar con los proveedores. 	
9. HABILIDADES Y DESTREZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar • Liderar • Trabajar en equipo • Motivar al equipo de trabajo 	

Tabla 49: Manual de funciones del Cajero

	MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: MFBG-01
		A PARTIR DE: 1 ENERO 2020
		VERSIÓN: 01
		PÁG: 2/5

1. DENOMINACIÓN DEL CARGO	CAJERO
No. Cargos (1)	
ROL ESPECÍFICO: CAJERO	
2. NIVEL: Funcional	3. UBICACIÓN: Caja
4. EDUCACIÓN: Título de bachiller y estudios superiores. Mínimo 1 año de experiencia en Cajas o atención al cliente.	
5 EXPERIENCIA: Cinco (3) años de experiencia profesional específica.	
6 FUNCIONES DEL CARGO: Garantizar las operaciones de la unidad de caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la institución y la cancelación de los pagos que correspondan a través de caja.	
7 FUNCIONES ESPECÍFICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Atender con calidad a los comensales en el área de registro y cobro, asegurando su satisfacción. • Mencionar las promociones y especialidades del restaurante. • Manejar la caja registradora • Conocer los procedimientos de registros y las diferentes formas de pago. • Llevar el control de las comandas o notas de consumo y elaborar facturas para los clientes que así lo requieran. • Realizar los cortes parciales y finales de caja • Mantener en excelente presentación su área de trabajo- • Aplicar las políticas internas de acuerdo a las situaciones que lo ameriten. 	
9. HABILIDADES Y DESTREZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Transparencia • Honestidad • Responsabilidad • Eficacia • Rapidez • Resolución de conflictos. 	

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tabla 50: Manual de funciones del Chef

	MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: MFBG-01
		A PARTIR DE: 1 ENERO 2020
		VERSIÓN: 01
		PÁG: 3/5

1. DENOMINACIÓN DEL CARGO	CHEF
No. Cargos (1)	
ROL ESPECÍFICO: CHEF	
2. NIVEL: Operativo	3. UBICACIÓN: Cocina
4. EDUCACIÓN: Título de chef profesional.	
5 EXPERIENCIA: 1 año de experiencia en cargos similares.	
6 FUNCIONES DEL CARGO: Garantizar las operaciones de la unidad de caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la institución y la cancelación de los pagos que correspondan a través de caja.	
8 FUNCIONES ESPECÍFICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Planificar y dirigir la preparación de alimentos y las actividades culinarias que se realizan el restaurant. • Elaborar menús y velar por que los alimentos ofrecidos cumplan con los estándares de calidad establecidos. • Cocinar atendiendo a lo ordenado por los clientes. • Utilizar diversos instrumentos de cocina, como sartenes, ollas, hornillas, entre otros. • Analizar las recetas con el fin de asignarles los precios al menú • Crear nuevas recetas tomando en consideración factores como disponibilidad estacional y la popularidad entre los clientes. • Supervisar las actividades de cocina • Supervisar al personal que labora en la cona • Dar la bienvenida a los clientes y hacer relaciones públicas cuando sea necesario 	
9. HABILIDADES Y DESTREZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Responsabilidad • Respeto • Cordialidad • Profesionalismo. 	

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tabla 51: Manual de funciones del Ayudante de Cocina

	MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: MFBG-01
		A PARTIR DE: 1 ENERO 2020
		VERSIÓN: 01
		PÁG: 4/5

1. DENOMINACIÓN DEL CARGO	AYUDANTE DE COCINA
No. Cargos (1)	
ROL ESPECÍFICO: ASISTENTE	
2. NIVEL: Operativo	3. UBICACIÓN: Cocina
4. EDUCACIÓN: Mínimo bachillerato.	
5 EXPERIENCIA: No se requiere experiencia.	
6 FUNCIONES DEL CARGO: Asistir al cocinero en la elaboración y ejecución de las tareas más complejas requeridas para la elaboración de platos. Además, también se ocupa de realizar las tareas de cocina de carácter sencillo, con el fin de agilizar el trabajo de los chefs.	
9 FUNCIONES ESPECÍFICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Ayudar a los cocineros o chef a preparar los alimentos (p. ej., limpiar y pelar frutas y verduras). • Medir y mezclar ingredientes utilizando básculas y jarras medidoras • Preparar platos para servir • Preparar comida simple como salsas, aliños, sándwiches, sopas, postres, etc. • Controlar las existencias e informar al supervisor cuando se necesite realizar más pedidos. • Desempaquetar y almacenar las existencias en congeladores, armarios y otras áreas de almacenaje. • Mantener limpia la zona de trabajo. • Mantener limpia la cocina. 	
9. HABILIDADES Y DESTREZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Colaboración • Respeto • Responsabilidad 	

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tabla 52: Manual de funciones del Mesero

	MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: MFBG-01
		A PARTIR DE: 1 ENERO 2020
		VERSIÓN: 01
		PÁG: 5/5

1. DENOMINACIÓN DEL CARGO	MESERO
No. Cargos (2)	
ROL ESPECÍFICO: MESERO	
2. NIVEL: Operativo	3. UBICACIÓN: Salón
4. EDUCACIÓN: Mínimo bachillerato.	
5 EXPERIENCIA: No se requiere experiencia.	
6 FUNCIONES DEL CARGO: Asistir al cocinero en la elaboración y ejecución de las tareas más complejas requeridas para la elaboración de platos. Además, también se ocupa de realizar las tareas de cocina de carácter sencillo, con el fin de agilizar el trabajo de los chefs.	
10 FUNCIONES ESPECÍFICAS: <ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados • Entregar y describir los menús especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud sobre los platos o bebidas ofertadas. • Dar recomendaciones sobre bebidas para acompañar las comidas, además de abrir la botella frente a los clientes y servirlo en su debido recipiente. • Manejar las herramientas tecnológicas (tablets) para la toma de pedidos, y enviar la información a cocina y caja. • Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes. • Agradecer a los clientes por su visita. • Controlar la zona del restaurant que les haya sido asignada y mantener la comunicación tanto con comensales, como el personal de caja o cocina. 	
9. HABILIDADES Y DESTREZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Respeto • Cordialidad • Responsabilidad • Comunicación efectiva 	

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.4.3 Desarrollo de personal

El desarrollo del personal debe estar direccionado hacia el mejoramiento y fortalecimiento de las actividades que desarrollan cada uno de los integrantes de la organización, es por ello que, las pymes del sector de restauración de comida nacional e internacional del cantón La Libertad, no deben descuidar la capacitación a sus trabajadores, puesto que son ellos quienes contribuyen con el cumplimiento de objetivos empresariales.

Es necesario señalar, que todo el personal de la empresa debe ser capacitado, al menos una vez años, para que se garantice un servicio de calidad a los clientes y su plena satisfacción.

A continuación, se presentan temas para una capacitación a meseros:

Tabla 53: Programa de capacitación para meseros

Capacitación Para Meseros: Servicio al Cliente				
Tema	Objetivo	Recursos	Frecuencia	Responsable
Imagen Personal para el Éxito	Orientar a los meseros o saloneros del restaurant hacia el correcto uso del uniforme empresarial para el fortalecimiento de la imagen corporativa	Humanos, Materiales y Didácticos	2 veces al año	Administrador
Sonrisa, Actitud y Comunicación	Explicar a los meseros del restante la importancia de una actitud positiva hacia el cliente.	Humanos, Materiales y Didácticos	1 vez al año (inducción)	Jefe de Saloneros
¿Qué Quieren los Clientes de un Mesero?	Describir las principales funciones y responsabilidades del personal del salón del restaurant.	Humanos, Materiales y Didácticos	2 veces al año	Administrador
Protocolo de Servicio (Antes, Durante y Después)	Motivar a los saloneros o meseros a un mejor desempeño organizacional, en el servicio brindado a los clientes.	Humanos, Materiales y Didácticos	3 veces al año	Administrador
Problemas Comunes en el Servicio	Explicar la importancia de la comunicación interna y externa de tal manera que el salonero pueda resolver un problema en caso de que existiera.	Humanos, Materiales y Didácticos	1 vez al año	Jefe de Saloneros
Frases Importantes	Identificar frases de cordialidad hacia el cliente durante todo el servicio prestado.	Humanos, Materiales y Didácticos	1 vez al año (inducción)	Jefe de Saloneros
Frases en Ingles para Extranjeros	Capacitar a los saloneros en idiomas extranjeros para atender a clientes que hablen otros idiomas.	Humanos, Materiales y Didácticos	2 veces al año	Administrador

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.4.4 Políticas organizacionales

Figura 56: Políticas organizacionales



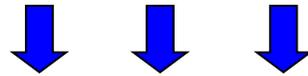
Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.4.5 Evaluación de desempeño

Tabla 54: Modelo de Evaluación 360 grados – BOCAGOURMET

APRECIACION DEL DESEMPEÑO 360 GRADOS		
<i>Carlos Andrés Castro Perez</i>		
<i>Chef</i>		
Evaluador nivel superior: Angela Tomalá Robles	Puesto:	Administradora
Evaluador nivel igual: Luis Daniel Rodríguez	Puesto:	Mesero
Evaluador nivel inferior: Gabriela Alejandra Velez Bermeo	Puesto:	Ayudante de Cocina
	Fecha:	21-dic.-19

* Anotar calificaciones asignadas por los
3 niveles que evaluaron (columnas D, E, F)



		CALIFICACIONES		
	COMUNICACIÓN	SUP.	IGUAL	INF.
5	Su forma de comunicarse es permanente, clara y objetiva, en ambos sentidos con todos.			
4	Se comunica permanentemente, de forma clara y objetiva, en ambos sentidos, pero NO con todos.			
3	Se comunica cuando requiere, de forma clara y objetiva, aunque casi no escucha.			
2	Se comunica muy poco, de forma clara y objetiva, además no escucha.			
1	Comunicación prácticamente nula y es difícil de entender, además de no escuchar.	4	4	4
LIDERAZGO				
5	Ha logrado GRAN influencia en su equipo, la gente sabe a dónde va, y como hacerlo. Tienen gran seguridad.			
4	Ha logrado cierta influencia en su equipo, la gente sabe a dónde va, y como hacerlo. Tiene seguridad.			
3	Tiene el respeto de la mayoría, ha sabido dirigirlos sin problemas y sienten confianza, más no plena seguridad.			
2	Poca gente le tiene confianza, no ha sabido dirigir a su equipo con seguridad, hay dudas de lo que quiere.			
1	Nula confianza y seguridad hacia él por parte de su equipo, graves deficiencias de dirección.	4	5	5
MOTIVACION				
5	Su forma de ser y de comunicarse mantienen permanentemente muy motivado a su todo su equipo de trabajo.			
4	Ha sabido mantener elevada y constante la motivación de su equipo, pero en ocasiones no en todos.			
3	Hay motivacion, aunque no es en todos y no siempre.			
2	Poca gente está motivada y de vez en cuando, hay pasividad y actitud negativa en la gente.			
1	Su equipo de trabajo se ve sumamente desmotivado hacia su trabajo.	5	4	5

SEGURIDAD, ORDEN Y LIMPIEZA			
5	La limpieza, orden y seguridad (apego a normas y procedimientos) en el las áreas de trabajo que le corresponden son sobresalientes. Lleva récord sin accidentes.		
4	Hay limpieza y orden en su/s área/s de trabajo, sin embargo, en seguridad se puede mejorar. Lleva buen récord sin accidentes.		
3	La inconsistencia en la limpieza, orden y seguridad han provocado de vez en cuando problemas y accidentes, aunque muy leves.		
2	Hay deficiencias notables en limpieza, orden y seguridad, lo que ha llevado a que se den accidentes serios.		
1	La falta de trabajo en este sentido da muy mala imagen de su/s área/s de trabajo y de igual forma ha habido constantes y serios accidentes.	5	5
CAPACITACION Y DESARROLLO			
5	Mantiene permanente y adecuadamente capacitados y adiestrados a su equipo de trabajo, anticipándose además a las necesidades que haya en este sentido.		
4	Todos en su equipo de trabajo se mantiene bien capacitados y adiestrados, aunque en ocasiones falta hacerlo mejor y más frecuentemente.		
3	Hace falta un poco de capacitación y adiestramiento, sobre todo en algunas personas de su equipo.		
2	Parece que a muy pocos son a los que se preocupa por capacitar y adiestrar.		
1	Hay deficiencias serias en capacitación y adiestramiento en todo su equipo de trabajo.	5	3
ACTITUD Y COLABORACION			
5	En él y todo su equipo de trabajo se aprecia una actitud excepcionalmente plena y permanente de colaboración de servicio.		
4	Su equipo de trabajo y él, se ven con buena actitud y colaboración todos los días.		
3	Hay buena colaboración y actitud de servicio en su equipo y en él mismo, aunque no se ve diario así.		
2	En ocasiones se aprecia falta de colaboración entre algunos miembros de su equipo y en él mismo.		
1	Deficiencias notables y permanentes en cuanto a colaboración y actitud de servicio en su equipo y en él mismo. Se perciben envidias y hasta problemas internos.	5	5
SOLUCION DE PROBLEMAS			
5	Encuentra soluciones sorprendentemente efectivas y de forma oportuna a todas y diversas situaciones que se le presentan.		
4	Da soluciones adecuadas y en tiempo a las situaciones y problemas que se le presentan.		
3	Aporta soluciones adecuadas, aunque en ocasiones un poco lento a los problemas que se presentan.		
2	Ha tomado algunas decisiones equivocadas y en destiempo a los problemas y situaciones que se presentan.		
1	La mayoría de sus decisiones dejan mucho que desear y generalmente cuando ya es tarde.	4	4
AMBIENTE DE TRABAJO			
5	En todo su equipo de trabajo se aprecia un ambiente de trabajo extraordinario y esto es así permanentemente.		

4	Hay buen ambiente de trabajo y es constante, todo el mundo parece estar contento.			
3	La gente trabaja a gusto, dentro de un ambiente de trabajo tranquilo, seguro y confiable.			
2	Hay ocasiones y personas que debido a diversas situaciones han provocado mal ambiente de trabajo.			
1	El ambiente de trabajo en su equipo de trabajo es deplorable, se nota molestia y conflictos constantes.	4	4	4
CAPACIDAD PERSONAL				
5	Siempre ha demostrado conocimientos, habilidades y experiencia sorprendentes y excepcionales.			
4	Su capacidad, experiencia y habilidad personal, nunca han dejado lugar a dudas. Es bueno en general.			
3	En alguna ocasión ha demostrado ciertas deficiencias en su capacidad, aunque no es muy notable.			
2	Ha habido varias ocasiones en que su falta de conocimientos, habilidad o experiencia le ha evitado conseguir los resultados.			
1	Denota grandes deficiencias personales y profesionales para llevar a cabo su trabajo.	5	4	5
PRODUCTIVIDAD				
5	El evaluado y su departamento demuestran actitud y resultados excepcionales en reducción de costos y producción.			
4	Hay buena conciencia del costo y productividad, además de hechos importantes que así lo demuestran.			
3	Falta ser más constantes en su esfuerzo por mejorar la productividad y reducir costos.			
2	deficiencias notorias en el aprovechamiento de los recursos de su área, generando costos y baja productividad.			
1	Total, falta de administración y aprovechamiento de recursos, provocando elevados costos y la más baja productividad.	5	5	5

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Un aspecto importante que las pequeñas y medianas empresas deben tener en cuenta es la evaluación de desempeño, la misma que puede ser elegida entre una diversidad de alternativas, tales como: por competencias, 360, 180 grados, entre otros. Sin embargo, la que tiene un mayor alcance es la evaluación 360, esta consiste en una evaluación integral, es decir, el trabajador, es evaluado por un superior, una persona del mismo nivel y un inferior. Con los resultados obtenidos se toma las decisiones pertinentes.

4.4.6 Marco legal de la organización

El marco legal de la organización es la penúltima parte del plan de negocios, en donde se detallan todos los requisitos que la empresa utilizará para formalizar el negocio ante los organismos competentes. Los mismos que se describen a continuación:

1. Reservar un nombre: El trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías, donde se verifica que no exista alguna otra empresa con el mismo nombre.

2. Elaborar los estatutos: Se cataloga como el contrato que regirá a la sociedad y es validado a través de la elaboración de una minuta por parte de un abogado.

3. Elevar a escritura pública: Se debe acudir ante un notario público, presentando los siguientes requisitos:

- Copias de cédulas y papeletas de votación de los socios de la empresa.
- Reserva del nombre de la empresa.
- Minuta de constitución de la empresa.
- Realizar pago de derechos en la Notaría.

4. Aprobar el estatuto: Se debe llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su debida revisión y aprobación, mediante una resolución.

5. Publicar la noticia en un diario de amplia circulación: La Superintendencia de Compañías entregará 4 (cuatro) copias de la resolución y un resumen para publicar dicha información en cualquier diario nacional.

6. Obtener los permisos municipales: Entre los principales requisitos municipales se encuentran:

Patente Municipal: Esta patente otorga el derecho que concede la Ley para una persona que crea un producto o brinda un servicio. Para su obtención, hay que acercarse al GAD Municipal de La Libertad, presentando lo siguiente:

- Solicitud para la patente municipal.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Formulario de declaración para la obtención de la patente.
- Copia del contrato de arrendamiento del local y predio urbano al día.
- Copia de una planilla de servicios básicos.
- Copia del Permiso de Funcionamiento emitida por el Cuerpo de Bomberos

Permiso Único de Funcionamiento Anual: Este documento se obtiene en el Municipio de La Libertad, llevando los siguientes requisitos.

- Dirección donde estará ubicada la empresa.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa

Permiso de la Dirección de Higiene Municipal: El documento es obtenido en el Hospital de La Libertad, debido a que en esta ciudad estará ubicada la empresa. Para acceder a dicho documento se deben presentar los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Carné de salud ocupacional de cada uno de los colaboradores.

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública: Se debe acudir a la Dirección Provincial de Salud Pública de Santa Elena, cumpliendo previamente los requisitos anteriores, presentando la información siguiente:

- Permiso de la Dirección de Higiene Municipal del cantón La Libertad.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Carnet de salud ocupacional de cada uno de los colaboradores.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos: Es un documento proporcionado por la entidad antes en mención, que se basa en la inspección del establecimiento en el cual se van a realizar las actividades laborales, asegurando de que esté cuenta con los medios para prevenir y contrarrestar incendios que se puedan presentar en dicho lugar. Se lo obtiene en la Jefatura General del Cuerpo de Bomberos de La Libertad.

7. Inscribir la Compañía: Una vez obtenido los documentos antes mencionados, se debe acercarse al Registro Mercantil del cantón donde será constituida la empresa, esta entidad es la encargada de inscribirla legalmente, donde constará el domicilio, la razón social, el capital, los estatutos, entre otros documentos habilitantes, que den por asentada la existencia de la empresa, de igual manera como su desaparición. Se deben presentar los siguientes requisitos:

- (tres) copias de las escrituras de constitución de la empresa.
- El pago de la patente municipal.

- Copias de cédulas y papeletas de votación de las personas comparecientes.
- Certificado de inscripción que lo otorga el Municipio.
- La publicación del extracto en un diario de circulación nacional.

8. Realizar la Junta General de socios: En esta reunión se debe nombrar a los representantes legales de la empresa (presidente, gerente, administrador, etc.), según lo estipulado en los estatutos.

9. Obtener los documentos habilitantes: Una vez que la empresa haya sido inscrita en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías entregará los documentos para obtener el RUC de la empresa.

10. Inscribir el nombramiento del representante: Este trámite se realiza en el Registro Mercantil, y se basa en la inscripción del administrador de la empresa, que fue designado en la reunión de la Junta General de Accionistas. Se debe realizar en un plazo de 30 días presentando los siguientes requisitos:

- Tres copias de los nombramientos.
- Una copia de la escritura de constitución.
- Copias de cédula y papeleta de votación del presidente y Gerente.

11. Obtener el RUC: Este documento permite registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y su objeto es proporcionar información de la empresa ante la Administración Tributaria. El trámite para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) se debe realizar en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

4.5 Finanzas

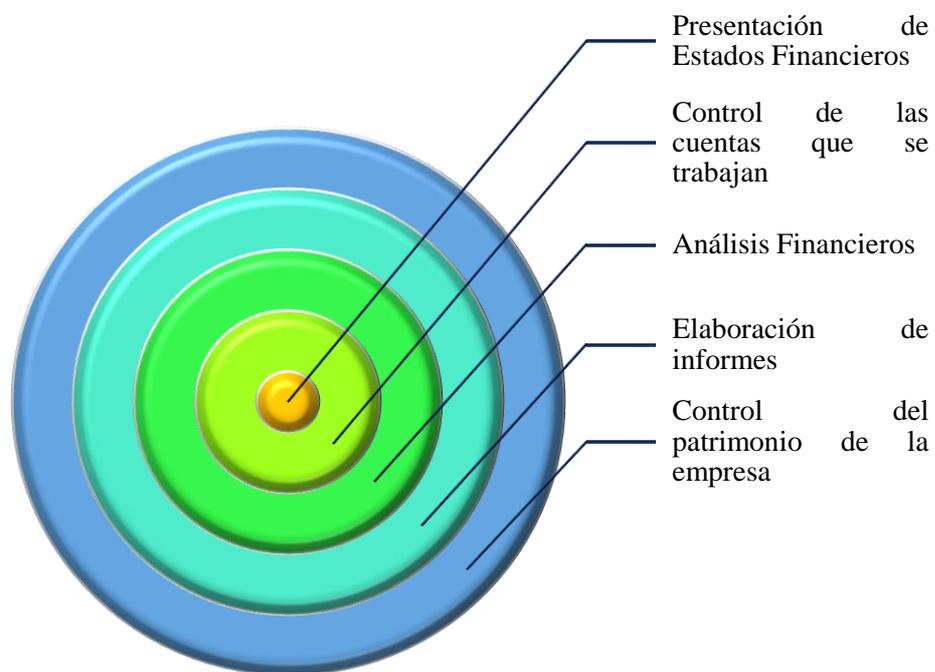
La importancia de las finanzas para el Restaurante “BOCAGOURMET”, permitirá optimizar el manejo del dinero, a fin de tomar mejores decisiones que favorezcan el crecimiento y rendimiento del negocio.

4.5.1 Objetivos del área de finanzas

Las actividades o funciones generales del Restaurante “BOCAGOURMET”, las cumplirá el Administrador, como principal responsable en velar por el bienestar y seguridad de la empresa, tal como se definió en el diseño del manual de funciones.

Por tal razón, los objetivos del área de finanzas, estará enmarcadas en los siguientes:

Figura 57: Objetivos del Área de Finanzas



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.5.2 Sistema contable de la empresa

El sistema contable del Restaurante “BOCAGOURMET”, a fin de evitar irregularidades en la gestión empresarial, será controlado y supervisado directamente por el Administrador de la misma, en la cual para el control de sus operaciones estarán respaldadas por libros contables y sus auxiliares, proformas, informes, documentos legales, estados financieros, entre otros, de tal manera garantice la seguridad y control del negocio.

4.5.3 Catálogo de cuentas

El diseño de un Catálogo o Plan de Cuentas permitirá sintetizar las cuentas utilizadas durante un determinado período. Por consiguiente, el Plan de Cuentas para el Restaurante “BOCAGOURMET”, se diseñó de acuerdo con la necesidad del negocio y clasificado de acuerdo al grupo que pertenece.

Figura 58: Grupos de un Plan de Cuentas



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tabla 55: Plan de Cuentas del Restaurante BOCAGOURMET

1.	Activo
1.1.	Activo Corriente
1.1.1.	Caja
1.1.2.	Bancos
1.1.2.1.	CFN
1.1.3.	Cuentas por Cobrar
1.1.3.1.	Clientes
1.1.4.	Inventarios Finales
1.1.5.1.	Inventario Final de Materia Prima
1.2.	Activo Fijo
1.2.1.	Equipo de Oficina
1.2.1.1.	Depreciación Acumulada de Equipo de Oficina
1.2.2.	Equipo de Cómputo
1.2.2.1.	Depreciación Acumulada de Equipo de Cómputo
1.2.3.	Muebles y Enseres
1.2.3.1.	Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres
1.2.4.	Equipo de Producción
1.2.4.1.	Depreciación Acumulada de Equipo de Producción
1.2.5.	Menaje de Cocina
1.2.5.1.	Depreciación Acumulada de Menaje de Cocina
1.3.	Activo No Corriente
1.3.1.	Gastos de Constitución
1.3.2.	Gastos de Investigación
1.4.	Otros Activos
1.4.1.	Amortización Acumulada
2.	Pasivo
2.1.	Pasivo Corriente
2.1.1.	Décimo Tercer Sueldo por Pagar
2.1.2.	Décimo Cuarto Sueldo por Pagar
2.1.3.	Aporte Patronal por Pagar
2.1.4.	Aporte Personal por Pagar
2.1.5.	Fondos de Reserva por Pagar
2.1.6.	Vacaciones por Pagar
2.1.7.	Participación de Trabajadores por Pagar
2.1.8.	Impuesto a la Renta por Pagar
2.1.9.	Retenciones por Pagar
2.1.10.	Iva por Pagar
2.1.11.	Cuentas por Pagar
2.1.11.1.	Proveedores
2.2.	Pasivo a Largo Plazo
2.2.1.	Préstamo Bancario
3.	Patrimonio
3.1.	Capital
3.2.	Reserva Legal
3.3.	Utilidad del Ejercicio
4.	Ingresos
4.1.	Ventas
5.	Gastos
5.1.	Gastos Administrativos

5.1.1.	Sueldos y Salarios
5.1.2.	Décimo Tercer Sueldo
5.1.3.	Décimo Cuarto Sueldo
5.1.4.	Fondos de Reserva
5.1.5.	Vacaciones
5.1.6.	Gasto Aporte Patronal
5.1.7.	Suministros de Oficina
5.1.8.	Gastos de Depreciación
5.1.9.	Gastos de Amortización
5.1.10.	Servicios Básicos
5.2.	Gastos de Ventas
5.2.1.	Sueldos y Salarios
5.2.2.	Décimo Tercer Sueldo
5.2.3.	Décimo Cuarto Sueldo
5.2.4.	Fondos de Reserva
5.2.5.	Vacaciones
5.2.6.	Gastos de Depreciación
5.2.7.	Servicios Básicos
5.2.8.	Gastos de Publicidad
5.2.9.	Gastos de Suministros de Limpieza
5.2.10.	Gastos de Arrendamiento
5.3.	Gastos Financieros
5.3.1.	Intereses Bancarios
5.4.	Costo de Venta
5.4.1.	Costos Directos
5.4.1.1.	Materia Prima Directa
5.4.1.2.	Mano de Obra Directa
5.4.2.	Costos Indirectos
5.4.2.1.	Materia Prima Indirecta
5.4.2.2.	Costo Indirecto de Fábrica

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.5.4 Presupuesto de Ingresos

La proyección de ingresos será en base a la demanda proyectada por el precio de venta de acuerdo a los platos típicos nacionales e internacionales, según los gustos, preferencias, perspectivas del consumidor obtenidos según resultados de las encuestas aplicadas en el cantón La Libertad. Como tal el Presupuesto Proyectado de Ingresos es aquel libro que refleja los ingresos obtenidos de una empresa en un período determinado, en este caso tiende a ser los ingresos en aquellas ventas que obtendrían el Restaurante “BOCAGOURMET” por la comercialización de sus

productos y lo cual se esperan tener una rentabilidad y crecimiento de la misma en base a la demanda o frecuencia de consumo por parte de los clientes.

De tal manera se procede a presentar en la siguiente table el presupuesto de ingresos del Restaurante “BOCAGOURMET”:

Tabla 56: Presupuesto de Ingresos del Restaurante BOCAGOURMET

Presupuesto de Ingresos Generales					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Arroz Marinero	\$34.545,13	\$36.847,89	\$37.410,56	\$37.983,50	\$40.446,33
Fritada	\$17.284,62	\$17.544,87	\$18.836,37	\$19.120,75	\$20.436,14
Llapingacho	\$5.933,43	\$6.021,48	\$6.466,07	\$6.553,96	\$7.017,31
Horneado	\$5.195,02	\$5.274,32	\$5.662,21	\$5.750,62	\$6.157,59
Bolones	\$4.075,22	\$4.134,88	\$4.200,93	\$4.268,53	\$4.335,00
Guatita	\$6.643,08	\$6.747,20	\$7.223,66	\$7.343,93	\$7.853,00
Empanadas	\$4.480,93	\$4.551,39	\$4.622,43	\$4.701,38	\$4.775,88
Pastel de choclo	\$6.523,47	\$6.625,87	\$7.289,18	\$7.401,32	\$7.519,72
Sopaipilla	\$3.877,83	\$3.927,37	\$3.997,02	\$4.053,59	\$4.117,17
Paella	\$18.832,33	\$19.137,71	\$19.437,74	\$19.747,69	\$20.051,91
Linguini	\$8.231,40	\$8.361,48	\$8.492,14	\$8.623,39	\$8.755,25
Encebollado	\$3.877,83	\$3.927,37	\$3.997,02	\$4.053,59	\$4.117,17
Total	\$119.500,31	\$123.101,83	\$127.635,34	\$129.602,26	\$135.582,48

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Los ingresos obtenidos para el Restaurante “BOCAGOURMET”, se constituye en la venta platos tradicionales de manera nacional e internacional siendo los más apetitivos por parte de los clientes, el arroz marinero, fritada, horneado, empanadas chilenas, guatita, encebollado, sopaipilla, entre otros platos, haciendo que el negocio sea reconocido y mejor posicionado dentro de la provincia de Santa Elena.

4.5.5 Costos y gastos

En esta parte se hace hincapié en los costos y gastos del Restaurante “BOCAGOURMET”, por lo cual representa en aquellos desembolsos y pagos ocasionados por el negocio en cada período determinado. Cabe mencionar que estos

importes realizados por el restaurante forman parte de sus actividades u operaciones, los mismos que se sintetiza en la presentación de los Estados Financieros a fin de mantener posicionado en el mercado y generar ventaja competitiva. Por consiguiente, a continuación, en la siguiente tabla, los costos y gastos del Restaurante “BOCAGOURMET”:

Tabla 57: Costos del Restaurante BOCAGOURMET

PRESUPUESTO COSTO DE VENTA TOTALES					
Período	2019	2020	2021	2022	2023
Inventario Inicial Materia Prima	\$-	\$1.426,43	\$1.398,32	\$1.449,81	\$1.472,16
(+) Compra de Materia Prima	\$35.375,42	\$34.678,27	\$35.955,38	\$36.509,46	\$38.194,12
(=) Materia Prima Disponible	\$35.375,42	\$36.104,70	\$37.353,69	\$37.959,28	\$39.666,27
(-) Inventario Final Materia Prima	\$1.426,43	\$1.398,32	\$1.449,81	\$1.472,16	\$1.540,09
(=) Costo MPD Utilizada	\$33.948,99	\$34.706,38	\$35.903,88	\$36.487,12	\$38.126,19
(+) Costo de MOD	\$4.040,74	\$3.961,11	\$4.106,99	\$4.170,28	\$4.362,71
(+) Costo Servicio Directo	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(+) Costo Indirecto de Fábrica	\$4.475,79	\$4.387,58	\$4.549,17	\$4.619,27	\$4.832,42
(=) Costo de Producción	\$42.465,52	\$43.055,07	\$44.560,03	\$45.276,67	\$47.321,31
(+) Inventario Inicial Producto P	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(=) Producto Total en Proceso	\$42.465,52	\$43.055,07	\$44.560,03	\$45.276,67	\$47.321,31
(-) Inventario Final Producto P	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(=) Inventario Producto Terminado	\$42.465,52	\$43.055,07	\$44.560,03	\$45.276,67	\$47.321,31
(+) Inventario Inicial Producto T	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
(=) Inventario Disponible Venta	\$42.465,52	\$43.055,07	\$44.560,03	\$45.276,67	\$47.321,31
(-) Inventario Final Producto T	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
COSTO DE VENTA	\$42.465,52	\$43.055,07	\$44.560,03	\$45.276,67	\$47.321,31

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Es importante indicar que la tabla presentada anteriormente, se sintetiza el presupuesto de costo de venta, en la que hace síntesis en los componentes del costo de producción (Materia Prima, Mano de Obra y Costos Indirectos de Fábrica).

Figura 59: Costos



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Dentro de los años proyectados el costo de venta tendrá un ligero crecimiento del 2,66%; puesto que proyección estará enmarcada en base a la implementación de políticas internas del negocio. De igual manera, se presenta en la siguiente tabla los gastos realizados por el Restaurante “BOCAGOURMET”:

Tabla 58: Gastos del Restaurante BOCAGOURMET

Gastos Operacionales	2019	2020	2021	2022	2023
	\$48.200,64	\$48.537,78	\$48.690,98	\$48.542,38	\$49.567,28
Sueldos y Salarios	\$41.765,96	\$42.850,59	\$43.832,75	\$44.814,92	\$45.797,08
Servicios Básicos	\$1.138,34	\$1.165,64	\$1.193,59	\$1.222,22	\$1.251,52
Suministros de Oficina	\$184,67	\$189,10	\$193,63	\$198,27	\$203,03
Gastos Prediales	\$58,30	\$58,30	\$58,30	\$58,30	\$58,30
Gasto de Marketing	\$113,00	\$115,71	\$118,48	\$121,33	\$124,24
Suministros de Limpieza	\$224,00	\$229,37	\$234,87	\$240,50	\$246,27
Gasto de Depreciación	\$2.312,77	\$2.312,77	\$2.312,77	\$1.644,84	\$1.644,84
Gastos de Amortización	\$242,00	\$242,00	\$242,00	\$242,00	\$242,00
Gastos Financieros	\$2.161,59	\$1.374,30	\$504,57	\$-	\$-

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Figura 60: Gastos



Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Como se puede apreciar en la gráfica el crecimiento de los gastos operacionales realizables por el restaurante, en la que se sintetiza en gastos incurridos en cierto período de tiempo o en base a las necesidades del negocio, por lo cual se refleja en la tabla que presenta pago de remuneraciones, gastos de constitución, depreciación de activos fijos, publicidad, suministros, servicios básicos, intereses financieros, los mismos permitirán determinar la utilidad neta o líquida según la presentación del Estado de Pérdida y Ganancia.

En su efecto estos rubros serán constituido en el Capital de Trabajo u Operativo que necesita el Restaurante “BOCAGOURMET” para inicio de sus operaciones. Bajo este precedente se presenta, el capital de trabajo requerido para el negocio:

Tabla 59: Capital de Trabajo del Restaurante BOCAGOURMET

RESTAURANTE CAPITAL DE TRABAJO		
CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL	%
Gastos Administrativos	\$ 3.017,20	32%
Gastos de Ventas	\$ 710,26	7%
Costos de Producción	\$ 5.759,40	61%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 9.486,86	100%

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Por lo general el capital de trabajo requerido será en base al primer mes que necesita un negocio o empresa para dar inicio sus actividades. Por tal razón, el Restaurante “BOCAGOURMET”, requiere de capital de trabajo de \$9.486,86 para operar, es decir en esta parte se hace relevante los gastos administrativos, ventas y costos de producción formen parte de este, siendo los costos de producción de mayor importancia, puesto que son considerados en los recursos necesarios que serán destinados en cada operación a fin de mantener activo el negocio dentro del mercado. Para lo cual el requerimiento de materia prima, mano de obra y cif es indispensable en el contraste en los ingresos obtenidos por la venta de productos. Así mismo, es necesario resaltar la inversión en activos fijos requeridos por parte del negocio para su actividad cotidiana, como tal se presenta en la siguiente tabla los activos fijos que contará el Restaurante “BOCAGOURMET”:

Tabla 60: Activos Fijos del Restaurante BOCAGOURMET

INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS FIJOS		
Equipos de producción (Utensilios)	\$1.158,27	4,02%
Muebles y Enseres	\$5.655,00	19,62%
Equipos de Oficina	\$1.566,00	5,43%
Equipos de Computación	\$1.025,00	3,56%
Maquinarias	\$1.917,00	6,65%
Edificio	\$17.500,00	60,72%
Total	\$28.821,27	100,00%

Para inicio de sus operaciones, el Restaurante “BOCAGOURMET”, requiere realizar una inversión en activos fijos por un valor de \$28.821,27; lo cual se sintetiza en adquisición de equipos para la producción. Mobiliarios, equipos de oficina y de cómputo, maquinarias para el área de cocina, y el costo de infraestructura, la misma que hará contraste con el capital de trabajo, a fin de determinar la inversión total que necesitaría el negocio para operar.

4.5.6 Capital social

El capital social del Restaurante “BOCAGOURMET”, se constituye en el aporte de dinero en efectivo y bienes por parte de los socios o accionistas, para constituir el negocio. En su efecto, en la siguiente tabla se puede apreciar el aporte o la formación de capital social para el negocio:

Tabla 61: Capital Social del Restaurante BOCAGOURMET

APORTE DEL SOCIO			
N°	Detalle	Valor	%
1	Aporte en bienes (Terreno)	\$ 10.728,13	68%
2	Aporte en efectivo	\$ 5.000,00	32%
TOTAL		\$ 15.728,13	100%

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Para inicio de sus operaciones el capital social del Restaurante “BOCAGOURMET”, será constituido por el aporte de un terreno valorado en \$10.728,13 y dinero en efectivo equivalente a \$5.000,00. El capital social permitirá analizar y relacionar con la inversión total, a fin de determinar cuánto de financiamiento se necesita para poder cubrir dicha inversión, la misma que será mediante la otorgación de un préstamo bancario que será concedido por la Corporación Financiera Nacional (CFN), puesto que el negocio estará vinculado dentro de las PYMES.

Por consiguiente, se presenta en la siguiente tabla la inversión global requerida para el Restaurante “BOCAGOURMET”:

Tabla 62: Inversión Total del Restaurante BOCAGOURMET

INVERSIÓN TOTAL			
N°	Detalle	Valor	%
1	Inversión en Activos	\$ 31.241,27	77%
2	Inversión en Capital de Trabajo	\$ 9.486,86	23%
TOTAL		\$ 40.728,13	100%

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Para poder dar inicio sus actividades en ventas de comida nacional e internacional en el mercado, el Restaurante “BOCAGOURMET” necesita una inversión de \$40.728,13; cuyo valor estará financiado por el aporte del accionista y dinero concedido a través de un crédito por parte de CFN, tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 63: Financiamiento del Restaurante BOCAGOURMET

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO				
Detalle	Valor	%	%	Ponderación
Capital Aportado (Socio)	\$ 15.728,13	39%	13,90%	5,37%
Capital Financiado (CFN)	\$ 25.000,00	61%	10,00%	6,14%
Total de Financiamiento	\$ 40.728,13	100%	23,90%	11,51%

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Este valor del préstamo será cancelado dentro de un plazo de 3 años y con pagos mensuales, lo cual será destinado a cubrir parte de la inversión del negocio. Además, en la tabla presentada, es necesario indicar que a través de la estructura de financiamiento se permite obtener el Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP TMAR), a través de un porcentaje (%), la misma que será utilizado en el Flujo de Caja para analizar la viabilidad del negocio mediante indicadores financieros.

4.5.7 Estados financieros proyectados

La presentación de los Estados Financieros de una empresa u organización radica en conocer su situación real, por lo cual el diseño y presentación de estos informes financieros deben ser idóneo y no erróneo, que garantice la estabilidad del negocio en el mercado.

En su efecto los principales Estados Financieros como para toda empresa, se deberá sustentar en el Estado de Resultados, Flujo de Caja, Balance General, las mismas que será presentados a la administración o gerencia o entidades reguladoras para la correcta toma de decisiones.

4.5.8 Estado de Resultados Proyectado

La presentación del Estado de Resultados Proyectado para el Restaurante “BOCAGOURMET”, se constituye la síntesis de ingresos frente a todos los costos, gastos e importes ocasionados dentro de un período determinado, el mismo que ayudará a determinar la utilidad neta del ejercicio tal como se ver en la siguiente tabla:

Tabla 64: Estado de Resultados del Restaurante BOCAGOURMET

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Detalle	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por Venta	\$119.500,31	\$123.101,83	\$127.635,34	\$129.602,26	\$135.582,48
Costo de Venta	\$42.465,52	\$43.055,07	\$44.560,03	\$45.276,67	\$47.321,31
Utilidad Bruta	\$77.034,79	\$80.046,76	\$83.075,31	\$84.325,58	\$88.261,17
Gastos Operacionales	\$46.039,05	\$47.163,48	\$48.186,41	\$48.542,38	\$49.567,28
Sueldos y Salarios	\$41.765,96	\$42.850,59	\$43.832,75	\$44.814,92	\$45.797,08
Servicios Básicos	\$1.138,34	\$1.165,64	\$1.193,59	\$1.222,22	\$1.251,52
Suministros de Oficina	\$184,67	\$189,10	\$193,63	\$198,27	\$203,03
Pagos de Impuestos Prediales	\$58,30	\$58,30	\$58,30	\$58,30	\$58,30
Suministros de Limpieza	\$224,00	\$229,37	\$234,87	\$240,50	\$246,27
Gasto de Marketing	\$113,00	\$115,71	\$118,48	\$121,33	\$124,24
Gasto de Depreciación	\$2.312,77	\$2.312,77	\$2.312,77	\$1.644,84	\$1.644,84
Gastos de Amortización	\$242,00	\$242,00	\$242,00	\$242,00	\$242,00
Utilidad Operativa	\$30.995,74	\$32.883,27	\$34.888,90	\$35.783,21	\$38.693,89
Gastos Financieros	\$2.161,59	\$1.374,30	\$504,57	\$-	\$-
U. A. P. T. 15%	\$28.834,15	\$31.508,97	\$34.384,33	\$35.783,21	\$38.693,89
Participación Trabajadores	\$4.325,12	\$4.726,35	\$5.157,65	\$5.367,48	\$5.804,08
U. antes I e I 22%	\$24.509,03	\$26.782,63	\$29.226,68	\$30.415,73	\$32.889,81
Impuesto a la Renta	\$5.391,99	\$5.892,18	\$6.429,87	\$6.691,46	\$7.235,76
U. antes Reserva Legal 10%	\$19.117,04	\$20.890,45	\$22.796,81	\$23.724,27	\$25.654,05
Reserva Legal	\$1.911,70	\$2.089,04	\$2.279,68	\$2.372,43	\$2.565,40
Utilidad Neta del Ejercicio	\$17.205,34	\$18.801,40	\$20.517,13	\$21.351,84	\$23.088,64

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Se puede indicar que la utilidad neta se sintetiza en el valor líquido obtenido en base a la diferencia entre ingresos frente a costos y gastos, por lo cual que el Restaurante “BOCAGOURMET” espera obtener entre \$1.500 a \$2.000 como utilidad neta.

4.5.9 Flujo de Caja proyectado

Conocido como también Presupuesto de Tesorería, es otro Estado Financiero de vital importancia para el negocio, ya que en este reporte se refleja todas las entradas y salidas de efectivo por parte de la organización. En consecuencia, la elaboración del flujo de caja concierne a determinar efectivo neto y acumulación de liquidez en cada período, tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 65: Flujo de Caja del Restaurante BOCAGOURMET

PRESUPUESTO DE TESORERÍA						
RUBRO	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
Saldo Inicial de efectivo		\$9.486,86	\$9.682,27	\$13.541,34	\$22.809,72	\$46.301,40
Préstamo Recibido	\$25.000,00					
(MÁS ENTRADAS DE EFECTIVO)		\$95.600,25	\$101.454,21	\$109.365,35	\$115.658,57	\$125.215,22
Ventas		\$95.600,25	\$101.454,21	\$109.365,35	\$115.658,57	\$125.215,22
(=) EFECTIVO DISPONIBLE	\$25.000,00	\$105.087,11	\$111.136,48	\$122.906,68	\$138.468,29	\$171.516,63
INVERSIÓN	\$40.728,13					
(-) SALIDAS DE EFECTIVO		\$95.404,85	\$97.595,14	\$100.096,96	\$92.166,89	\$95.221,51
Pago de Sueldos y Salarios		\$13.995,36	\$14.275,27	\$14.555,17	\$14.835,07	\$15.114,98
Pago de Servicios Básicos		\$1.138,34	\$1.165,64	\$1.193,59	\$1.222,22	\$1.251,52
Pago de Suministros de Oficina		\$184,67	\$189,10	\$193,63	\$198,27	\$203,03
Pago de Gastos de Constitución		\$58,30	\$58,30	\$58,30	\$58,30	\$58,30
Pago de Suministros de Limpieza		\$224,00	\$229,37	\$234,87	\$240,50	\$246,27
Pago de Marketing		\$113,00	\$115,71	\$118,48	\$121,33	\$124,24
Pago de Amortización		\$242,00	\$242,00	\$242,00	\$242,00	\$242,00
Pago de Materia Prima		\$22.142,73	\$21.706,36	\$22.505,75	\$22.852,57	\$23.907,05
Pago de Obligaciones Financieras		\$9.680,16	\$9.680,16	\$9.680,16	\$0,00	\$0,00
Pago de Mano de Obra Directa		\$27.770,60	\$28.575,32	\$29.277,58	\$29.979,84	\$30.682,10
Pago de Proveedores		\$7.908,12	\$9.333,89	\$9.588,22	\$9.769,18	\$10.170,56
Pago de Retenciones		\$292,89	\$313,75	\$323,80	\$329,35	\$343,71
Pago de IVA		\$3.138,14	\$3.361,58	\$3.469,25	\$3.528,71	\$3.682,62
Pago de Costo de Venta		\$8.516,53	\$8.348,69	\$8.656,16	\$8.789,55	\$9.195,13
EFECTIVO NETO	-\$15.728,13	\$9.682,27	\$13.541,34	\$22.809,72	\$46.301,40	\$76.295,12
APORTACIÓN DE CAPITAL	\$15.728,13					
FLUJO ACUMULADO	\$0,00	\$9.682,27	\$23.223,60	\$46.033,32	\$92.334,73	\$168.629,85

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Para determinar si el Restaurante “BOCAGOURMET”, tendrá acogida en el mercado, se tomará en cuenta para el análisis, del Costo de Oportunidad (CCPP), Valor Actual Neto (VNA), Índice de Rentabilidad (IR) Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación de Inversión (TIR), los mismos ayudarán a evaluar el negocio de manera adecuada y establecer una correcta decisión.

4.5.10 Balance General Proyectado

Finalmente, se presenta el Balance General del Restaurante “BOCAGOURMET”, en la cual se constituye en un reporte financiero de la situación contable-económica-financiera real y el movimiento de sus cuentas. Por consiguiente, se presenta en la siguiente tabla la presentación del Balance General del restaurante:

Tabla 66: Balance General del Restaurante BOCAGOURMET

ACTIVO	2019	2020	2021	2022	2023
Caja	\$5.809,36	\$8.124,80	\$13.685,83	\$27.780,84	\$45.777,07
Bancos	\$3.872,91	\$5.416,53	\$9.123,89	\$18.520,56	\$30.518,05
Clientes	\$23.900,06	\$45.547,68	\$63.817,67	\$77.761,35	\$88.128,61
Inventario Final de Materia Prima	\$1.426,43	\$1.398,32	\$1.449,81	\$1.472,16	\$1.540,09
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$35.008,76	\$60.487,33	\$88.077,21	\$125.534,91	\$165.963,82
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO					
Edificio	\$17.500,00	\$17.500,00	\$17.500,00	\$17.500,00	\$17.500,00
Menaje de Cocina	\$1.158,27	\$1.158,27	\$1.158,27	\$1.158,27	\$1.158,27
Depreciación Acumulada	\$440,14	\$880,29	\$1.320,43	\$1.320,43	\$1.320,43
Muebles y Enseres	\$5.655,00	\$5.655,00	\$5.655,00	\$5.655,00	\$5.655,00
Depreciación Acumulada	\$1.017,90	\$2.035,80	\$3.053,70	\$4.071,60	\$5.089,50
Equipos de Oficina	\$1.566,00	\$1.566,00	\$1.566,00	\$1.566,00	\$1.566,00
Depreciación Acumulada	\$281,88	\$563,76	\$845,64	\$1.127,52	\$1.409,40
Equipos de Cómputo	\$1.025,00	\$1.025,00	\$1.025,00	\$1.025,00	\$1.025,00
Depreciación Acumulada	\$227,79	\$455,58	\$683,37	\$683,37	\$683,37
Equipos de Producción	\$1.917,00	\$1.917,00	\$1.917,00	\$1.917,00	\$1.917,00
Depreciación Acumulada	\$345,06	\$690,12	\$1.035,18	\$1.380,24	\$1.725,30
TOTA ACTIVOS FIJOS	\$26.508,50	\$24.195,73	\$21.882,95	\$20.238,11	\$18.593,27
ACTIVOS DIFERIDOS	\$2.420,00	\$2.420,00	\$2.420,00	\$2.420,00	\$2.420,00
TOTAL DE ACTIVO	\$63.937,25	\$87.103,06	\$112.380,16	\$148.193,03	\$186.977,09
PASIVO	2019	2020	2021	2022	2023
Préstamo Bancario	\$17.481,44	\$9.175,58	\$-	\$-	\$-
Cuentas Por Pagar	\$1.581,62	\$1.550,45	\$1.607,55	\$1.632,33	\$1.707,65
Iva Por Pagar	\$285,29	\$279,66	\$289,96	\$294,43	\$308,02
Retenciones Por Pagar	\$26,63	\$26,10	\$27,06	\$27,48	\$28,75
Participación Trabajador por Pagar	\$4.325,12	\$9.051,47	\$14.209,12	\$19.576,60	\$25.380,68
Impuesto por Pagar	\$5.391,99	\$11.284,16	\$17.714,03	\$24.405,49	\$31.641,25
TOTAL PASIVO	\$29.092,08	\$31.367,44	\$33.847,73	\$45.936,33	\$59.066,34
PATRIMONIO	2019	2020	2021	2022	2023
Capital	\$15.728,13	\$15.728,13	\$15.728,13	\$15.728,13	\$15.728,13
Reserva Legal	\$1.911,70	\$4.000,75	\$6.280,43	\$8.652,86	\$11.218,26
Utilidad del Ejercicio	\$17.205,34	\$36.006,74	\$56.523,87	\$77.875,71	\$100.964,35
TOTAL PATRIMONIO	\$34.845,17	\$55.735,62	\$78.532,43	\$102.256,70	\$127.910,75
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$63.937,25	\$87.103,06	\$112.380,16	\$148.193,03	\$186.977,09

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

4.5.11 Indicadores Financieros

Tabla 67: Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS						
Indicadores	Fórmula	2019	2020	2021	2022	2023
1. Circulante	$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	1,20	1,93	2,60	2,73	2,81
2. Ácida	$\frac{\text{Activos Corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	1,15	1,88	2,56	2,70	2,78
3. Deuda	$\frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total Activos}}$	46%	36%	30%	31%	32%
4. Capacidad Pago Intereses	$\frac{\text{Utilidad antes Interés e Impuestos}}{\text{Intereses}}$	2,53	2,87	3,29	3,55	3,55
5. Margen Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ingresos}}$	64,46%	65,02%	65,09%	65,06%	65,10%
6. Margen Utilidad Operativa	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ingresos}}$	25,94%	26,71%	27,33%	27,61%	28,54%
7. Margen Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos}}$	14,40%	15,27%	16,07%	16,47%	17,03%
8. Rendimiento de Capital	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	49%	34%	26%	21%	18%
9. Rendimiento de Activos	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$	26,91%	21,59%	18,26%	14,41%	12,35%
10. Relación Costo-Beneficio	$\frac{\text{VAN} - \text{Inversión}}{\text{ABS(Inversión)}}$	2,85				

- 1) **Razón Circulante:** Tomando en cuenta el parámetro ideal que está entre 1 y 2 para ser aceptable, este indicador de liquidez refleja que el restaurante mantiene una holgura financiera mayor que 2, en la que permite medir su capacidad de pago frente a sus obligaciones, para efecto se ve reflejado en los años proyectados, que el negocio tiene \$2,00 con \$0,26 centavos para cubrir su deuda.

- 2) **Prueba Ácida:** En su efecto sintetiza en la disminución de inventarios en cada período. Para lo cual, se refleja en la disminución de inventarios de materia prima, permitiendo que el restaurante mantenga la holgura financiera de cubrir sus obligaciones de corto plazo contando con los saldos de efectivo y cuentas por cobrar.

- 3) **Razón de Endeudamiento:** Mediante este indicador permite determinar el nivel de financiamiento de nuestros activos totales con respecto a los acreedores con que mantiene el negocio. Por consiguiente, dentro de los años proyectados se puede indicar que el restaurante financia sus activos y capital de trabajo en un 35% mediante un crédito bancario concedido por CFN.

- 4) **Capacidad de Pago de Intereses:** Este indicador permite medir la variación de pagos de intereses, lo cual se origina producto del crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), puesto que restaurante estará vinculado dentro de las PYMES.

- 5) **Margen de Utilidad Bruta:** Este indicador permite medir el nivel de margen de utilidad bruta obtenida en el Estado de Resultado, lo cual hace contraste entre los ingresos obtenidos frente a los costos ocasionados durante un período determinado. Por consiguiente, se puede indicar que el porcentaje de utilidad bruta presenta un ligero crecimiento en base a la demanda proyectada y mantener en bajo crecimiento los costos de producción
- 6) **Margen de Utilidad Operativa:** Con este indicador permite analizar la variación entre los ingresos obtenidos frente a los gastos operacionales. Bajo este precedente se puede indicar que el restaurante mantiene un parámetro ideal entre 25% a 45% a fin de poder generar una rentabilidad óptima y posicionamiento en el mercado.
- 7) **Margen de Utilidad Neta:** Permite conocer la utilidad líquida o neta del negocio, tomando en cuenta que la utilidad líquida deba estar en un parámetro ideal entre 10% a 20%. Por consiguiente, de acuerdo con los resultados obtenidos en el Estado de Resultados en la que se ve reflejado la disminución o diferencia entre sus ingresos percibidos frente a todos sus costos, gastos y demás importe poder obtener una utilidad líquida del ejercicio favorable, la misma que le garantice estabilidad, participación y posicionamiento en el mercado, por lo que el restaurante considera mantener una utilidad líquida mensual que oscilen el valor entre \$1.500 a \$3.000.

- 8) **Rendimiento de Capital:** Con este indicador analizar la variación patrimonial del negocio, es decir el rendimiento de capital estará enmarcado en el aporte del accionista del negocio, reserva legal y utilidad neta, los mismos que le permita mantenerse activo en el mercado.
- 9) **Rendimiento de Activos:** El rendimiento de los activos fijos que cuenta el restaurante representa el 18,70% dentro de los años proyectados; puesto que nuestros activos cumplirán su vida útil y a la vez tomar decisión si es conveniente con el tiempo si es necesario mantenerlo, renovar o vender, de acuerdo con las políticas establecidas por la empresa.
- 10) **Relación Costo-Beneficio:** Mediante el Índice Neto de Rentabilidad (IR) permitirá determinar la factibilidad del negocio y se mantendrá en el mercado, lo cual hace síntesis entre la división de los ingresos netos y los costos totales de inversión. Por lo cual se obtiene como resultado de acuerdo con la presentación del Flujo de Caja un \$2,85; es decir que por cada dólar invertido se obtiene \$0,85 de utilidad, permitiendo cumplir con el parámetro de: $1 > 0$.

4.5.12 Resultados

Los resultados presentados a continuación son obtenidos y será determinantes en la toma de decisión para analizar la viabilidad del negocio.

Tabla 68: Criterios de Aceptación de un Negocio Rentable

TMAR	10,00%
VAN	\$75.400,15
TIR	47%

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Tabla 69: Período de Recuperación de Inversión

AÑOS	2,00	
MESES	0,77	9,21
DÍAS	0,209	4

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Para determinar la viabilidad de la microempresa se considera los siguientes criterios:

- Teniendo en cuenta un CCPP del 10%, para que un negocio sea rentable se debe considerar Valor Actual Neto sea positivo. Por lo cual que de acuerdo a la determinación de los flujos netos en los años proyectados en el Flujo de Caja se obtiene un VAN de \$75.400,15 con respecto a la inversión total requerida.
- Otro aspecto para considerar en un proyecto sea viable, es necesario que la Tasa Interna de Retorno debe ser superior al Costo de Oportunidad ($TIR > CCPP$). En consecuencia, el negocio se mantendrá en el mercado, ya que se obtiene una TIR del 47% generando rentabilidad y competitividad.
- Finalmente, es importante indicar que el Período de Recuperación de la Inversión se debe establecer dentro del plazo proyectado. Por consiguiente, la inversión requerida se recuperará dentro de un plazo de 2 años, 9 meses y 4 días según resultados obtenidos en el Flujo de Caja.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el proyecto de investigación, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- La relación de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo económico del sector de restauración del cantón La Libertad, se comprueba señalando que la actividad económica contribuye significativamente con el crecimiento de la ciudad, sin embargo, es necesario establecer acciones de mejora que permita posicionarlas.
- Las pymes que formaron parte del estudio son administradas, en su mayoría, de manera empírica lo que conlleva a que los resultados esperados por los inversionistas no sean adecuados, por lo que es necesario formular estrategias para contrarrestar esta problemática.
- El instrumento de recolección de información aplicado a los empresarios y emprendedores de los restaurantes y locales de comida del cantón La Libertad, permitió conocer que los factores que limitan el crecimiento y desarrollo de las Pymes del sector de restauración del cantón son: el limitado financiamiento con el que cuenta, la ubicación donde desarrollan sus actividades, la falta de apoyo por parte de los organismos competentes y la carencia herramientas que permitan tener una visión global del negocio.
- La elaboración de un plan de negocio se da como respuesta a las necesidades manifestadas por los emprendedores y empresarios consultados en la presente investigación, el mismo que contiene los principales aspectos que se deben considerar al momento de constituir una empresa.

RECOMENDACIONES

Como respuesta a las conclusiones establecidas, se recomienda lo siguiente:

- Mejorar las condiciones de las Pymes especializadas en comida nacional e internacional mediante capacitaciones, apoyo financiero y nuevas políticas que les permitan posicionarse en el mercado aumentando la competitividad y el desarrollo socioeconómico de la población.
- Capacitar a los gerentes y emprendedores en temas de administración, economía, emprendimiento, financiamiento, entre otros temas de interés para mejorar el rendimiento empresarial e innovar en el servicio prestado por los restaurantes del cantón La Libertad.
- Fortalecer el apoyo a las pymes del sector de restauración del cantón La Libertad facilitándole nuevas herramientas de trabajo como el apoyo por parte del gobierno zonal, accesos a créditos empresariales y nuevos espacios de comercio de comida nacional e internacional en el cantón La Libertad.
- Aplicar las estrategias propuesta en el plan de negocio considerando los resultados de la investigación en cuanto a aspectos empresariales claves para el crecimiento económico empresarial con el fin de constituir una pyme acorde a las exigencias del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. D. (2014). Metodología de la Investigación (6 ed.). México: The McGraw-Hill Companies.
- Bernal Torres, C. A., & Sierra Arango, H. D. (2013). Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI (2 ed.). México: Pearson Educación.
- Hinojosa Pérez, J. A. (2017). El arte de hacer una tesis para los y pregrado con casos prácticos (1 ed.). Lima: Centro de Producción Imprenta de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- SUPERCIAS. (2019). Ranking Empresarial de los Entes controlados por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/rankingCias.zul?id=24&tipo=2>
- INEC. (2019). Proyecciones Poblacionales. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Anh Nguyen, Q., Sullivan Mort, G., & D'Souza, C. (2015). Vietnam in transition: SMEs and the necessitating environment for entrepreneurship development. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(3-4), 154-180.
- Turner, M., Sermcheep, S., Anantasirijkiat, S., & Srisangnam, P. (2016). Small and medium-sized enterprises in Thailand: government policy and economic development. *Asia Pacific Journal of Public Administration*, 38(4), 251-269.

- Yance Carvajal, C., Solís Granda, L., Burgos Villamar, I., & Hermida Hermida, L. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1(1), 1-17.
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2019). *América Latina y el Caribe 2019. Políticas para las pymes competitivas en la alianza del pacífico y países participantes de América del sur*. Obtenido de OECD/CAF Publishing: <https://doi.org/10.1787/60745031-es>
- León Segura, C. (2017). *Territorio y desarrollo* (2 ed.). La Habana: Editorial Universitaria Félix Varela.
- Paredes, P., Flores, G., & Ortega Ortega, D. (2012). *Contabilidad básica para micro, pequeña y medianas emoresas en Honduras* (1 ed.). España: Aula Mentor.
- Reinoso Lastra, J., & Uribe Macías, M. (2013). *Emprendimiento y empresarismo. Diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa* (1 ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Quiñonez Cabeza, M. (2016). *Modelo para la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comerciales ecuatorianas*. La Habana: Editorial Universitaria.
- Escrivá Monzó, J., Martínez García, A., & Savall Llidó, V. (2013). *Gestión de un pequeño comercio* (1 ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Guerrero Reyes, C., & Galindo Alvarado, F. (2014). *Administración 2* (1 ed.). México: Grupo Editorial Patria.

RAE. (19 de Enero de 2018). Diccionario de la Lengua Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://www.rae.es/>

Busso, M., Longo, M., & Pérez, P. (2014). La estabilidad-inestabilidad laboral de jóvenes argentinos desde una perspectiva interdisciplinaria y longitudinal. Cuadernos de economía, 420.

Global Entrepreneurship Monitor. (2018). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. Obtenido de ESPAE. Graduate School Of Management, ESPOL: <http://espaespol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

Vissetaca, B. (2016). Lineamientos estratégicos para el desarrollo socioeconómico y superación de la pobreza en la Provincia de Huambo, República de Angola. Obtenido de Editorial Universitaria: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/upsesp/reader.action?docID=4794742&query=desarrollo%2Bsocioeconomico>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). Directorio de Empresas y Establecimientos. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>

Máquez Jiménez, A. (Diciembre de 2017). Educación y desarrollo en la sociedad del conocimiento. Perfiles Educativos, 39(158), 7. Obtenido de Scielo.

Guzmán Díaz, R., & Adriano Anaya, A. (Diciembre de 2013). Conocimiento, economía, desarrollo y sociedad: trazos desde la complejidad. En claves del pensamiento, 7(14), 9.

United Nations. (21 de Junio de 2019). Situación y perspectivas de la economía mundial en 2019: Resumen ejecutivo. Obtenido de Department of Economic and Social Affairs: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/situacion-y-perspectivas-de-la-economia-mundial-en-2019-resumen-ejecutivo/>

Peña Vélez, M., & Vega Chamba, N. (Julio de 2018). Estructura de las Pymes en la economía ecuatoriana. *Sur Academi*, 1(8), 30-34.

CEPAL. (Junio de 2019). Desarrollo productivo y empresarial. Obtenido de Naciones Unidas. Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <https://www.cepal.org/es/areas-de-trabajo/desarrollo-productivo-y-empresarial>

Ministerio de Industrias y Productividad. (27 de Julio de 2017). Buenas perspectivas de desarrollo productivo e industrial para los próximos años. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad: <https://www.industrias.gob.ec/15900-2/>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI. (2017). Rol del Estado en el Desarrollo Productivo. COPCI, 90.

Pacheco Delgado, J. (2013). Ensayo sobre el crecimiento económico, inversión en educación superior, desempleo y desigualdad en Ecuador 1991 - 2012. Facultad de ciencias económicas y empresariales, 34.

Raulik, G., Cawood, G., & Larsen, P. (2016). National Design Strategies and Country Competitive Economic Advantage. *The Design Journal*, 11(2), 119-135.

Chingarande, A., Mzumara, M., & Karambakuwa, R. T. (2014). Does Mercosur Possess Comparative Advantage? *Journal of Economics*, 5(3), 341-349.

Porter, M. E. (2016). *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance* (2 ed.). (J. C. Pecina H, Trad.) México: Grupo Editorial Patria, S.A. De C.V.

El Telégrafo. (28 de Septiembre de 2017). El 42% de las compañías registradas en el país son Pymes . Obtenido de El Telégrafo - Economía: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/el-42-de-las-companias-registradas-en-el-pais-son-pymes>

Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Registro Oficial 449 de 20-oct-2008.

Consejo Nacional de Participación (CNP). (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021. Toda una Vida*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES 2017.

COPCI. (2017). *Código Orgánico de la Producción, Comercio E Inversiones*. Quito: Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic.-2010.

Asamblea Nacional Constituyente. (2018). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS)*. Obtenido de Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria: <https://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>

Prieto Sierra, C. (2017). *Empredimiento. Conceptos y plan de negocios* (2 ed.). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

INEC. (19 de Enero de 2018). Directorio de Empresas. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:
http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/open doc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

Congreso Nacional. (1999). Ley de Compañías. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros:
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

Eva Ballarín. (2019). Tendencias 2020 en el Sector de la Restauración. Obtenido de Eva Ballarín: <http://www.evaballarin.com/2018/11/15/tendencias-2020-en-el-sector-de-la-restauracion/>

La República. (2015). El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes. Obtenido de Diario La República:
<https://www.larepublica.co/ocio/el-sector-gastronomico-crecio-22-en-el-ultimo-ano-con-90000-restaurantes-2266206>

APÉNDICE

Apéndice 1: Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variable	Dimensiones	Indicadores
Relación de las pymes especializadas en comida nacional-internacional con desarrollo económico del cantón la libertad: una propuesta de negocios	General	General	La elaboración de un plan de negocios permitirá fortalecer el crecimiento de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad.	Pymes	Clasificación de las pymes por tamaño	Número de empleado
	¿Cuál es el efecto de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo económico del sector de restauración, cantón La Libertad?	Analizar la relación de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional en el desarrollo económico del sector de restauración, cantón La Libertad.				Ingresos Anuales
					Clasificación de las pymes por sector	Servicios
						Comercio
	Específicos	Específicos		Situación actual	Estabilidad	
	¿Cuál es la situación actual de las pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad?	Indagar la situación actual de las pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad				Desarrollo social
						Desarrollo productivo
	¿Cuáles son los factores que limitan el desarrollo de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad?	Identificar los factores que limitan el desarrollo de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad			Desarrollo económico	Exógeno
¿De qué manera un plan de negocios contribuye con el crecimiento de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad?	Elaborar un plan de negocios que contribuya con el crecimiento de las Pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad	Desarrollo socio-económico	Endógeno			
			Actores del desarrollo	Político-Administrativos		
			Empresariales			
			Sociales			
			Comparativa			
			Ventaja económica	Competitiva		

Elaborado por: Tomalá Robles Angela

Apéndice 2: Estados Financieros

RESTAURANTE DE COMIDA NACIONAL E INTERNACIONAL "BOCAGOURMET"			
BALANCE INICIAL			
AÑO 2019			
VALORES EXPRESADO EN DÓLARES \$			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja	\$ 9.486,86	Préstamo Bancario	\$ 25.000,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 9.486,86	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 25.000,00
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Equipos de producción (Utensilios)	\$ 1.158,27	Capital del Socio	\$ 15.728,13
Muebles y Enseres	\$ 5.655,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.728,13
Equipos de Oficina	\$ 1.566,00		
Equipos de Computación	\$ 1.025,00		
Maquinarias	\$ 1.917,00		
Infraestructura	\$ 17.500,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 28.821,27		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución	\$ 2.420,00		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.420,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 40.728,13	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 40.728,13

Apéndice 3: Formato de encuesta a habitantes del cantón La Libertad



ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

Buenos días (tardes):

Estoy trabajando en un trabajo de investigación denominado “Relación de las pymes especializadas en comida nacional-internacional con desarrollo económico del cantón la libertad: una propuesta de negocios”, para obtener el grado académico de Máster en Administración de Empresas con Gestión en Pymes.

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Quisiera pedir su ayuda para que conteste algunas preguntas que no le tomarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas. No hay preguntas delicadas.

INSTRUCCIONES:

Lea las instrucciones cuidadosamente, ya que existen preguntas en las que sólo se puede responder a una opción; otras son de varias opciones.

- La encuesta consta de 10 preguntas
- Si tiene alguna duda consulte al encuestador
- La información que proporcione es confidencial
- Los resultados de la encuesta son solamente para fines académicos

DATOS GENERALES

Género	
Masculino	
Femenino	
LGBTI	

Edad	
De 20 a 29 años	
De 30 a 39 años	
De 40 a 49 años	

De 50 a 59 años	
Más de 60 años	

1.- ¿Con qué frecuencia usted acude a un restaurante?

Alternativa	X
Muy Frecuentemente	
Frecuentemente	
Ocasionalmente	
Raramente	
Nunca	

2.- ¿Qué factores considera al momento de elegir un restaurante?

Alternativa	X
Servicio	
Variedad en la carta	
Precios	
Atención	
Recomendación (Familiar o amigos)	
Reputación en redes sociales	
Otro	

3.- A continuación, se mencionan diferentes platos típicos de la Costa, Sierra y varios Internacionales, mencione cuáles de ellos prefiere:

Típicos de la Costa	X
Bolones	
Encebollado	
Cazuelas	
Mariscos	
Carnes	
Otros	

Típicos de la Sierra	X
Fritada	
Hornado	
Llapingacho	
Cevichocho	
Mote Pillo	
Otros	

Comida Internacional	X
Paella (España)	
Le Meilleur Toasties (Francia)	
Roast Beef (Inglaterra)	
Linguini al Roquefort (Italia)	
Ramen (Japón)	
Otros	

4.- ¿Qué tipo de bebidas prefiere para acompañar el plato de su preferencia?

Alternativa	X
Gaseosas	
Jugos Naturales	
Cervezas	
Vinos	

5.- En promedio, ¿Cuanto consume en restaurantes del cantón La Libertad?

Alternativa	X
Menos de \$10	
Entre \$11 y \$20	
Entre \$21 y \$30	
Entre \$31 y \$40	
Más de \$40	

Bebidas Calientes (Café, Té, etc.)	
Otro	

6.- De acuerdo a su criterio, ¿Cómo califica el servicio de restauración en el cantón La Libertad, con respecto a los siguientes elementos?

Ítems	Nada Satisfecho	Poco Satisfecho	Mejorable	Satisfecho	Muy Satisfecho
Servicio					
Variedad en la carta					
Precios					
Atención					
Limpieza					
Implementación de Tecnología (Wi-Fi)					

7.- ¿Cree usted que es necesario que los restaurantes de comida nacional-internacional del cantón la Libertad, deben mejorar su servicio?

Alternativa	X
Definitivamente no	
Probablemente no	
Neutral	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

9.- ¿Qué valor agregado considera que deben implementar los restaurantes en el cantón La Libertad?

Alternativa	X
Wi-Fi	
Televisión	
Pedidos a través de Tablets o Smartphones	
Pagos vía Wallet	
Otro	

8.- ¿Cómo califica su experiencia con los restaurantes de comida nacional-internacional del cantón La Libertad?

Alternativa	X
Muy Mala	
Mala	
Regular	
Buena	
Muy Buena	

10.- ¿Cree usted que los restaurantes de comida nacional e internacional aportan desarrollo del turismo en el cantón La Libertad?

Alternativa	X
Definitivamente no	
Probablemente no	
Neutral	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

Nota: la información recopilada es de uso exclusivo para la realización de la investigación académica de la Srta. Angela Tomalá Robles, previo a obtener el grado académico en Administración de Empresas con Mención en Pymes, título gestionado en la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Apéndice 4: Formato de encuesta a habitantes emprendedores/empresarios



ENCUESTA A REPRESENTANTES DE LAS PYMES DE COMIDA NACIONAL-INTERNACIONAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD

Buenos días (tardes):

Estoy trabajando en un trabajo de investigación denominado “Relación de las pymes especializadas en comida nacional-internacional con desarrollo económico del cantón la libertad: una propuesta de negocios”, para obtener el grado académico de Máster en Administración de Empresas con Gestión en Pymes.

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Quisiera pedir su ayuda para que conteste algunas preguntas que no le tomarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas. No hay preguntas delicadas.

INSTRUCCIONES:

Lea las instrucciones cuidadosamente, ya que existen preguntas en las que sólo se puede responder a una opción; otras son de varias opciones.

- La encuesta consta de 10 preguntas
- Si tiene alguna duda consulte al encuestador
- La información que proporcione es confidencial
- Los resultados de la encuesta son solamente para fines académicos

DATOS GENERALES

Género	
Masculino	
Femenino	
LGBTI	

Edad	
De 20 a 29 años	
De 30 a 39 años	
De 40 a 49 años	

Nivel de Estudios	
Primaria Incompleta	
Primera Completa	
Secundaria Incompleta	

De 50 a 59 años	
Más de 60 años	

Secundaria Completa	
Tercer Nivel Incompleto	
Tercer Nivel Completo	
Cuarto Nivel	

1.- ¿Cuánto tiempo tiene funcionando su restaurant/local?

Alternativa	X
Menos de 1 año	
1 Año	
2 Años	
3 Años	
4 Años	
5 Años	
Más de 5 años	

2.- ¿Cuál fue el motivo que lo llevó a emprender su negocio?

Alternativa	X
Necesidad	
Oportunidad de Negocio	
Mejorar calidad de vida	
Generar Fuentes de empleo	
Otro	

3.- ¿Con cuántos trabajadores/colaboradores inició su negocio?

Alternativa	X
Ninguno	
Uno	
Dos	
Tres	
Cuatro	
Cinco	
Más de Cinco	

4.- ¿Con cuántos trabajadores cuenta actualmente?

Alternativa	X
Uno	
Dos	
Tres	
Cuatro	
Cinco	
Más de Cinco	

5.- ¿Cree usted que sus clientes se encuentran satisfechos con el servicio recibido?

Alternativa	X
Definitivamente no	
Probablemente no	
Neutral	
Probablemente sí	

6.- ¿Qué factores considera que limitan su crecimiento como empresa?

Alternativa	X
Aspectos legales	
Financiamiento	
Falta de apoyo gubernamental	

Definitivamente sí	
--------------------	--

Demanda del servicio	
Ubicación	
Otro	

7.- ¿Qué estrategia considera que le brindaría una ventaja competitiva a su negocio?

8.- ¿Cree usted que un plan de negocios le permitirá fortalecer su negocio?

Alternativa	X
Capacitaciones	
Plan de negocios	
Acceso a créditos	
Otra	

Alternativa	X
Definitivamente no	
Probablemente no	
Neutral	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

9.- ¿Cree que las pymes especializadas en comida nacional-internacional, contribuyen con el desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad?

10.- ¿Cree que las autoridades deberían brindar capacitaciones de emprendimiento a los gerentes/propietarios de las pymes especializadas en comida nacional-internacional del cantón La Libertad?

Alternativa	X
Capacitaciones	
Plan de negocios	
Acceso a créditos	
Otra	

Alternativa	X
Definitivamente no	
Probablemente no	
Neutral	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

Nota: la información recopilada es de uso exclusivo para la realización de la investigación académica de la Srta. Angela Tomalá Robles, previo a obtener el grado académico en Administración de Empresas con Mención en Pymes, título gestionado en la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

¡Gracias por su colaboración!

Apéndice 5: Evidencia fotográfica

La Libertad, jueves 07 de noviembre del 2019

CERTIFICADO ANTIPLAGIO
007-WAND-2019

En calidad de Tutor del trabajo de titulación denominado “**RELACIÓN DE LAS PYMES ESPECIALIZADAS EN COMIDA NACIONAL-INTERNACIONAL CON DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN LA LIBERTAD: UNA PROPUESTA DE NEGOCIOS**”, elaborado por la Ingeniera Angela María Tomalá Briones, alumna de la Maestría en Administración de Empresas, Mención Gestión de las Pymes, previo a la obtención del Título de Master en Administración de Empresas Mención Gestión de las Pymes de la Carrera de Ingeniería de Administración de Empresas, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio URKUND, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con 3% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente informe.

Adjunto reporte de similitud.

Atentamente,



Nuñez De la Cruz William A. Ing.
C.I.: 0907626709
DOCENTE TUTOR

CERTIFICADO GRAMATOLOGO

Lic. Narcisa García Cajape, MSc
REGISTRO SENESCYT No. 1032-13-86036224

La Libertad, 31 de Agosto de 2020.

CERTIFICO

En mi calidad de correctora de estilo y gramatóloga, que he leído y revisado el trabajo de titulación elaborado por Angela María Tomalá Robles, con número de Cédula de Identidad: 0912488343, con el tema **“RELACIÓN DE LAS PYMES ESPECIALIZADAS EN COMIDA NACIONAL-INTERNACIONAL CON DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN LA LIBERTAD: UNA PROPUESTA DE NEGOCIOS”**, previo a la obtención del Grado Académico de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES.**

Este trabajo de investigación está escrito de acuerdo a las normativas ortográficas y sintaxis vigentes.

Se expide el presente certificado para los fines que el interesado disponga.

Atentamente,


MSc. Narcisa García Cajape
C.I. 1307095818