



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

"Plan de negocio para la creación de un Bar & Restaurant en el mirador San José del cantón Portovelo.

**ERAS PONCE DINO SALVATORE
ECONOMISTA**

**ESPINOZA GONZALEZ ISRAEL ALEXANDER
ECONOMISTA**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

"Plan de negocio para la creación de un Bar & Restaurant en el mirador San José del cantón Portovelo.

**ERAS PONCE DINO SALVATORE
ECONOMISTA**

**ESPINOZA GONZALEZ ISRAEL ALEXANDER
ECONOMISTA**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA

PROYECTOS INTEGRADORES

"Plan de negocio para la creación de un Bar & Restaurant en el mirador San José del cantón Portovelo.

**ERAS PONCE DINO SALVATORE
ECONOMISTA**

**ESPINOZA GONZALEZ ISRAEL ALEXANDER
ECONOMISTA**

CAMPUZANO VASQUEZ JOHN ALEXANDER

**MACHALA
2022**

Plan de negocio para la creación de un Bar & restaurant en el mirador San José del cantón de Portovelo

por Dino Salvatore Eras Ponce

Fecha de entrega: 28-feb-2023 02:13p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2025354996

Nombre del archivo: Trabajo_DINO_ERAS_-_ISRAEL_ESPINOZA.docx (1.75M)

Total de palabras: 10692

Total de caracteres: 57268

Plan de negocio para la creación de un Bar & restaurant en el mirador San José del cantón de Portovelo

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	1%
2	bibdigital.epn.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1%
4	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1%
5	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1%
6	idoc.pub Fuente de Internet	<1%
7	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	<1%
9	www.propuestaciudadana.org.pe Fuente de Internet	

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, ERAS PONCE DINO SALVATORE y ESPINOZA GONZALEZ ISRAEL ALEXANDER, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado "Plan de negocio para la creación de un Bar & Restaurant en el mirador San José del cantón Portovelo., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



ERAS PONCE DINO SALVATORE
0705160968



ESPINOZA GONZALEZ ISRAEL ALEXANDER
0706102076

DEDICATORIAS

En el presente trabajo de titulación lo dedico a mi familia, principalmente a mis padres, Dino Eras y Miriam Ponce por su amor, trabajo, paciencia y sacrificio estos años, por saberme guiar y darme un gran ejemplo de superación que me inspiro a seguir adelante sin caer, a afrontar mis problemas y luchar para conseguir lo que quería.

A mis profesores que me han brindado el conocimiento para realizar este trabajo y sobre todo a mi tutor que me ha apoyado en este proceso.

Y finalmente, a todos mis amigos que han aportado con su granito de arena en cada momento de mi vida.

Gracias a todos.

Dino Salvatore Eras Ponce

Es con gran honor y gratitud que escribo esta dedicatoria para ustedes. Comenzando con Dios, le agradezco por darme la fuerza y sabiduría para alcanzar este logro y por bendecirme con una familia maravillosa que siempre me ha apoyado incondicionalmente.

A mi madre Verónica González, quien ha sido mi apoyo incondicional, mi motivación y mi ejemplo a seguir en la vida. Gracias por enseñarme el valor del trabajo duro y la dedicación, y por estar siempre a mi lado en cada paso que he dado.

A mis queridos familiares, gracias por el amor y el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de los años. Este logro es también suyo y estoy muy agradecido de tenerlos a mi lado. A mi novia Paulina Macas por siempre estar motivándome y ser una parte esencial dentro de todo este proceso.

A mis amigos gracias por creer en mí, por brindarme su confianza y por darme la oportunidad de demostrar mi valía. Sus palabras de aliento, sus gestos de amistad y su confianza en mis habilidades han sido un impulso muy importante en mi vida.

De nuevo, gracias a todos ustedes por su amor y apoyo incondicional. Este logro es tan suyo como el mío y estoy eternamente agradecido.

Israel Alexander Espinoza González

AGRADECIMIENTOS

Queridos padres, familiares, Dios y Economista John Alexander Campuzano Vázquez:

Quiero expresar nuestro más profundo agradecimiento por todo el amor, apoyo y guía que me han brindado a lo largo de este proceso de investigación y escritura de mi tesis.

En primer lugar, agradecemos a Dios por su presencia constante en mi vida y por darnos la fuerza y sabiduría para alcanzar este logro. Sin su gracia, no habríamos podido hacerlo.

A nuestros queridos padres, les agradecemos por ser nuestros pilares de apoyo incondicionales y por creer en nosotros desde el primer día. Gracias por su amor y comprensión, y por estar ahí para nosotros en los buenos y malos momentos.

A nuestros queridos familiares, agradecemos su amor y apoyo incondicional. Estamos agradecido por tenerlos a nuestro lado en este camino y por ser parte de nuestras vidas.

Por último, pero no menos importante, queremos agradecer al Economista John Alexander Campuzano Vázquez por su paciencia, conocimiento y apoyo durante este proceso de investigación. Su guía y mentoría han sido invaluable para nosotros y estamos muy agradecidos por haber tenido la oportunidad de trabajar con usted.

Gracias a todos ustedes por su amor y apoyo incondicional. Este logro es tan suyo como el mío y estoy eternamente agradecido.

Con amor y gratitud,

Dino Salvatore Eras Ponce & Israel Alexander Espinoza González

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVE

RESUMEN

El plan de negocio para la creación de un Bar & restaurant en el mirador San José del cantón de Portovelo ha sido desarrollado a través del análisis de diferentes factores que influyen en la viabilidad del proyecto. Se ha realizado una investigación de mercado que ha permitido determinar la alta demanda en el sector de bares y restaurantes en la zona, así como la existencia de atractivos turísticos que pueden ser aprovechados para desarrollar el sector turístico.

También se ha llevado a cabo un análisis financiero que ha permitido determinar que se necesitarán recursos económicos significativos para establecer la factibilidad financiera del plan, pero que el proyecto tiene un alto potencial de rentabilidad a largo plazo. Además, se ha desarrollado una estrategia de marketing para la promoción del negocio, así como un plan de operaciones que incluye la contratación de personal, la adquisición de materias primas y la implementación de eventos y promociones especiales.

En resumen, se espera que la creación de este Bar & restaurant en el mirador San José del cantón de Portovelo sea una alternativa para diversificar la economía del cantón, aprovechando la alta demanda en el sector de bares y restaurantes y los atractivos turísticos de la zona. Además, se espera generar ingresos significativos a través de la venta de alimentos y bebidas, convirtiéndose en un negocio rentable y sostenible a largo plazo.

Palabras clave: Plan de negocio, bar, restaurant, mirador San José, cantón Portovelo, demanda, recursos económicos, estrategias de marketing, análisis financiero, investigación de mercado.

ABSTRACT

The business plan for the creation of a Bar & restaurant in the “Mirador San José” of the Portovelo Canton has been developed through the analysis of different factors that influence the viability of the project. A market research has been carried out that has allowed determining the high demand in the sector of bars and restaurants in the area, as well as the existence of tourist attractions that can be used to develop the tourism sector.

A financial analysis has also been carried out, which has determined that significant economic resources will be needed to establish the financial feasibility of the plan, but that the project has a high potential for profitability in the long term. In addition, a marketing strategy has been developed for the promotion of the business, as well as an operations plan that includes hiring staff, acquiring raw materials, and implementing special events and promotions.

In summary, it is expected that the creation of this Bar & restaurant in the San José viewpoint of the Portovelo Canton will be an alternative to diversify the economy of the canton, taking advantage of the high demand in the sector of bars and restaurants and the tourist attractions of the area. Furthermore, it is expected to generate significant income through the sale of food and beverages, becoming a profitable and sustainable business in the long term.

Keywords: Business plan, bar, restaurant, San José viewpoint, Portovelo Canton, demand, economic resources, marketing strategies, financial analysis, market research.

INDICE GENERAL

Contenido

1	Capítulo I. Diagnóstico y conceptualización del objeto de estudio.....	15
1.1	Introducción	15
1.2	Justificación.....	16
1.3	Planteamiento de problema	17
1.3.1	Enunciado	17
1.3.2	Formulación de la problemática.....	18
1.4	Objetivo de la investigación.....	18
1.4.1	Objetivo General.....	18
1.4.2	Objetivos específicos	18
1.5	Marco teórico conceptual.....	18
1.5.1	Planificación	18
1.5.2	Proyecto de inversión y sus características.....	19
1.5.3	Importancia	20
1.5.4	Tipos de proyectos	20
1.5.5	Alcance de la preparación de proyectos.....	21
1.5.6	Estudio de mercado.....	21
1.5.7	Estudio técnico.....	21
1.5.8	Estudio administrativo organizacional.....	21
1.5.9	Estudio financiero	21
1.5.10	Plan de desarrollo y ordenamiento cantonal de Portovelo.....	22
1.5.11	Bar & restaurant y sus características	22
1.5.12	Turismo	23
1.6	Marco teórico contextual.....	24
1.6.1	Tendencias actuales sobre el turismo en ciudades pequeñas	24
2	Capítulo II. Metodología	24
2.1	Tipo de investigación	24
2.1.1	Investigación mixta.....	24
2.2	Enfoque de la investigación	25

2.3	Métodos.....	26
2.3.1	Métodos Teóricos.....	26
2.4	Técnicas.....	27
2.4.1	Métodos empíricos.....	27
2.5	Población.....	27
2.6	Muestra.....	28
3	Capítulo III. Propuesta integradora y Factibilidad	29
3.1	Descripción de la propuesta	29
3.1.1	Descripción de la empresa o formulación de la idea	29
3.1.2	Estudio Organizacional.....	30
3.1.3	Filosofía Empresarial.....	32
3.1.4	Estudio de mercado.....	35
3.1.5	Estrategia de mercado.....	39
3.1.6	Estudio técnico.....	41
3.1.7	Necesidades y requerimientos.....	45
3.1.8	Tamaño del negocio.....	46
3.1.9	Distribución del espacio en el área de trabajo	47
3.1.10	Localización del negocio	50
3.1.11	Estudio económico y financiero.....	51
3.2	Fases de implementación	61
3.2.1	Propuesta.....	61
3.2.2	Diseño	61
3.2.3	Ejecución.....	62
3.2.4	Evaluación.....	62
3.3	Cronograma de actividades	63
3.4	Recursos utilizados.....	64
3.5	Factibilidad Técnica de la implementación de la propuesta	64
3.6	Factibilidad Económica de implementación de la propuesta.....	65
3.7	Factibilidad Social de implementación de la propuesta.....	65
3.8	Factibilidad Ambiental de implementación de la propuesta	66
4	Capítulo IV. Conclusiones y Recomendaciones.....	67

4.1	Conclusiones	67
4.2	Recomendaciones.....	68
4.3	Bibliografía.....	68
5	Anexos.....	70

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Catastro comercial del cantón Portovelo.....	23
Tabla 2. Descripción de términos de la fórmula.....	28
Tabla 3. TABLA PARA POBLACIONES FINITAS.....	29
Tabla 4. Elementos clave de la misión del negocio.....	33
Tabla 5. Elementos clave de la visión del negocio.....	33
Tabla 6. Descripción del servicio a ofrecer.....	36
Tabla 7. Segmento poblacional geográfico y demográfico.....	36
Tabla 8. Análisis de la oferta actual.....	37
Tabla 9. Análisis de la demanda actual.....	38
Tabla 10. Análisis de la demanda insatisfecha.....	39
Tabla 11. Presupuesto de mercadeo.....	40
Tabla 12. Descripción del servicio.....	41
Tabla 13. Tabla de flujo de las acciones a realizar en el proceso operativo.....	42
Tabla 14. Equipos necesarios que se implementaran en el plan de negocio.....	45
Tabla 15. Tabla de inversión fija.....	51
Tabla 16. Tabla de inversión variable.....	54
Tabla 17. Tabla de inversión diferida.....	55
Tabla 18. Tabla de financiamiento de la inversión.....	55
Tabla 19. Tabla de amortización del crédito necesario para la inversión del plan de negocio.....	55
Tabla 20. Presupuesto de ingresos proyectados para 5 años.....	56
Tabla 21. Presupuesto de costos proyectados para 5 años.....	56
Tabla 22. Proyección de los salarios del personal de área administrativa.....	56
Tabla 23. Estado Resultado.....	57
Tabla 24. Flujo de caja.....	58
Tabla 25. Saldo actualizado.....	59
Tabla 26. Indicadores de evolución.....	60
Tabla 27. Cronograma de actividades.....	63
Tabla 28. Recursos utilizados en el proyecto integrador.....	64

INDICE DE GRAFICOS

Ilustración 1. Niveles de concreción en la planificación	19
Ilustración 2. Tipos de turismo.	23
Ilustración 3. Modelo de investigación mixta.....	25
Ilustración 4. Registro de visitantes y afluencia.	28
Ilustración 5. Organigrama Estructural.....	31
Ilustración 6. Organigrama Posicional.....	31
Ilustración 7. Organigrama Funcional	32
Ilustración 8. Diagrama FODA.....	35
Ilustración 9. Proceso de logística interna: Compra de insumos	42
Ilustración 10. Proceso de atención al cliente: Área de comedor	43
Ilustración 11. Proceso de producción: Preparación de alimentos y bebidas.	44
Ilustración 12. Distribución del área de la planta baja del local	47
Ilustración 13. Espacio real de la planta baja del local	47
Ilustración 14. Distribución del área de la planta alta del local	48
Ilustración 15. Espacio real de la planta alta del local.....	48
Ilustración 16. Distribución del área de la planta alta del local	49
Ilustración 17. Espacio real de la planta alta del local.....	49
Ilustración 18. Ubicación macro del establecimiento donde se aplicará el plan de negocio	50
Ilustración 19. Ubicación micro del establecimiento donde se aplicará el plan de negocio.....	51
Ilustración 20. Punto de equilibrio del plan de negocio.....	61

1 Capítulo I. Diagnóstico y conceptualización del objeto de estudio

1.1 Introducción

El cantón Portovelo, ubicado al sur de la provincia de El Oro, abarca un área de 35km cuadrados y consta de 4 parroquias, 1 de carácter urbano y 3 rurales. Se localiza en una región minera que se encuentra en las estribaciones de la cordillera occidental de los Andes, limitando al norte con el cantón Zaruma, al sur y este con la provincia de Loja, y al oeste con el cantón Piñas. La zona montañosa donde se ubica Portovelo tiene una temperatura que varía entre 18 y 30 grados centígrados.

Las actividades económicas principales de Portovelo incluyen la agricultura, la ganadería y la minería de oro, esta última siendo especialmente importante para la economía local. En cuanto a los atractivos turísticos, se destacan las aguas termales que ofrecen una agradable temperatura en piscinas de agua caliente. En la parroquia Morales se encuentra Nudillo, donde enormes piedras presentan pirograbados realizados por las tribus del nativo Atahualpa. También es posible visitar el Museo Mineralógico Magner Turner, que alberga una amplia variedad de piedras de todo el mundo. El río Pindo serpentea a través del paisaje y se une más adelante con otros ríos como el Amarillo. Además, existen diversas actividades recreativas disponibles, como pesca deportiva, natación, camping, juegos de fútbol y voleibol, y programas artísticos y sociales para toda la familia.

Un plan de negocio es de mucha importancia debido a que crea impactos directos e indirectos que pueden ser percibidos por la sociedad, estos planes de negocio de cierta manera ayudan a solucionar la demanda de bienes o servicios, haciendo uso de los recursos disponibles para mejorar las condiciones de vida y así generar una mejor en la economía de país a corto, medio o largo plazo.

Tomando en cuenta la reciente pandemia que vivió el país, es conocida la crisis que viven diversos sectores productivos en la provincia de El Oro y por ende en el cantón Portovelo. El cierre de negocios y la disminución de clientes son temas rutinarios en los actuales momentos, el incremento del desempleo y los problemas sociales que se derivan de ellos, urgen en plantear propuestas de creación de empleo, así se procede con un estudio para determinar si es factible la

creación de un bar & restaurant, en el mirador San José, este es un lugar amplio donde se encuentra una estructura que se puede usar para establecer un local de servicios para los turistas.

La presente investigación contiene los elementos necesarios para cumplir el objetivo de elaborar un estudio sobre la factibilidad de establecer un negocio de bar & restaurant en el mirador de San José en el cantón Portovelo, su demanda y la oferta que existe en el sector comercial de los bar & restaurant.

Además, es necesario establecer los recursos económicos que se requieren en el plan de negocio. La investigación se realizará de forma mixta, debido a que la población estudiada es diversa en cualidades, virtudes y preferencias, la que nos ayudará a encontrar información cuantitativa que guíe los cálculos financieros. Mientras que la modalidad a aplicar será de investigación de campo y bibliográfica del cantón de Portovelo.

Este proyecto integrador ha sido estructurado siguiendo los "Lineamientos para la Implementación de la Unidad de Titulación o Integración Curricular para las carreras rediseñadas mediante el Reglamento de Régimen Académico 2013 y 2019", emitidos por el Consejo de Educación Superior y adoptados por la Universidad Técnica de Machala. La resolución No. 057/2021 fue aprobada por el Consejo Universitario en una sesión llevada a cabo el 02 de febrero de 2021.

1.2 Justificación

El mirador de San José en la actualidad no cuenta con un negocio de bar & restaurant que cumpla con las necesidades de los turistas que visitan diariamente este lugar turístico, debido a esto surge la necesidad de implementar un negocio en la locación, que tenga las cualidades que logre satisfacer las necesidades de los visitantes.

El Subsector de Hoteles, Bares y Restaurantes es de gran importancia dentro del sector turismo, ya que es la principal fuente generadora de ingresos y empleo. Aproximadamente el 80% de los establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo pertenecen a este subsector, lo que representa más de 75,357 empleos directos generados anualmente a nivel nacional. (Torres Almeida, 2013).

El enfoque del proyecto está en la línea de investigación que aborda el Desarrollo Local, Empresas y Territorios. Esta línea de investigación se centra en el crecimiento económico de una localidad o entidad comercial a través de un proceso de construcción social del entorno, que es impulsado por la interacción entre las características geofísicas, las iniciativas individuales y colectivas de diversos actores, así como por la operación de las fuerzas económicas, tecnológicas, culturales y ambientales presentes en el territorio.

Para lograr los objetivos establecidos, se recurrirá a recopilar bases de datos como el catastro del cantón donde se registra los negocios existentes en el mismo o el estudio del contenido del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDYOT) del cantón Portovelo que está vigente desde el año 2019 al 2023.

1.3 Planteamiento de problema

1.3.1 Enunciado

El cantón Portovelo ofrece atractivos turísticos relevantes, de las cuales están El museo mineralógico Magner Turner; Monumento al minero, Complejo Memorial de la minería SADCO, Mirador del cerro San José y las Aguas termales presentan interés turístico; sin embargo, estos no cuentan con las respectivas instalaciones para brindar bienestar y un buen tiempo para disfrutar de los mismos. (Toapanta Davila, Sarango Salazar, & Lazo Serrano, 2020).

Este trabajo nos permitirá demostrar la viabilidad que tendría la creación de un bar & restaurant en el mirador del cerro San José, estos negocios contribuyen a los servicios de alimentación, entretenimiento o de información; los cuales estarían enfocados en el desarrollo social, económico, sostenibilidad y la generación de empleo.

En la actualidad el mirador del cerro San José no cuenta con un establecimiento que brinde algún tipo de servicio a los turistas, los cuales solamente suben, se quedan unos instantes sin que generen un gasto en la cadena turística de servicios, por esta razón se genera la importancia de crear un negocio que sea capaz de retener y de brindar un espacio agradable para los turistas que visiten el cantón.

1.3.2 Formulación de la problemática

Carencia de un plan de negocio para el establecimiento de un bar & restaurant en el mirador San José del cantón Portovelo en el año 2022

Interrogantes a la investigación planteada:

P1. ¿Por qué es necesario conocer la actividad turística que tiene el cantón Portovelo?

P2. ¿Por qué es importante establecer la demanda de los servicios de bar & restaurant del cantón Portovelo?

P3. ¿Por qué es importante el plan de negocio para el establecimiento de un bar & restaurant en el cantón Portovelo?

1.4 Objetivo de la investigación

1.4.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un bar y restaurante en el cantón Portovelo, para ello se llevará a cabo un estudio empírico que permita conocer los aspectos que satisfagan las necesidades de los clientes y aprovechen la ubicación del establecimiento.

1.4.2 Objetivos específicos

OE1. Determinar la actividad turística del cantón Portovelo, mediante el análisis de documentos existentes y encuestas a visitantes.

OE2. Establecer la demanda en el sector comercial de los bar & restaurant en el cantón Portovelo.

OE3. Determinar los recursos económicos que se requieren para establecer la factibilidad financiera del plan de negocio.

1.5 Marco teórico conceptual

1.5.1 Planificación

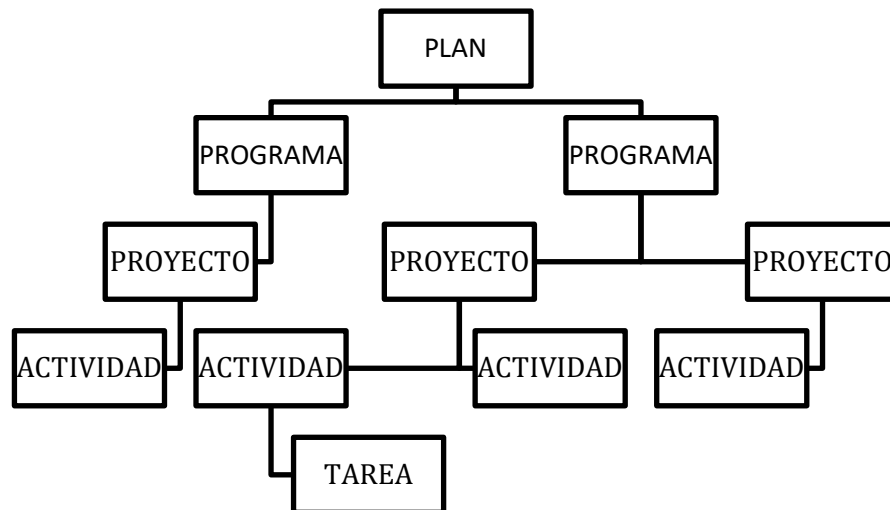
El papel de la planificación en los planes de negocios tienen dos roles; el protector y el afirmativo. Según Barriga (2006) El objetivo de la planificación protectora es reducir la incertidumbre y minimizar el riesgo asociado a los negocios, a través de la definición de las

consecuencias que puede tener una acción administrativa determinada. Por otro lado, el objetivo de la planificación afirmativa es mejorar el éxito de la organización, mediante la implementación de estrategias que permitan elevar su nivel.

Dentro del ámbito de planificación se considera los siguientes aspectos:

- **Plan:** Este aspecto define las prioridades, criterios de actuación y las fases de la planificación.
- **Programa:** En este aspecto se establece los procesos, la temporalidad, las actividades y los recursos a usar en el plan.
- **Proyecto:** en esta etapa de la planificación se ejecuta las actividades de intervención y el uso de los recursos previamente estimados, además las actividades deben estar bien estructuradas y detalladas.
- **Actividad:** Esta etapa es ni más ni menos que las acciones concretas que se hacen para cumplir con el proyecto. Además, estas acciones concretas toman el nombre de tareas.

Ilustración 1. Niveles de concreción en la planificación



Elaborado por los autores

1.5.2 Proyecto de inversión y sus características

En términos generales, se define un proyecto de inversión como una iniciativa que busca intervenir en una situación para solucionar un problema existente y lograr un cambio deseado en un entorno

determinado. Dicha problemática puede ser identificada como una restricción o un exceso en la oferta o demanda de bienes y/o servicios. (Andia Valencia, 2010).

Sus características son:

- Es un proceso que tiene un tiempo delimitado de aplicación.
- Se identifica el tipo de servicio dentro de un intervalo de tiempo; por ejemplo: Servicio de bar & restaurant por 10 años.
- Este tiene un impacto en los medios sociales de población y organización.
- El proyecto de inversión tiene un área de impacto específico donde tendrá influencia.

1.5.3 Importancia

La importancia de los proyectos de inversión se enfoca en la influencia que tiene; para la aplicación de un proyecto de inversión se necesita que tenga una correcta estructura y tenga una previa evaluación que nos permita conocer las decisiones a tomar como el óptimo uso de recursos, permitiéndonos aceptar o rechazar la inversión que se piensa ejecutar.

1.5.4 Tipos de proyectos

- **Proyecto de inversión privada:** El propósito de una iniciativa de inversión privada consiste en producir una ganancia que nos permita recobrar el capital invertido otorgado por la entidad o el conjunto de inversionistas.
- **Proyecto de inversión pública:** En el ámbito de la inversión pública, la evaluación de los costos y beneficios de un proyecto se realiza considerando el impacto en la comunidad en su conjunto. (Marrama, 1964).

Al mencionar la colectividad, no solo se refiere a lo nacional, si no que esto cambia dependiendo de la proyección del proyecto, dado que puede tratarse de una región o simplemente de un grupo amplio con intereses dispuestos o contrapuestos.

1.5.5 Alcance de la preparación de proyectos

Por lo general un correcto análisis de proyecto debe tener los siguientes cuatro estudios: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo organizacional y finalmente un estudio financiero que acredite la factibilidad del proyecto.

1.5.6 Estudio de mercado

Este análisis se enfoca en el entorno del proyecto y en el mercado, se examina la oferta y la demanda, así como la estrategia comercial o mezcla de mercadotecnia, que incluye la investigación del producto, precio, canales de distribución y promoción o publicidad. (Orjuela Cordoba & Sandoval Medina, 2002).

1.5.7 Estudio técnico

El propósito del estudio técnico es examinar y plantear distintas opciones para la creación del producto deseado, evaluando la viabilidad técnica de cada una de ellas. (Santos Santos, 2008).

Esto implica determinar los costos de inversión necesarios y los costos de operación que impactarán el flujo financiero del proyecto. También se considera el tamaño del proyecto y su ubicación geográfica.

1.5.8 Estudio administrativo organizacional

En este análisis se consideran los aspectos administrativos del proyecto, incluyendo la planificación estratégica que determina los objetivos y las acciones necesarias para alcanzarlos. (Lopez Parra, Aceves Lopez, Pellat, & Puerta , 2008).

1.5.9 Estudio financiero

El objeto del estudio financiero en un proyecto es responder a dos incógnitas:

- **La financiación de la inversión:** el fin de esta parte del estudio nos daría como resultado la estructura financiera o el modelo que se implementara para hacer uso de la capital invertida en el proyecto.

- **La financiación en la operación:** Esta sección del estudio nos permitirá proyectar la evolución financiera que tendrá el proyecto, esto es muy importante para las entidades que aportaran los créditos debidos que les hará conocer que tan estable será el proyecto financieramente. (Guzmán Castro, 2002).

1.5.10 Plan de desarrollo y ordenamiento cantonal de Portovelo

El objetivo de un Plan de desarrollo y Organización Territorial es identificar los elementos que se deben mejorar ya sea aplicando proyectos de corto, mediano y largo plazo en el cantón Portovelo dentro del rango de 2019 al 2023. Dentro de las estrategias planteadas en el PDYOT se encuentra el fortalecimiento de las actividades turísticas donde uno de los proyectos ya completos es la construcción del mirador San José; en esta locación pensamos estudiar un plan de negocio que pueda ayudar al crecimiento económico de este paradero turístico.

1.5.11 Bar & restaurant y sus características

- **Bar:** Este término se lo otorga aquel local comercial donde el cliente consume aperitivos, bebidas con o sin alcohol, bocadillos, emparedados, entre otros.
- **Restaurant:** Se define como restaurant a los establecimientos que ofrecen comida y bebida para el consumo, este consumo mencionado debe ser cancelado por el cliente.
- **Bar & Restaurant:** Dichos los conceptos, un bar & restaurant es aquel establecimiento que ofrece una variada selección de bebidas y comidas, además en estos lugares se suele frecuentar los shows en vivo ya sean musicales o artísticos de cualquier tipo.
- **Características**
 - Estos establecimientos deben ofrecer una variedad de bebidas y comidas.
 - Se frecuenta los salones comedores en estos establecimientos, apartando una zona de barra para consumir aperitivos y bebidas antes de servirse la comida o cena.
 - Se hace hincapié a la importancia de la iluminación y el aspecto del salón, a esto nos referimos de la barra, las mesas, sillas, entre otros.
 - Este tipo de local se caracteriza por ofrecer a los comensales un show de música en vivo o shows artísticos.

Tabla 1. Catastro comercial del cantón Portovelo.

CATASTRO PORTOVELO	
TIPO DE LOCAL	TOTAL
BAR	16
RESTAURANT	107
BAR/RESTAURANT	5
TOTAL	128

Elaborado por los autores

Tomando en cuenta la tabulación que se extrajo del catastro de la ciudad de Portovelo, podemos identificar que nuestra principal competencia es de 5 locales que ofrecen los servicios que esperamos brindar a los clientes, mientras que nuestra competencia indirecta sería los locales que ofrecen los servicios de bar o restaurant de forma independiente.

1.5.12 Turismo

El turismo son aquellas actividades que hacen las personas dentro del periodo de un viaje en lugares distintos a lo habitual, estos periodos suelen ser menores a un año y tienden a ser por motivo de negocio, ocio, entre otros.

Ilustración 2. Tipos de turismo.



Elaborado por los autores

1.6 Marco teórico contextual

1.6.1 Tendencias actuales sobre el turismo en ciudades pequeñas

En los últimos años, el turismo se ha convertido en una actividad con potencial para diversificar la economía de los países en el contexto de las áreas comerciales tradicionales. En el caso de Ecuador, un país que depende principalmente del sector primario, se han implementado varias iniciativas en el sector turístico para diversificar su matriz de ingresos y mejorar su economía mediante la generación de nuevas fuentes de ingresos.

El modelo de turismo masivo tiene desventajas significativas, incluyendo la saturación de destinos, la degradación ambiental y la disminución de la calidad del turismo. Ecuador ha aprendido de las experiencias de otras áreas y está optando por un enfoque más sostenible en su modelo turístico. Para promover el turismo sostenible, el gobierno de Ecuador ha implementado en los últimos años el Proyecto Estratégico de Turismo PLANDETUR 2020 y la iniciativa "Turismo Consciente". (TURISMO, 2020).

Hay varias razones que animan a la gente a visitar los pueblos pequeños, a pesar de la demanda de viajes, muchos vuelos a las principales ciudades aún no han despegado. Debido a esto, es fácil visitar una pequeña ciudad en su país a la que puede llegar fácilmente en automóvil o avión. Dentro de las tendencias actuales de turismo que manejan las ciudades pequeñas Son potenciar los paisajes que tiene cada una de ellas” vistas”, su infraestructura clásica, Y más que todo ofrecer un trato muy cordial hacia los turistas.

2 Capítulo II. Metodología

2.1 Tipo de investigación

2.1.1 Investigación mixta

La investigación mixta es un tipo de investigación que combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos. Esta metodología se utiliza comúnmente en campos como las ciencias sociales, la psicología, la sociología y la economía, debido a que los seres humanos son complejos de analizar y requieren de diferentes enfoques para comprenderlos adecuadamente.

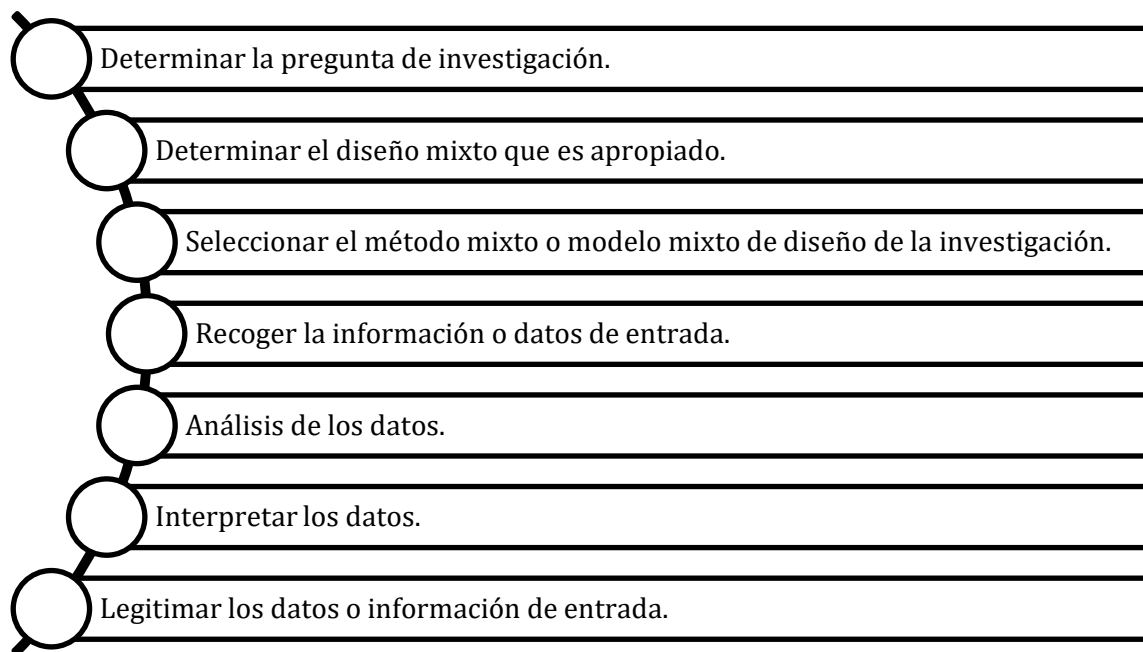
La aplicación de una metodología mixta permite la elaboración de cuestionarios más completos y efectivos. Se pueden emplear tanto preguntas cerradas con opciones múltiples, como preguntas abiertas que permiten recopilar las opiniones de los encuestados. (Rus Arias, 2020).

2.2 Enfoque de la investigación

Se optó por realizar una investigación mixta para el plan de negocio del Bar & Restaurant en el mirador de San José, en el cantón de Portovelo, ya que este tipo de investigación permite un análisis flexible y detallado. Se decidió aplicar un análisis cuantitativo y luego seleccionar una muestra más reducida para obtener datos cualitativos precisos.

Para el trabajo de titulación se decidió aplicar el modelo de investigación mixta establecida por (Onwuegbuzie & Johnson, 2004), conformada por los siguientes pasos:

Ilustración 3. Modelo de investigación mixta



Elaborado por los autores

2.3 Métodos

2.3.1 Métodos Teóricos

2.3.1.1 Método análisis - síntesis

La técnica del análisis de síntesis es utilizada para examinar y resumir la información bibliográfica relevante que se utilizará en el diseño de la investigación. Esto implica una comprensión completa de los presupuestos teóricos, así como la capacidad de presentar conclusiones sólidas basadas en los datos obtenidos. (Moreno Villamar & Correa Saldarriaga, 2021).

2.3.1.2 Método Histórico - Lógico

Se empleó este método para investigar los antecedentes de los negocios de bares y restaurantes en el cantón Portovelo, así como también para examinar las etapas necesarias para establecer un negocio de este tipo. A través de este método, se planificó, recopiló, procesó y analizó información que se presentará más adelante en forma de medidas descriptivas.

2.3.1.3 Método cuantitativo – cualitativo

A través de la investigación, se utilizará el método cuantitativo y cualitativo para ayudarnos a obtener los problemas acerca de los emprendimientos jóvenes se podrá medir, probar y analizar resultados obtenidos en base a estudios realizados.

Las herramientas utilizadas en este estudio son trabajos de investigación y artículos de trabajos probados y encuestas realizadas para poder analizar los emprendimientos jóvenes en la ciudad de Portovelo Ecuador. Es importante que el lenguaje utilizado en la investigación sea claro y preciso. Esto nos permitirá llegar a más personas.

Los artículos de revista verificables son fuente de información fidedigna que nos van a permitir examinar de mejor forma nuestra indagación por consiguiente se realizará un trabajo de revisión bibliográfica tomando en importancia es estudios con los mismos precedentes e inconvenientes que se permanecen planteando.

2.4 Técnicas

2.4.1 Métodos empíricos

2.4.1.1 Encuesta

Este es un instrumento que se aplica en las investigaciones de mercado el cual nos permite recopilar información mediante el uso de cuestionarios estructurados y así obtener información específica. La ventaja de este método es que sin tomar en cuenta el nivel de complejidad del tema, por medio de las preguntas se puede obtener datos precisos; mientras que la desventaja es la dudosa veracidad de las respuestas recogidas.

Cuando se realiza una encuesta de forma verbal, es común utilizar la técnica de la entrevista, mientras que, si la encuesta es escrita, se suele utilizar el cuestionario, el cual es un documento que contiene una lista de preguntas que se le hacen a los encuestados. (Alelú Hernández , Cantín García , López Abejón , & Rodríguez Zazo , 2010).

Regularmente las encuestas se realizan de forma física, en instituciones, parques, centros comerciales, entre otros; sin embargo, la encuesta que aplicamos en este plan de negocio se realizó de forma virtual por medio de la herramienta digital de Google Forms, el cual nos ayuda a llegar a más personas de forma remota, a la vez de facilitar la tabulación de los resultados obtenidos.

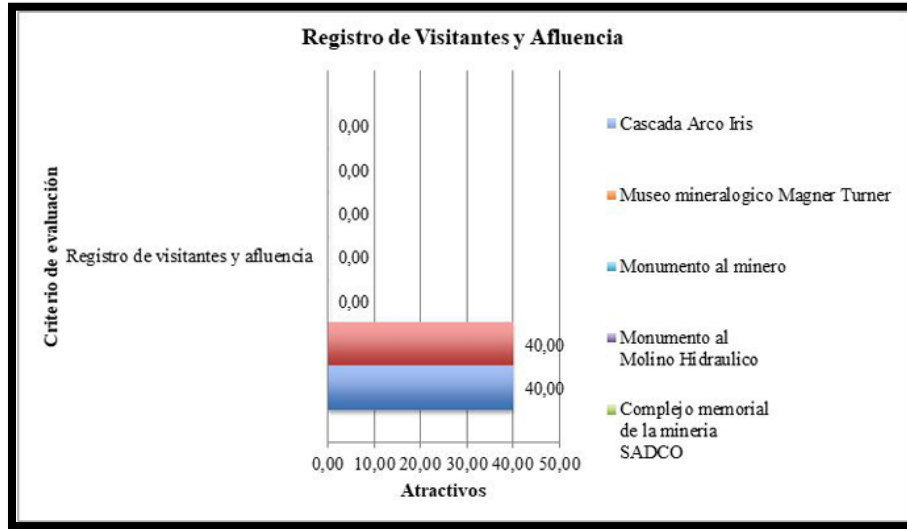
2.4.1.2 Estudio de documentos (análisis del contenido)

Esta técnica enfatiza la revisión de documentos relacionados a nuestro tema de investigación, los cuales nos ayudaran a comenzar nuestra investigación, dentro de los documentos podemos obtener resultados de actividad, tendencias que podemos proyectar en nuestro plan de negocio, proporción de los indicadores económicos, laborales, sociales, entre otros; y frecuencias de transacciones y actividades.

2.5 Población

Según Sacón, Freire & Calle (2020), en promedio son 40.000 el registro de visitantes y afluencia que existe en los atractivos turísticos de Portovelo, por ello la siguiente fórmula nos permitió conocer el número de turistas a ser encuestados.

Ilustración 4. Registro de visitantes y afluencia.



Nota. El gráfico representa el registro de visitantes que tiene los atractivos turísticos en Portovelo. Tomado de ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVELO, EL ORO, ECUADOR; por Sacón Karina, Freire Evelyn, Calle Melissa, 2020.

2.6 Muestra

FÓRMULA DEL TAMAÑO MUESTRAL

$$TM = \frac{N * \delta^2 * x^2 Z^2}{\lceil [N - 1] * E^2 \rceil + (\delta^2 * Z^2)}$$

Donde:

Tabla 2. Descripción de términos de la fórmula

n: Tamaño de la muestra
N: Población target
δ: Desviación Estándar = (p*q)
p: probabilidad de éxito = 0.50
q: probabilidad de fracaso = 0.50
Z: nivel de confiabilidad 95% = 1.17
E: límite de aceptación muestral = 4%

Elaborado por los autores

Tabla 3. TABLA PARA POBLACIONES FINITAS.

TABLA PARA POBLACIONES FINITAS DESDE 0 A 3.000.000		
RANGO POBLACIONAL N	VALOR Z	VALOR n
0 a 100	0,6	14,23
101 a 5.000	0,81	25,69
5.001 a 10.000	1,53	91,60
10.001 a 100.000	1,96	150,31
100.001 a 1'000.0000	2,37	219,76
1'.000.001 a 3'.000.0000	3,25	413,26

Nota. Formato de la guía práctica de los consultores Ing. Ernesto Alarcón Pérez e Ing. Eduardo Portero Vásquez.

Tomando en cuenta los datos de la población a estudiar de 40000 visitantes del cantón Portovelo, se comparará con la tabla de las poblaciones finitas donde el valor n refleja la cantidad de muestra de 150,31 encuestas para poblaciones de 10001 a 100000.

3 Capítulo III. Propuesta integradora y Factibilidad

3.1 Descripción de la propuesta

3.1.1 Descripción de la empresa o formulación de la idea

Mirador Portovelo es una Bar & Restaurante dirigido primordialmente a personas de cada una de las edades y de los dos sexos, que escogen pasar un rato divertido y grato.

Una iniciativa creativa y distinta, en la que se resaltan la ambientación, la gastronomía, un original sistema de servicio al comprador y toda la tecnología de vanguardia esencial para conseguir el propósito anteriormente enunciado. Mirador Portovelo va a dar una extensa pluralidad de productos producidos bajo las más rigurosas reglas de calidad para lograr brindar a sus consumidores una vivencia exclusiva en un ambiente informal y único.

3.1.2 Estudio Organizacional

3.1.2.1 Aspectos Legales

3.1.2.1.1 Tipo de empresa

Mirador Portovelo será una microempresa de carácter comercial por que se dedicará a la venta de alimentos, en la cual estará constituida por 2 socios y el capital será aportado por ambos los socios.

3.1.2.1.2 Pasos para la constitución

Aquí se detallan los pasos necesarios para crear una compañía o negocio. Primero, es necesario reservar un nombre en la página web de la superintendencia de compañías. Luego, se debe elaborar el documento de estatutos, con asesoría legal y firmado por un abogado. Después, se crea una cuenta de inversión en un banco para que los socios aporten el capital mínimo, que es de \$400 para compañías limitadas y \$800 para compañías anónimas.

A continuación, se debe elevar a escritura pública la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta generada. La escritura pública será revisada y aprobada por la superintendencia de compañías, después de lo cual se procederá a publicar un extracto de la resolución en un diario nacional. Luego, se deben obtener los permisos municipales y realizar la inscripción de la compañía en el registro mercantil del cantón correspondiente.

Posteriormente, se debe realizar una junta general de accionistas para determinar quiénes representarán a la empresa. Una vez inscrita la compañía en el registro mercantil cantonal, se pueden obtener los documentos habilitantes para generar el RUC y luego inscribir el nombramiento del administrador en el registro mercantil. Finalmente, se puede obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI), cumpliendo con los requisitos vigentes..

3.1.2.1.3 Requisitos legales

Para el establecimiento de un negocio o microempresa, se debe cumplir con requisitos legales que estén vigentes, a continuación:

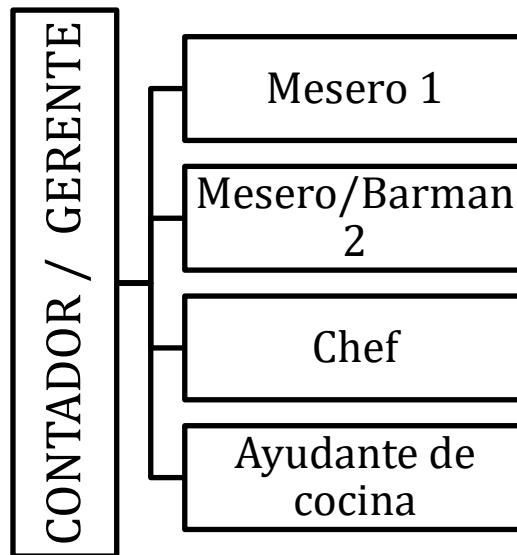
Hay varias autorizaciones y registros que una empresa debe obtener para operar legalmente en Ecuador. Estos incluyen la patente municipal, la licencia única de actividades económicas (LUAE), el permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F., el permiso de

funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el registro de alimentos y bebidas en el Ministerio de Turismo, según la categorización.

3.1.2.1.4 Estructura Organizacional

3.1.2.1.4.1 Organigrama Estructural

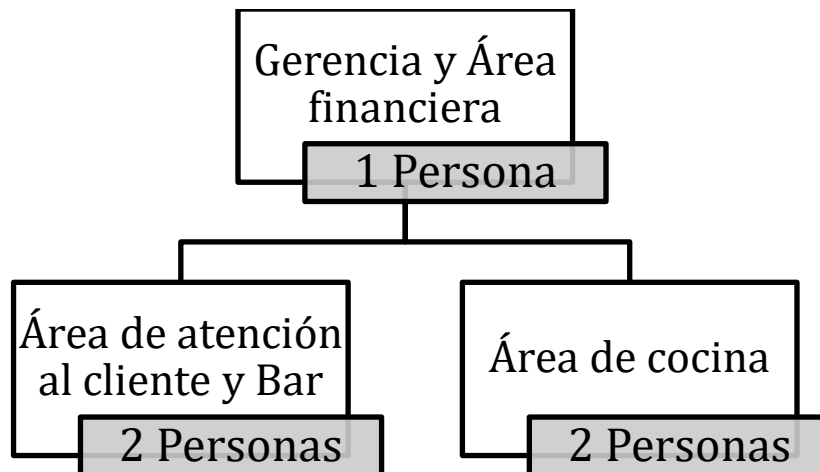
Ilustración 5. Organigrama Estructural



Elaborado por los autores

3.1.2.1.4.2 Organigrama Posicional

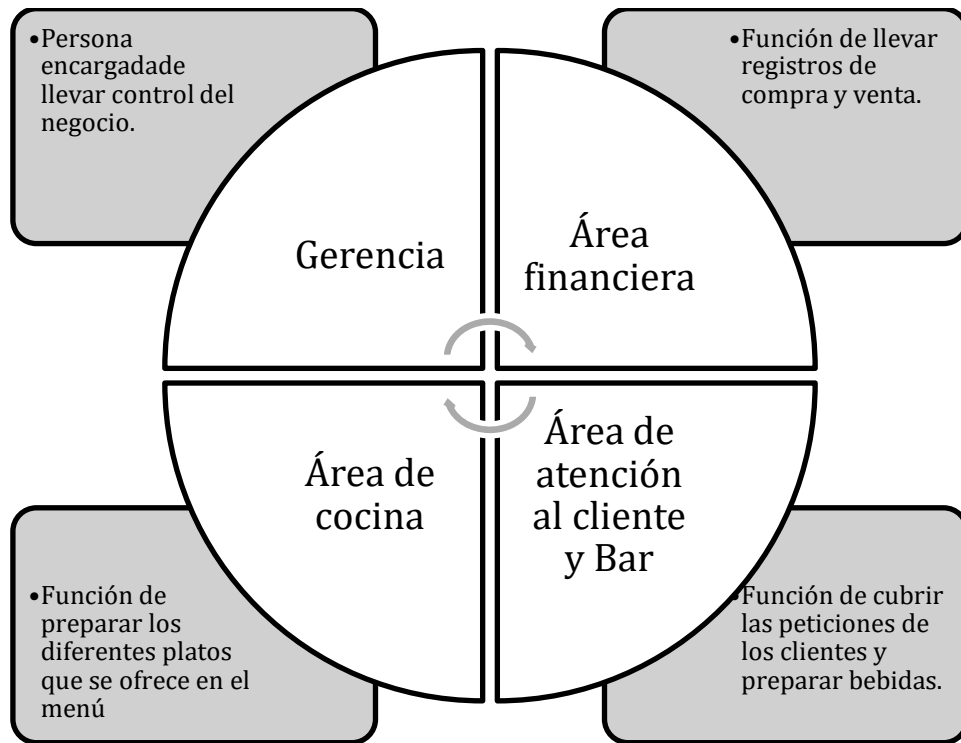
Ilustración 6. Organigrama Posicional



Elaborado por los autores

3.1.2.1.4.3 Organigrama Funcional

Ilustración 7. Organigrama Funcional



Elaborado por los autores

3.1.3 Filosofía Empresarial

3.1.3.1 Nombre del Negocio

Razón social:

Mirador Portovelo

Razón comercial:

SalvAel S.A.

3.1.3.2 Giro del negocio

El negocio se dedicará a ofrecer platos frescos para el desayuno, platos criollos, platos a la carta, piqueos y bebidas alcohólicas en el mirador San José del cantón Portovelo, con la opción de

servirse en el local y para llevar, cubriendo las necesidades que tengan los turistas que visiten el lugar.

3.1.3.2.1 Misión

Tabla 4. Elementos clave de la misión del negocio.

Elementos clave	Definición
Naturaleza del negocio	Preparación y servicio de alimentos
Razón para existir	Satisfacer las necesidades de los visitantes del Mirador San Jose
Mercado al que sirve	Demanda turística
Características generales del producto	Platos de calidad y precios accesibles
Tamaño	Hombres y Mujeres
Valores	Respeto, Puntualidad, Honestidad, Excelencia
Principios	Atención justa al cliente

Elaborado por los autores

Somos un negocio, que ofrece el servicio de Bar & Restaurant con el fin de satisfacer el paladar de los visitantes del Mirador San José en Portovelo, dando a elegir platos de calidad y precios accesible, acompañada de una excelente atención por parte del personal del local quienes rigen bajo los valores del respeto, puntualidad, honestidad y excelencia.

3.1.3.2.2 Visión

Tabla 5. Elementos clave de la visión del negocio

Elementos clave	Definición
Posición en el mercado	Líder
Tiempo	5 años
Ambito del mercado	Local y provincial
Producto o servicios	Desayuno, platos criollos, platos a la carta, piqueos y bebidas alcohólicas
Valores	Respeto, Puntualidad, Honestidad, Excelencia
Principios organizacionales	Atención justa al cliente

Elaborado por los autores

Nuestra visión se basa en que dentro de 5 años seamos un paradero reconocido a nivel cantonal y provincial que ofrezca los platos de mejor calidad y un servicio excelente para los clientes.

3.1.3.2.3 Valores

- **Respeto**

Mediante el valor del respeto se pretende fomentar un saludable ambiente laboral en el cual se acepte las limitaciones personales y el reconocimiento de las virtudes del trabajador.

- **Puntualidad**

Ejecutar los servicios en los tiempos estimados es importante para el negocio, pues haciéndolo a tiempo promueve la productividad, la motivación y el compromiso de los colaboradores.

- **Honestidad**

Demostrando la honestidad en el proceso laboral se espera fortalecer la fidelidad por parte de los clientes, empleados y proveedores, producto de la confianza que se puede percibir por parte del negocio.

- **Excelencia**

Por medio del continuo desarrollo personal y laboral de quienes conforman el cuerpo de trabaja se espera dar un excelente servicio con el fin de satisfacer las expectativas de quienes visiten nuestras instalaciones.

3.1.3.2.4 Políticas

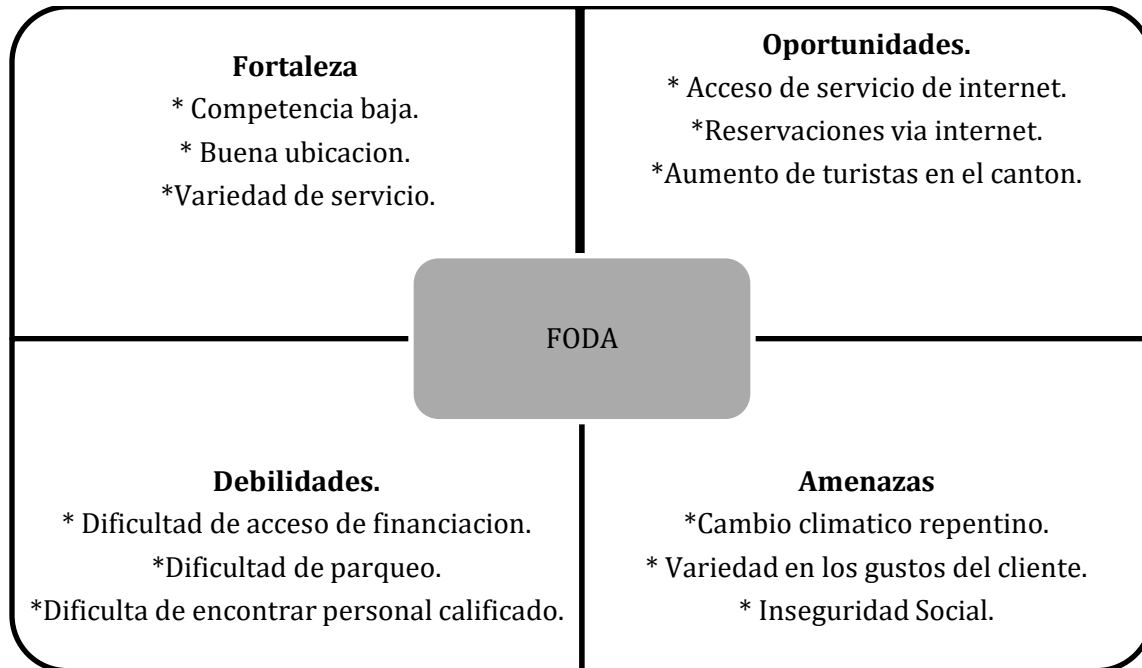
Las políticas implementadas en nuestro Bar & Restaurant tienen el fin de garantizar el bienestar y seguridad de los comensales y quienes ejercen en el establecimiento, generando un ambiente respetuoso y amigable.

- Los integrantes de la empresa deben presentar un perfil integro dentro y fuera del establecimiento, que refleje los valores de la empresa.
- Siempre cuidar los pasos del proceso y su correcto cumplimiento.
- Ofrecer una inmediata respuesta los reclamos y sugerencias que realicen los clientes.
- Cuidar la higiene de las áreas, muebles y equipos de trabajo.

3.1.3.2.5 Objetivos del negocio

3.1.3.2.6 FODA

Ilustración 8. Diagrama FODA



Elaborado por los autores

3.1.4 Estudio de mercado

3.1.4.1 Definición de mercado

Mercado Meta:

Población económicamente activa, tanto hombres como mujeres que visite el Mirador San José del cantón Portovelo.

Mercado Objetivo:

Población económicamente activa que visiten los atractivos turísticos de Portovelo.

Mercado Potencial:

Población económicamente activa que provenga de distintos lugares a nivel provincial y nacional.

3.1.4.2 Descripción del producto o servicio

Tabla 6. Descripción del servicio a ofrecer.

CARACTERISTICAS:	Mirador Portovelo es un Bar & Restaurante dirigido primordialmente a personas de cada una de las edades y de los dos sexos, que escogen pasar un rato divertido y grato. Una iniciativa creativa y distinta, en la que se resaltan la ambientación, la gastronomía, un original sistema de servicio al comprador y toda la tecnología de vanguardia esencial para conseguir el propósito anteriormente enunciado. Mirador Portovelo va a dar una extensa pluralidad de productos producidos bajo las más rigurosas reglas de calidad para lograr brindar a sus consumidores una vivencia exclusiva en un ambiente informal y único.
------------------	---

Elaborado por los autores

3.1.4.3 Segmento de mercado

Tabla 7. Segmento poblacional geográfico y demográfico.

SEGMENTO:	GEOGRAFICA:		Cantón Portovelo 2010	12200	Inec 2010	Registro de visitantes y afluencia de turismo en Portovelo	40000	
		Parroquia Portovelo 2010	9996	Inec 2010				
		Tasa de crecimiento	1,08%	Inec 2010				
		Parroquia Portovelo 2023	11494					
						Población local 20%	Población turismo 20%	
						1648	8000	9648
	DEMOGRAFICA:		Personas mayores de 15 años	71,67%	8238			
				INEC				

Elaborado por los autores

Para la característica geográfica del mercado, se tomó en cuenta la población local de Portovelo registrada en el censo del Inec de 2010 y posterior a eso se proyectó la población con una tasa de crecimiento del 1.08%; por otro lado, para la característica demográfica, de la proyección realizada de la población de Portovelo para el año 2023, se tomó en cuenta las personas mayores a 15 años, esto dado que desde esa edad generalmente las personas suelen ya ser parte de la población económicamente activa.

Además, se tomó en cuenta el registro de visitantes que hubo en los atractivos turísticos de Portovelo, el cual fue un aproximado de 40000 visitantes. Una vez seleccionas las poblaciones que intervienen en la investigación, se extrajo un porcentaje de cada una para obtener como resultado una población aproximada que integrará al mercado objetivo.

3.1.4.4 Análisis de la oferta y demanda y su proyección

3.1.4.4.1 Análisis de la oferta

Tabla 8. Análisis de la oferta actual.

Empresas competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la eligen?	¿Dónde se comercializa el producto?	Precio medio de alimentos	Precio medio de bebidas	Cantidad de clientes que atiende por mes	Cantidad que vende por año
	Alta	Regular	Poca							
RODRIGUEZ IDROVO JUAN MIGUEL		X		Masculino y Femenino	Por su calidad	CDLA. 28 NOV.	7,2	6	336	4032
SANCHEZ DIAS NORMA PIEDANITA		X		Masculino y Femenino	Por el precio	CDLA. 28 NOV.	8	5,7	364	4368
BARZALLO RIOFRIO CARLINA ZULAY	X			Masculino y Femenino	Por el servicio	CDLA. CIMA	4	4,75	532	6384
ORDOÑEZ VASQUEZ MILTON AMADO		X		Masculino y Femenino	Por su calidad	EL CARRETERO	6,5	8	420	5040
GUALAN TACURI ELIZABETH DEL CARMEN			X	Masculino y Femenino	Por el servicio	B. PLAZA CENTRAL	5,9	5,15	252	3024
Total de oferta							6,32	5,92		4570

Elaborado por los autores

Mediante la revisión del registro de catastro comercial, que se obtuvo por parte del Municipio Autónomo Descentralizado de Portovelo, se pudo identificar cuáles eran los negocios que compartían el mismo tipo de servicio y que representaban una competencia para nuestro negocio planeado. Una vez identificado se procedió a visitar a cada uno de ellos y extraer los precios medios de los alimentos y bebidas que ofrecían, a la par de esto, se consultó a los clientes de estos establecimientos la razón por la que eligen el establecimiento estudiado.

3.1.4.4.2 Análisis de la demanda

Tabla 9. Análisis de la demanda actual.

Producto definido	Población del segmento de mercado	cantidad de población consumidora	% de aceptación del nuevo producto (según la encuesta)	Población definida	Visita individual promedio mensual	Visita promedio mensual por persona	Visita promedio trimestral por grupo	Posible visita anual
Bar & Restaurant	Personas mayores de 15 años	9648	91,33%	8811	3-5 personas	4	35246	140983
TOTAL DEMANDA								140983

Elaborado por los autores

El mercado meta del Bar & Restaurant “Mirador Portovelo” es la población económicamente activa, tanto hombres como mujeres que visite el Mirador San José del cantón Portovelo. Se realizó un total de 150 encuesta, en donde se determinó que el aspecto que más se fijan los clientes es el correcto servicio ofrecido por parte del personal de atención al cliente; también los encuestados asistirían una vez al mes acompañados de 3 a 5 personas.

Nivel de aceptación del negocio: El resultado obtenido de la encuesta es de 91,33%.

Tipo de comida más demandada: Comida criolla.

Tipo de bebida más demandada: Agua y café.

Población inicial: 140983.

3.1.4.4.3 Demanda insatisfecha

Tabla 10. Análisis de la demanda insatisfecha.

Tasa para la demanda:	T.C.P.	1,08%
Tasa para la oferta:	T.C.E.	3,50%

Periodo	Demanda Proyectada (1)	Oferta Proyectada (2)	Demanda Insatisfecha (1-2)
0	140983	4570	136413
1	142505	4730	137776
2	144044	4895	139149
3	145600	5066	140534
4	147172	5244	141929
5	148762	5427	143335

Elaborado por los autores

Según los datos obtenidos se tiene que la demanda por satisfacer es de 136413 visitas anuales por parte de los turistas y población local del cantón Portovelo. Esto tomando en cuenta la tasa de demanda, el cual es la tasa de crecimiento poblacional, y la tasa de oferta, el cual es la tasa de crecimiento empresarial en el servicio de alimentos y bebidas.

3.1.5 Estrategia de mercado

3.1.5.1 Estrategia de diferenciación

El valor agregado que diferenciara el bar & restaurant “Mirador Portovelo”, es exactamente su ubicación, el cual ofrece un ambiente natural y sereno, acompañado de las vistas a los alrededores, en el mañana repleto de un verde natural causado por la exuberante vegetación que rodea al mirador, a la vez de su amplio cielo el cual no está perturbada por construcciones altas; y en la noche la cálida luz de la ciudad y su cielo estrellado.

3.1.5.2 Estrategia de promoción

Para promocionar Bar & restaurant Mirador Portovelo se tomara en cuenta varias estrategias de promoción, una de ellas es pagar publicidad mediante redes sociales tanto en Facebook como Instagram ya que estas 2 redes sociales son las más utilizadas por el cantón y a nivel nacional, al hacer un sondeo se pudo determinar que en el cantón Portovelo el 60% de la

población escucha radio, por lo tanto invertiremos publicidad por este medio, adicional a esto crear varias promociones que incentiven la visita de nuestros clientes hacia nuestro restaurante.

3.1.5.3 Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas entre empresas pueden maximizar el potencial comercial es por eso que estas estrategias entre empresas pueden maximizar el potencial comercial. Bar & restaurant Mirador Portovelo tendrá una alianza muy significativa y representativa con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Portovelo. Donde se creará diferentes planes que ayuden a la visita hacia el mirador y conjuntamente potenciar el turismo dentro del cantón.

3.1.5.4 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

Tabla 11. Presupuesto de mercadeo.

Descripción	Mensual	Anual 0	1	2	3	4	5
Publicidad							
Radio	30	360	373,68	387,88	402,62	417,92	433,80
Medios Digitales	46	552	572,976	594,75	617,35	640,81	665,16
Total del presupuesto	76		946,656	982,63	1019,97	1058,73	1098,96

Elaborado por los autores

Un plan financiero que registra los gastos anticipados de una empresa en marketing y publicidad es conocido como presupuesto de marketing. Este presupuesto incluye una estimación de los costos relacionados con actividades tales como la investigación de mercado, promoción de productos, publicidad en los medios, interacción con los clientes y la participación en eventos de marketing.

El propósito principal de un presupuesto de marketing es ayudar a una empresa a lograr sus objetivos de marketing de manera eficiente y efectiva, al mismo tiempo que se mantiene dentro de su presupuesto. Es esencial para la planificación y el control de las estrategias de marketing de una empresa. También puede servir como una herramienta para evaluar el éxito de las estrategias de marketing y hacer ajustes si es necesario en el futuro.

3.1.6 Estudio técnico

3.1.6.1 Descripción del producto / servicio

Tabla 12. Descripción del servicio.

PRODUCTO/SERVICIO:	Bar & Restaurant
CARACTERISTICAS:	Mirador Portovelo es un Bar & Restaurante dirigido primordialmente a personas de cada una de las edades y de los dos sexos, que escogen pasar un rato divertido y grato. Una iniciativa creativa y distinta, en la que se resaltan la ambientación, la gastronomía, un original sistema de servicio al comprador y toda la tecnología de vanguardia esencial para conseguir el propósito anteriormente enunciado. Mirador Portovelo va a dar una extensa pluralidad de productos producidos bajo las más rigurosas reglas de calidad para lograr brindar a sus consumidores una vivencia exclusiva en un ambiente informal y único.

Elaborado por los autores



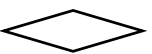
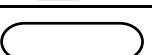
3.1.6.2 Descripción del proceso

El proceso operativo es esencial para el éxito de un plan de negocio. Según Michael Porter, uno de los principales expertos en estrategia empresarial, "El proceso operativo es un elemento clave para determinar la eficiencia, la calidad y el costo de producción de una empresa. Un proceso operativo bien diseñado y ejecutado es esencial para mejorar la eficiencia y competitividad de una empresa y para alcanzar los objetivos establecidos en su plan de negocio.

"The operational process plays a critical role in establishing the efficiency, quality, and production cost of a company," (Johnson, 2016)

3.1.6.2.1 Tabla de proceso

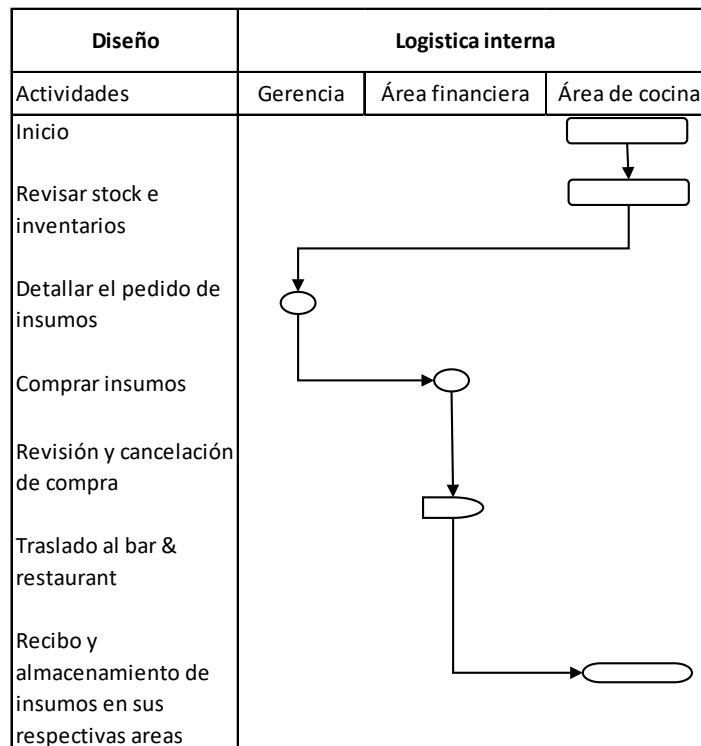
Tabla 13. Tabla de flujo de las acciones a realizar en el proceso operativo

Tabla de flujo	
	Proceso
	Proceso Alternativo
	Decisión
	Conectar
	Proceso Predefinido
	Retraso
	Terminador

Elaborado por los autores

3.1.6.2.2 Logística interna

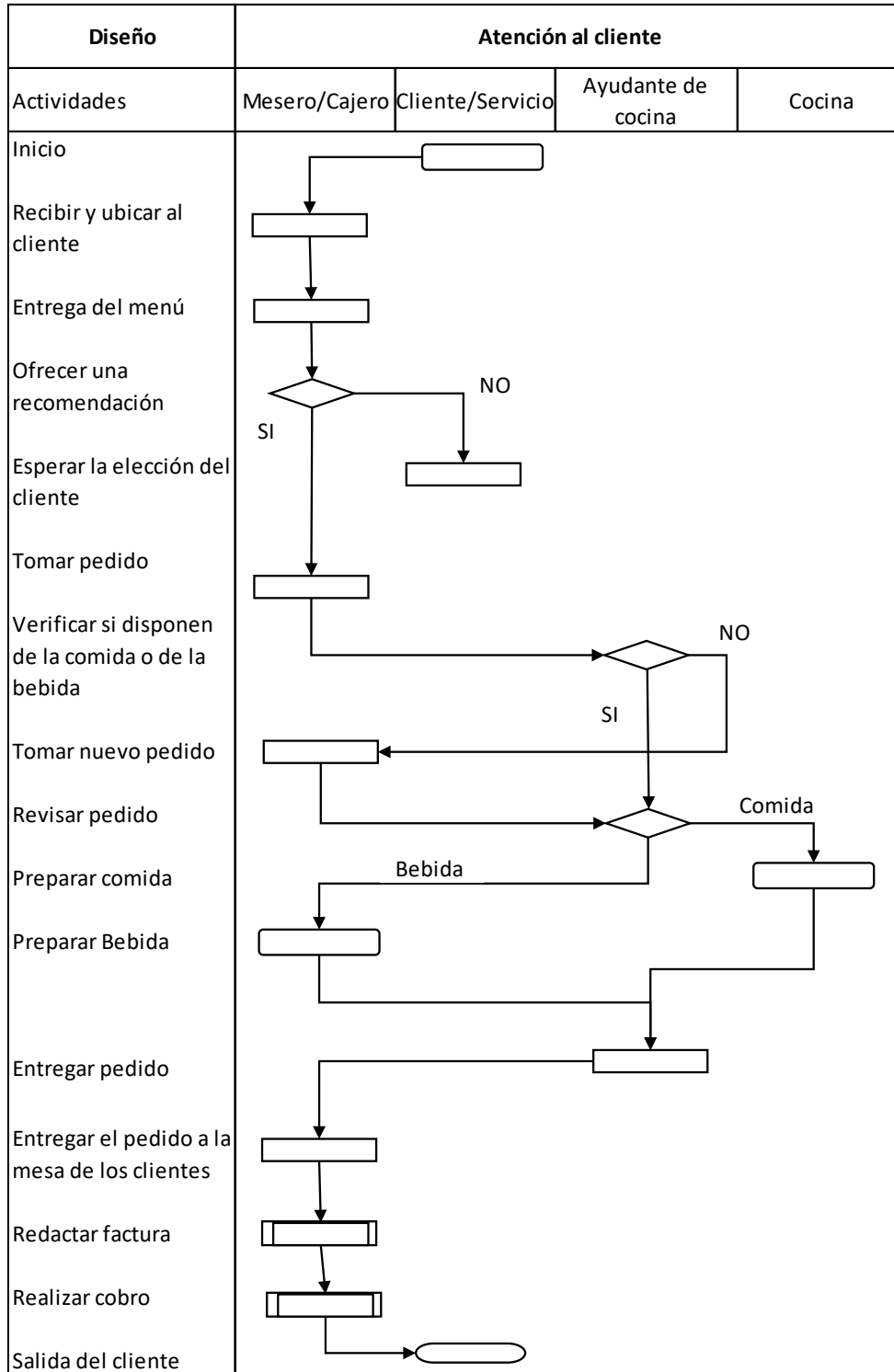
Ilustración 9. Proceso de logística interna: Compra de insumos



Elaborado por los autores

3.1.6.2.3 Atención al cliente dentro del Bar & Restaurant

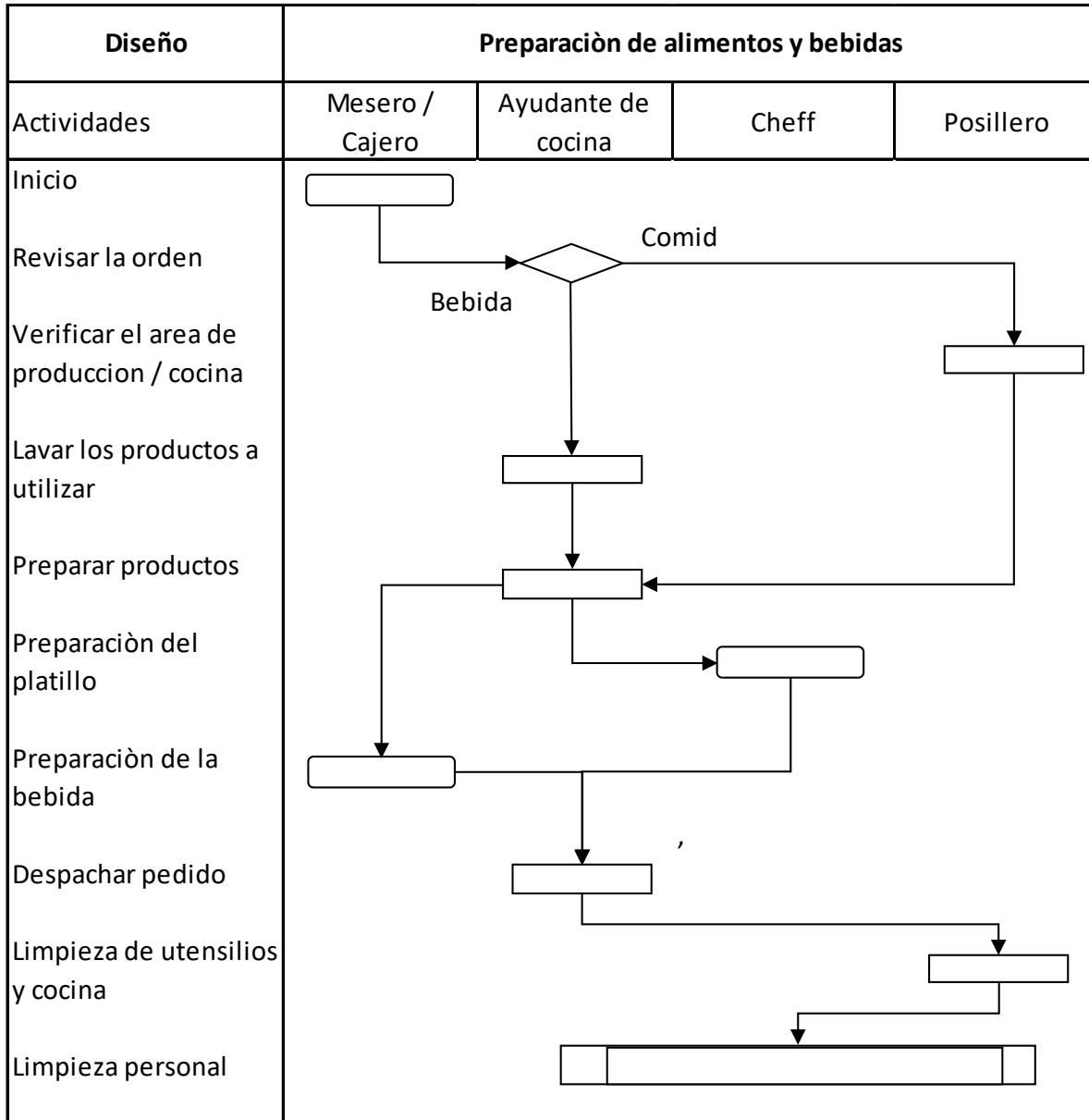
Ilustración 10. Proceso de atención al cliente: Área de comedor



Elaborado por los autores

3.1.6.2.4 Producción

Ilustración 11. Proceso de producción: Preparación de alimentos y bebidas.



Elaborado por los autores

3.1.7 Necesidades y requerimientos

3.1.7.1 Personal

Gerencia

Las principales tareas del gerente son informar sobre las necesidades de la empresa, planificar actividades, resolver problemas y administrar recursos es por eso que para poder ocupar dicho cargo tiene que tener título universitario y adicional a esto tener habilidades de liderazgo.

Área financiera

Bar & restaurant Mirador Portovelo tomara ciertos aspectos para poder acoger al personal del área financiera, es por eso que deberá tener título universitario, adicional a esto experiencia de al menos 1 año en negocios relacionados.

Área de atención al cliente y bar.

El área de atención al cliente es una de las más importantes dentro del negocio ya que esto forma la parte principal de que el cliente pueda llevarse una buena impresión desde el primer segundo, es por eso que el personal a elegir tiene que estar capacitado en respecto a cómo poder atender al visitante, tendrá que tener cualidades como: expresión oral, cordialidad, presencia y sobre todo paciencia.

Área de cocina

El área de cocina es una de las más importantes es por eso que los requerimientos para formar parte del personal deberán tener experiencia en cocina, cursos nacionales e internacionales en relación a lo anunciado, ya que el área de cocina es el 80% de importancia para que el negocio pueda crecer y tener mayores visitantes.

3.1.7.2 Equipos

Tabla 14. Equipos necesarios que se implementaran en el plan de negocio

Descripción	Unidad	Cantidad
Caja registradora	u	1
Teléfono convencional	u	1
Tv Smart	u	1
Equipo de sonido	u	1
Tablets	u	3
Impresora	u	1

Elaborado por los autores

La tabla muestra una lista de los equipos necesarios para un plan de negocio de bar y restaurante. Algunos aspectos adicionales que podemos inferir de la tabla incluyen:

- Sistema de cobro: La presencia de una caja registradora sugiere que el negocio será un establecimiento con un sistema formal de cobro y facturación.
- Comunicación: La presencia de un teléfono convencional indica que se requiere una forma de comunicación básica para el negocio.
- Entretenimiento: La presencia de una televisión inteligente y un equipo de sonido indica que se desea proporcionar una experiencia de entretenimiento para los clientes.
- Orden y rapidez: La presencia de tres tablets indica que se está invirtiendo en un sistema para mejorar la eficiencia y la rapidez del proceso de pedido y entrega de los clientes.
- Impresión: La presencia de una impresora indica que se requiere una forma de imprimir facturas, recibos y otros documentos importantes.

En general, estos equipos son esenciales para un bar y restaurante moderno y eficiente. Sin embargo, es posible que haya necesidades adicionales según el tipo de negocio y la ubicación geográfica. Por ejemplo, es posible que sea necesario contar con una cocina equipada con electrodomésticos y utensilios de cocina, o con un sistema de iluminación y climatización adecuado.

3.1.8 Tamaño del negocio

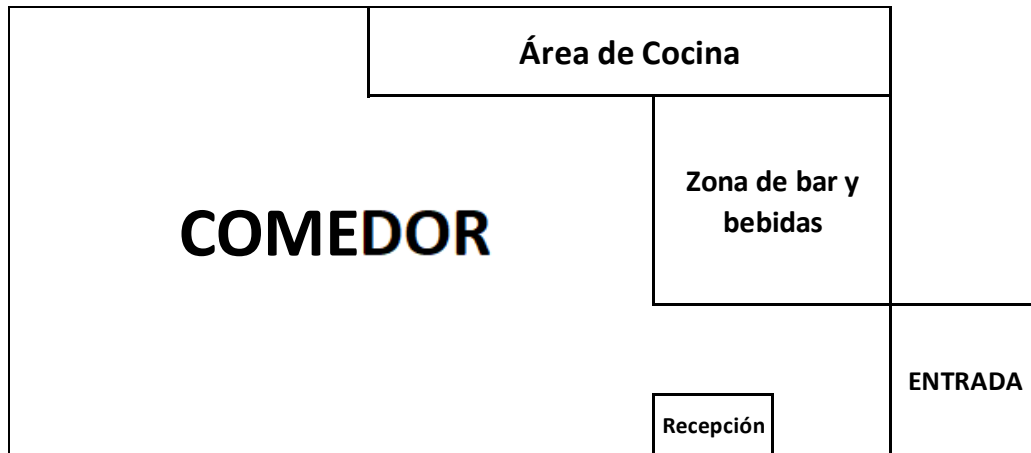
El plan de negocio estudiado es una pequeña empresa, ya que cuenta con solo 5 empleados y un número limitado de equipos, según se menciona en la tabla de equipos. Este tamaño de empresa es adecuado para un negocio de bar y restaurante, donde la eficiencia y la calidad son factores críticos para el éxito. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el tamaño de la empresa puede cambiar a medida que el negocio crezca y evolucione, y es necesario estar preparado para hacer ajustes en consecuencia.

El tamaño de una empresa es un factor crítico a considerar en la evaluación de planes de negocio. La razón es que el tamaño de la empresa influye en su capacidad para lograr la eficiencia y la calidad necesarias para el éxito en un mercado competitivo. En este sentido, se sugiere que las empresas que son pequeñas como el caso del plan de negocio estudiado, son adecuadas para ciertos tipos de negocios, como los de bar y restaurante, donde la eficiencia y la calidad son factores críticos para el éxito. (García J. , 2019)

3.1.9 Distribución del espacio en el área de trabajo

3.1.9.1 Planta Baja

Ilustración 12. Distribución del área de la planta baja del local



Elaborado por los autores

Ilustración 13. Espacio real de la planta baja del local



Elaborado por los autores

3.1.9.2 Plana Alta

Ilustración 14. Distribución del área de la planta alta del local



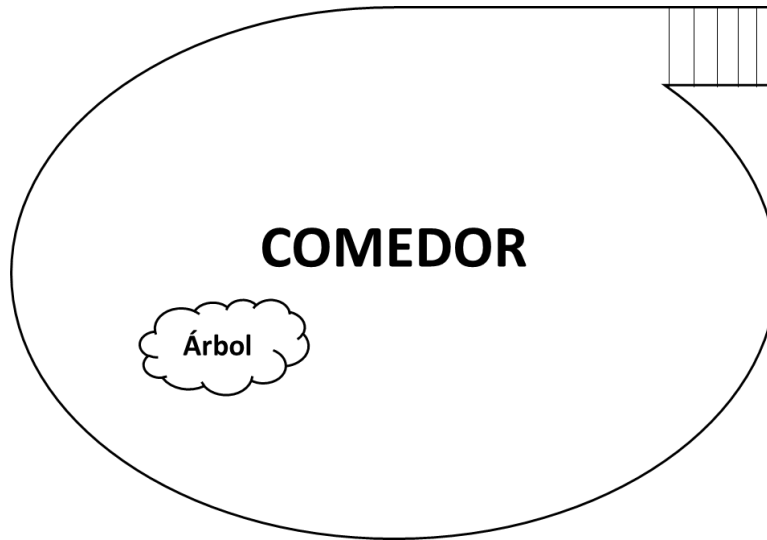
Elaborado por los autores

Ilustración 15. Espacio real de la planta alta del local



Elaborado por los autores

Ilustración 16. Distribución del área de la planta alta del local



Elaborado por los autores

Ilustración 17. Espacio real de la planta alta del local



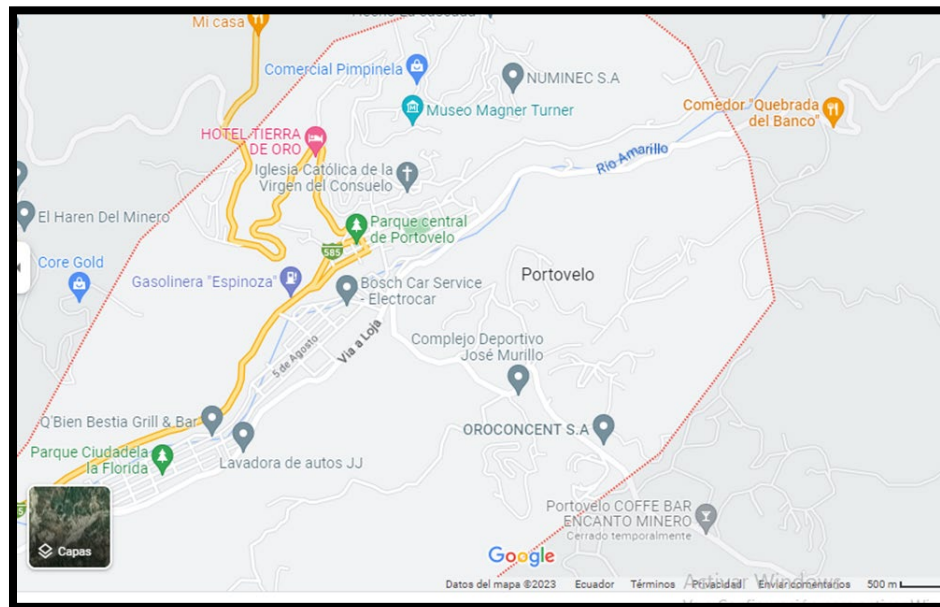
Elaborado por los autores

3.1.10 Localización del negocio

3.1.10.1 Localización Macro

Se trata de una región minera situada en la base de la Cordillera Occidental de los Andes, en las faldas de la Cordillera de Vizcaya y atravesada por el río Amarillo. Esta área se encuentra en el sureste de la provincia de El Oro, a una distancia de 105 km de la ciudad capital Machala.

Ilustración 18. Ubicación macro del establecimiento donde se aplicará el plan de negocio

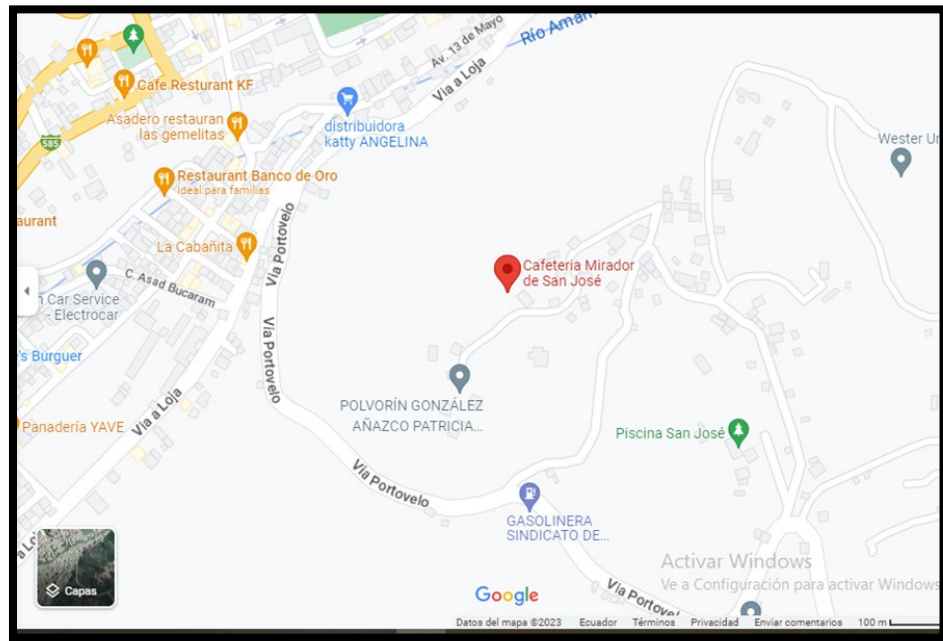


Fuente: Google Maps 2023

3.1.10.2 Localización Micro

El Cerro de San José, ubicado al norte de la ciudad de Portovelo, es uno de los puntos más elevados de la zona. Se puede apreciar fácilmente desde el centro de la ciudad y se puede llegar a él en un corto trayecto de 5 minutos.

Ilustración 19. Ubicación micro del establecimiento donde se aplicará el plan de negocio



Elaborado por los autores

3.1.11 Estudio económico y financiero

3.1.11.1 Presupuesto de inversión

3.1.11.1.1 Inversión fija

Tabla 15. Tabla de inversión fija.

RUBRO	UNIDADES REQUERIDAS	VALOR UNITARIO	INVERSION TOTAL
1. Inversión fija			
Muebles y enseres:			
Mesas de servicio	21	60,90	1278,90
Sillas para mesa de servicio	84	15,00	1260,00
Escritorio (administrador)	1	121,00	121,00
Silla reclinable (administrador)	1	89,00	89,00
Taburete (cajera-contadora) y clientes	4	32,00	128,00
Mueble de bar	1	750,00	750,00
Archivadores	2	200,00	400,00
Equipos de cocina			

Microondas	1	159,00	159,00
Horno a gas de 2 bandejas	1	130,00	130,00
Licuada industrial	1	150,00	150,00
Extractor de jugo	1	115,00	115,00
Campana completa con aire	1	249,00	249,00
Cocina industrial 6 hornillas	1	200,00	200,00
tanque de gas domestico	3	65,00	195,00
Vitrina frio	1	330,00	330,00
Baño María	1	50,00	50,00
Freidora de papas de 2 pozos	1	285,00	285,00
Parrilla	1	70,00	70,00
Mesa de despacho	1	55,00	55,00
Mesa de trabajo	2	110,00	220,00
Lavadero industrial de dos pozos	1	510,00	510,00
Estanterías grandes	2	120,00	240,00
Repisas de acero inoxidable	5	117,76	588,80
Centralina de gas	1	25,26	25,26
Extintor	2	35,00	70,00
Congelador Horizontal	1	749,00	749,00
Máquina para café	1	250,70	250,70
Equipos de computo			
Equipo de computación	2	680,00	1360,00
Tablets para la toma de pedidos	3	120,00	360,00
Impresora (impresora, escáner y copiadora)	1	310,00	310,00
Equipo de oficina			
Caja registradora	1	220,00	220,00
Teléfono convencional	1	50,00	50,00
Tv Smart	1	680,00	680,00
Equipo de sonido	1	254,99	254,99
Utensilios			
Sartenes varios tamaños	12	14,89	178,68
Ollas grandes	3	61,00	183,00
Ollas medianas	3	36,01	108,03
Ollas chicas	3	24,55	73,65
Pinzas de cocina	2	12,00	24,00
Plato tendido de 29 cm	36	15,20	547,20
Plato tendido de 27 cm	36	12,16	437,76
Plato para postre	36	3,51	126,36
Plato sopero	24	3,25	78,00
Consomeras	12	5,11	61,32

Cevicheras	24	2,00	48,00
Bandejas de plástico varios tamaños	20	4,60	92,00
Cucharas pequeñas de café	12	3,17	38,04
Cucharas de sopa	12	4,88	58,56
Cucharas de ceviche y postre	12	3,43	41,16
Pelador papas manual	2	5,01	10,02
Rallador	2	13,20	26,40
Paneras	8	7,00	56,00
Tazas de café	12	7,30	87,60
Vasos normales de vidrio	36	2,34	84,24
Jarras grandes de vidrio	12	8,98	107,76
Copa de Vino blanco	24	5,27	126,48
Copa de vino Tinto	24	5,27	126,48
Copa de agua	36	3,43	123,48
Azucareros	12	3,51	42,12
Saleros	12	2,50	30,00
Servilleteros	12	4,50	54,00
Coladores de acero (chino)	2	32,94	65,88
Juego de tenedores	36	3,70	133,20
Juego de cuchillos de carne	36	4,35	156,60
Juego de cuchillos	36	3,70	133,20
Cuchillos cocineros	4	26,51	106,04
Tabla de picar de colores	6	17,69	106,14
Útiles de oficina			
Resmas de papel A4	4	8,05	32,20
Cinta de papel de máquina registradora	24	0,80	19,20
Esferográficos	4	8,65	34,60
Caja de clip	2	1,50	3,00
Cinta adhesiva	3	0,65	1,95
Caja de grapas	2	2,00	4,00
Portarollo de cinta adhesiva	1	4,50	4,50
Perforadora	2	3,00	6,00
Grapadora	2	4,20	8,40
Tijera	1	3,00	3,00
Total Inversión Fija			15691,90

Elaborado por los autores

3.1.11.1.2 Inversión variable

Tabla 16. Tabla de inversión variable.

RUBRO	UNIDADES REQUERIDAS	VALOR UNITARIO	INVERSION TOTAL
3. Inversión variable	Cantidad (mensual)	Valor Unitario	Valor total
Materia prima (alimentos)	30	21,67	650,00
Insumos de mantenimiento			
Fundas de plástico (ciento)	3	10,00	30,00
Material de bioseguridad (kit: alcohol, gel, desinfectante)	2	10,00	20,00
Papel Higiénico	3	3,50	10,50
Jabón liquido	6	3,50	21,00
Lava Balde 5kg	5	12,50	62,50
Guantes de caucho	4	2,30	9,20
Esponja de fibra de aluminio	12	0,80	9,60
Esponja de lavar	12	0,60	7,20
Tacho de basura para cocina	2	12,70	25,40
Tacho de basura para baño	1	5,00	5,00
Tacho de basura para áreas de comida	3	3,50	10,50
Arriendo			
Arriendo de local	1	250,00	250,00
Vestimenta			
Uniforme de personal (Polos)	6	10,00	60,00
Mandiles	7	11,00	77,00
Gorros	8	5,00	40,00
Sueldos			
Salario de cocineros	2	500,00	1000,00
Salario de meseros	2	450,00	900,00
Contador / Administrador	1	230,00	230,00
Servicios Básicos			
Servicio de luz	1	50,00	50,00
Servicio de agua	1	10,00	10,00
Servicio de teléfono e internet	1	30,00	30,00
Publicidad			
Radio	1	30,00	30,00
Medios digitales	1	46,00	46,00
Total Inversión variable			3507,90

Elaborado por los autores

3.1.11.1.3 Inversión diferida

Tabla 17. Tabla de inversión diferida.

RUBRO	UNIDADES REQUERIDAS	VALOR UNITARIO	INVERSION TOTAL
2. Inversión diferida			
Constitución legal			110,70
Total Inversión diferida			110,70

Elaborado por los autores

3.1.11.2 Financiamiento de la inversión

Tabla 18. Tabla de financiamiento de la inversión.

INVERSION	VALOR \$	FUENTE DE INVERSION	
		PROPIO	CREDITO
Inversión fija	15691,90	7845,95	7845,95
Inversión diferida	110,70	55,35	55,35
Inversión variable	3507,90	1753,95	1753,95
Total de inversión	19310,50	9655,25	9655,25
		50%	50%

Elaborado por los autores

Tabla 19. Tabla de amortización del crédito necesario para la inversión del plan de negocio

CAPITAL		9655,25		
TASA BANCARIA		9,6%		
PLAZO (AÑOS)		5		
PAGO (Anual)		2521,06		
PAGO (Mensual)		210,09		
N. Pagos	Cuotas	Interés	Amortización	Saldo
0				9655,25
1	2521,06	926,90	1594,15	8061,10
2	2521,06	773,87	1747,19	6313,91
3	2521,06	606,14	1914,92	4398,99
4	2521,06	422,30	2098,75	2300,23
5	2521,06	220,82	2300,23	0,00

Elaborado por los autores

3.1.11.3 Presupuesto operacional

Tabla 20. Presupuesto de ingresos proyectados para 5 años

N°	PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	TOTAL, AÑO CERO	PERIODOS PROYECTADOS				
					1	2	3	4	5
1	Alimentos y Bebidas	19200	4,35	83492,41	86665,1195	89958,394	93376,813	96925,132	100608,29

Elaborado por los autores

3.1.11.4 Presupuesto de costos proyectados

Tabla 21. Presupuesto de costos proyectados para 5 años

N°	PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL	COSTO TOTAL UNITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	TOTAL, AÑO CERO	PERIODOS PROYECTADOS				
					1	2	3	4	5
1	Alimentos y Bebidas	19200	2,90	55661,61	57776,7464	59972,263	62251,2087	64616,755	67072,191

Elaborado por los autores

3.1.11.5 Gastos administrativos

Tabla 22. Proyección de los salarios del personal de área administrativa

Rubros	Número	Sueldo Básico Mensual	Sueldo Básico Anual	Décimo cuarto	Decimo tercero	IESS Patronal (12,15%)	Fondo de reserva	Total de pagos
Contador / Administrador	1	230,00	2760,00	230,00	230,00	335,34	230,00	3114,66
TOTAL								3114,66

Personal administrativo	0	1	2	3	4	5
Total de personal	3114,66	3124,00	3133,38	3142,78	3152,20	3161,66

Elaborado por los autores

3.1.11.6 Estados financieros proyectados

3.1.11.6.1 Estado de resultados

Tabla 23. Estado Resultado

ESTADO DE RESULTADOS					
DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
Ventas Netas	86665,12	89958,39	93376,81	96925,13	100608,29
(-) Costo de ventas	57776,75	59972,26	62251,21	64616,75	67072,19
(=) Utilidad Bruta en ventas	28888,37	29986,13	31125,60	32308,38	33536,10
(-) Gastos operacionales	28508,83	28680,81	28855,38	29032,60	29212,54
Gastos Administrativo					
Personal administrativo	3124,00	3133,38	3142,78	3152,20	3161,66
Suministros de oficina	118,60	120,38	122,19	124,02	125,88
Servicios básicos	4384,8	4450,572	4517,33058	4585,09054	4653,8669
Depreciación de activos	239,96	239,96	239,96	239,96	239,96
Gastos de ventas					
Personal de ventas	19694,81	19753,89	19813,15	19872,59	19932,21
Publicidad	946,66	982,63	1019,97	1058,73	1098,96
Utilidad (pérdida) operacional	379,54	1305,32	2270,23	3275,78	4323,56
(+/-) MOVIMIENTO FINANCIERO					
Gastos financieros					
Intereses Pagados	926,90	773,87	606,14	422,30	220,82
Utilidad o pérdida del ejercicio	-547,36	531,46	1664,09	2853,48	4102,73
Participación trabajadores 15%	-82,10	79,72	249,61	428,02	615,41
Utilidad antes pago de impuestos	-465,26	451,74	1414,48	2425,46	3487,32
Impuesto a la renta % (30%)	-139,58	135,52	424,34	727,64	1046,20
Utilidad o pérdida neta	-325,68	316,22	990,13	1697,82	2441,13

Elaborado por los autores

3.1.11.7 Flujo de caja

Tabla 24. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
1. DETALLE DE INGRESO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.1 INGRESOS POR VENTAS	83492,41	86.665,12	89.958,39	93.376,81	96.925,13	100.608,29
1.2 COBRO DE DEUDAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.3 OTROS INGRESOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.0 TOTAL DE INGRESOS	83.492,41	86.665,12	89.958,39	93.376,81	96.925,13	100.608,29
2. DETALLE DE EGRESOS						
2.1 LUZ	50,00	57,50	66,13	76,04	87,45	100,57
2.2 AGUA	10,00	11,50	13,23	15,21	17,49	20,11
2.3 TELEFONO	30,00	34,50	39,68	45,63	52,47	60,34
EGRESOS EN CONSUMO	90,00	103,50	119,03	136,88	157,41	181,02
2.4 COMPRA DE MERCADERIA	55661,61	57.776,75	59.972,26	62.251,21	64.616,75	67.072,19
2.5 SALARIOS	22750,56	22.818,81	22.887,27	22.955,93	23.024,80	23.093,87
2.6 ADMIN. Y VENTAS	4028,85	4.110,26	4.193,69	4.279,19	4.366,84	4.456,69
2.7 IMPUESTOS	0,00	-139,58	135,52	424,34	727,64	1.046,20
2.8 AMORTIZACIONES	0,00	1.594,15	1.747,19	1.914,92	2.098,75	2.300,23
2.9 INTERESES	0,00	926,90	773,87	606,14	422,30	220,82
EGRESOS OPERATIVOS	82.441,02	87.087,30	89.709,79	92.431,73	95.257,08	98.190,01
2.0 TOTAL DE EGRESOS	82.531,02	87.190,80	89.828,82	92.568,61	95.414,49	98.371,03
3.0 SALDO NETO	961,39	-525,68	129,58	808,20	1.510,64	2.237,26
4.0 SALDO ACUMULADO	961,39	435,72	565,29	1.373,50	2.884,13	5.121,39

Elaborado por los autores

El flujo de caja presentado muestra los ingresos y egresos estimados de un negocio en un periodo de cinco años. En el año 0, se espera un ingreso de 83,492.41 y un total de egresos de 82,531.02, lo que resulta en un saldo neto de 961.39. Sin embargo, en el primer año se espera un saldo negativo de -525.68 debido a que los egresos superan los ingresos.

En los siguientes años, se espera un aumento gradual en los ingresos, lo que permite que el saldo neto sea positivo. Para el año 5, se espera un saldo neto de 2,237.26. Además, se puede observar que los mayores egresos se deben a la compra de mercadería y a los salarios de los empleados.

El saldo acumulado muestra el resultado neto después de cada año. A lo largo de los cinco años, el saldo acumulado muestra una tendencia positiva, lo que indica que el negocio tiene una

proyección favorable. No obstante, se debe tener en cuenta que estos son estimados y que hay varios factores externos e internos que pueden afectar los resultados reales.

3.1.11.8 Evaluación financiera

3.1.11.8.1 Indicadores de evolución

Tabla 25. Saldo actualizado

	0	1	2	3	4	5
FF	-19310,50	-325,68	316,22	990,13	1697,82	2441,13
SALDO ACTUALIZADO 9,6%	-19310,50	-297,15	263,25	752,08	1176,66	1543,61
SALDO ACTUALIZADO ACUMULADO	-19310,50	-19607,65	-19344,41	-18592,33	-17415,67	-15872,06

Elaborado por los autores

La tabla muestra una proyección de flujos de efectivo para los primeros cinco años del plan de negocio. En el año cero, se espera que la empresa tenga un flujo de efectivo negativo de -19310,50, lo cual es común en la etapa de inicio del negocio. En el primer año, el flujo de efectivo sigue siendo negativo, pero disminuye a -325,68, lo que indica que la empresa está mejorando su situación financiera.

A partir del segundo año, la empresa comienza a generar flujos de efectivo positivos, aumentando gradualmente a lo largo del tiempo. La columna de "saldo actualizado al 9,6%" muestra el impacto de la inflación en los flujos de efectivo, mientras que la columna "saldo actualizado acumulado" muestra la acumulación de flujos de efectivo a lo largo de los años.

En general, la tabla sugiere que el plan de negocio tiene un potencial positivo en términos de generación de flujos de efectivo a largo plazo, aunque se espera que haya dificultades financieras en la etapa inicial del negocio. Es importante que la empresa siga monitoreando y ajustando sus flujos de efectivo para asegurarse de mantener su estabilidad financiera a largo plazo.

Tabla 26. Indicadores de evolución

TASA	9,60%
VNA	\$ 3.438,44
VAN	-15872,06
TIR	-26,06%
PR	15,28

Elaborado por los autores

La tabla proporciona información importante sobre la proyección de flujo de efectivo del plan de negocio, así como su evaluación financiera utilizando diferentes medidas. La tasa del 9,6% se utiliza para actualizar el flujo de caja proyectado a su valor presente.

El cálculo del Valor Actual Neto (VAN) es fundamental para evaluar la rentabilidad de un proyecto, ya que representa la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo entrantes y salientes. Si el VAN es positivo, se sugiere que el proyecto es viable y generará un valor neto positivo. (González, 2018)

El Valor Actual Neto (VAN) es la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo entrantes y salientes. En este caso, el VAN es de \$3.438,44, lo que sugiere que el proyecto es viable y generará un valor positivo.

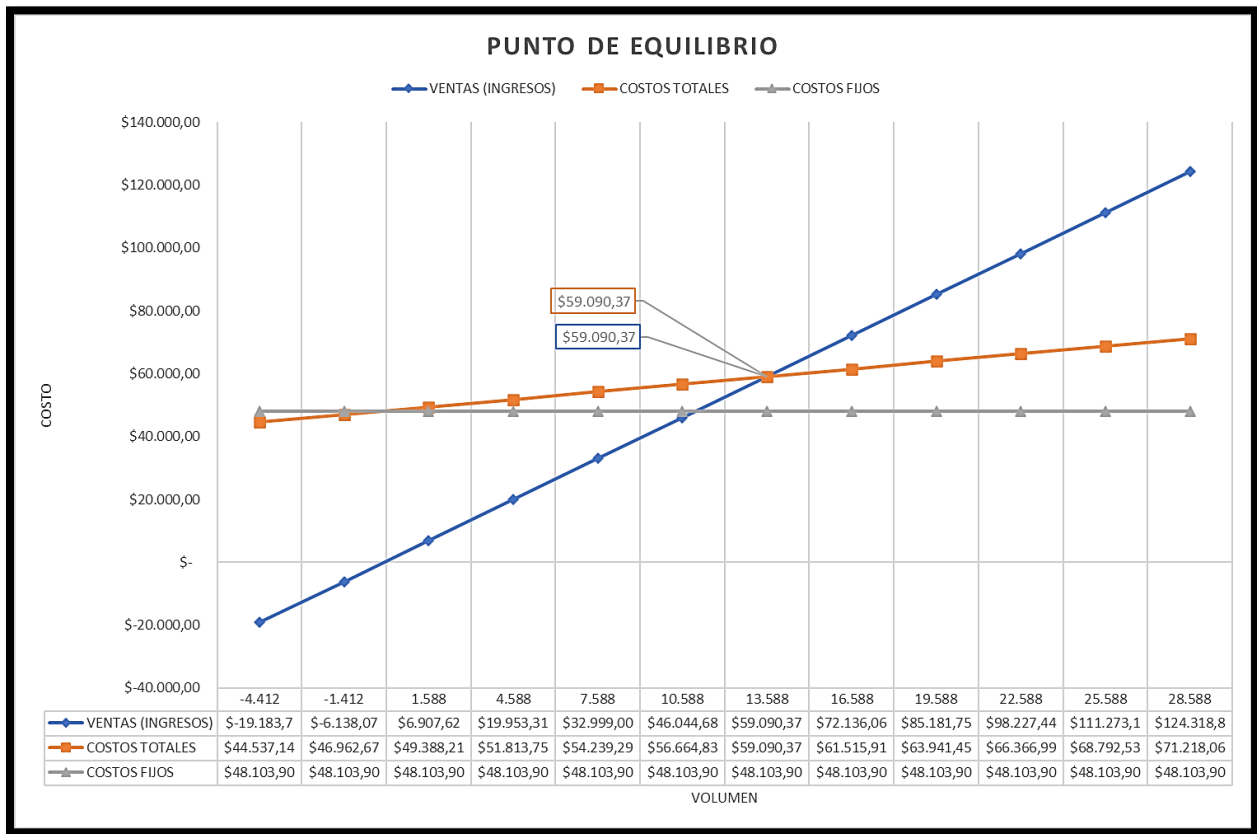
El VAN se complementa con otras dos medidas de evaluación financiera, el Valor Actual Neto (VAN) y el Período de Recuperación (PR). El VAN de -15872,06 sugiere que el proyecto no es rentable, pero es importante tener en cuenta que esta medida puede ser engañosa en casos donde el flujo de efectivo varía significativamente de un año a otro.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) mide la tasa de rendimiento que el proyecto puede generar a lo largo de su vida útil. La TIR del -26,06% sugiere que el proyecto no es rentable, ya que la tasa de retorno es menor que la tasa de descuento utilizada para actualizar los flujos de efectivo.

Finalmente, el Período de Recuperación (PR) mide el tiempo que tarda el proyecto en recuperar su inversión inicial. En este caso, el PR es de 15,28 años, lo que indica que el proyecto no es rentable a corto plazo y requeriría un período significativo para recuperar la inversión.

3.1.11.8.2 Punto de equilibrio

Ilustración 20. Punto de equilibrio del plan de negocio



Elaborado por los autores

3.2 Fases de implementación

3.2.1 Propuesta

Esta fase se la considera como el punto de partida, debido que en el desarrollo de esta se establece el tipo de negocio y los objetivos, en esta fase se deberá redactar una serie de términos tales como el manejo financiero, estructura organizacional, estudio técnico, entre otros. Para así tener una idea de cómo se va a estructurar y desarrollar el plan de negocio.

3.2.2 Diseño

Posterior a la aceptación de la propuesta, se debe realizar un plan de ejecución, en el cual se detalla los recursos a utilizar y su respectivo uso, también un calendario de actividades o

cronograma, el presupuesto posteriormente calculado, un estudio de comercialización, entre otro; este un de ejecución, deberá también contar con una metodología de evaluación para el seguimiento del negocio.

3.2.3 Ejecución

Una vez finalizado el diseño, en la fase de ejecución se deberá implementar en plan de ejecución previamente realizado, con el fin de satisfacer la demanda insatisfecha que se identificó en el inicio de la propuesta. Esta fase será la más extensa de las cuatro, debido que dependerá del ritmo en el que se desarrolle las etapas de ejecución.

3.2.4 Evaluación

En el transcurso de la fase de ejecución, se deberá tener medidas de evaluación que nos ayuden a comprobar que los objetivos del negocio se cumplan según lo proyectado, en caso de que no se estén cumpliendo, se deberá implementar acciones que corrijan este error. Estas evaluaciones deberán tener 2 naturalezas, una donde se pueda confirmar el cumplimiento de cada meta establecida ya sea a corto o largo plazo, y la segunda donde la información de los errores corregidos pueda ser compartidos con los integrantes del negocio para que estos en futuros errores puedan identificarlos y resolverlos.

3.4 Recursos utilizados

Tabla 28. Recursos utilizados en el proyecto integrador

	ACTIVIDAD	INVERSIÓN
TEMA, PROBLEMÁTICA JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS	ASESORÍA	\$ 30,00
	PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN	
	LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	
	TRANSPORTE	
REVISIÓN LITERARIA Y METODOLOGÍA	ASESORÍAS	\$ 50,00
	LEVANTAMIENTO Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN	
	PRESENTACIÓN	
	TRANSPORTE	
TOMA DE ENCUESTA Y PREPARACION DEL PLAN DE NEGOCIO	ASESORÍAS	\$ 60,00
	TRANSPORTE	
	TOMA DE ENCUESTAS	
	PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN	
PRESENTACIÓN DE INFORME FINAL	IMPRESIÓN	\$ 60,00
	CD	
TOTAL		\$ 200,00

Elaborado por los autores

3.5 Factibilidad Técnica de la implementación de la propuesta

La viabilidad técnica de implementar el plan de negocio para el bar y restaurante propuesto es alta, ya que se utilizarán procesos eficientes y efectivos que optimizarán el tiempo y mejorarán la calidad del servicio. La incorporación de tecnología avanzada, como cajas registradoras y tablets, permitirá automatizar y mejorar los procesos, reduciendo el tiempo y esfuerzo requerido para realizar tareas específicas.

Introducir tecnología en los negocios de la industria alimentaria, mediante el uso de dispositivos móviles y software especializado, tiene el potencial de mejorar la eficiencia y calidad del servicio, y también de aumentar la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio. (García & Sánchez, 2019)

Además, esto mejorará la experiencia del cliente y aumentará la satisfacción del servicio. La aplicación de procesos eficientes en la preparación y presentación de alimentos y bebidas también mejorará la calidad y la consistencia de los productos, lo que puede atraer a más clientes y satisfacer a los clientes existentes.

En resumen, la viabilidad técnica del plan de negocio del bar y restaurante propuesto es alta debido a la eficiencia y la calidad mejorada que se ofrecerá, lo que es fundamental para su éxito a largo plazo y será un factor clave en la evaluación de su viabilidad técnica.

3.6 Factibilidad Económica de implementación de la propuesta

La viabilidad económica de la propuesta del plan de negocio de bar y restaurante se considera moderada debido a que se espera que tenga una utilidad negativa durante el primer año, lo que se debe a los costos iniciales significativos. Sin embargo, a medida que el negocio se establezca y se genere una base de clientes fiel, se espera que la rentabilidad aumente gradualmente.

Es importante tener en cuenta que la creación de una marca reconocida y la implementación de estrategias efectivas de marketing pueden ayudar a aumentar las ventas y mejorar la rentabilidad a largo plazo. Por lo tanto, se debe monitorear cuidadosamente el desempeño del negocio durante el primer año y tomar medidas adecuadas para ajustar el plan de negocio si es necesario para maximizar su rentabilidad a largo plazo.

Es fundamental llevar un seguimiento constante del rendimiento del negocio y adaptarse a los cambios del mercado para garantizar la rentabilidad a largo plazo. De este modo, implementar estrategias de marketing efectivas y realizar ajustes en el plan de negocio son elementos críticos para asegurar el éxito del negocio. (Flores & Pulido, 2019)

3.7 Factibilidad Social de implementación de la propuesta

Se espera que la implementación del plan de negocio de bar y restaurante tenga una alta factibilidad social, debido a que generará empleos y atraerá turistas a la localidad donde se implemente. La creación de empleos será una de las principales ventajas, ya que proporcionará

puestos de trabajo en un sector que requiere habilidades específicas y mejorará la economía y la calidad de vida de la población local.

Es fundamental evaluar la factibilidad social de un plan de negocio de bar y restaurante considerando aspectos como la creación de empleos y la atracción de turistas. Generar empleos en un sector que requiere habilidades específicas puede mejorar la calidad de vida de la población local y contribuir al desarrollo económico de la región. (Pérez, 2021)

Además, se espera que el atractivo turístico de la localidad se incremente, ya que el bar y restaurante ofrecerá un lugar acogedor para comer y beber, lo que aumentará la actividad comercial y económica en la zona. En conclusión, la implementación de este plan de negocio puede tener un impacto positivo a largo plazo en la economía y el bienestar de la población local.

Un estudio ha demostrado que abrir nuevos negocios como bares y restaurantes puede tener un efecto positivo en la economía local, incluyendo la creación de empleos, el aumento de ingresos y la actividad económica. La oferta de servicios únicos y experiencias atractivas también puede atraer a turistas y visitantes a la zona, lo que puede contribuir al crecimiento económico y el bienestar general de la comunidad. (Gibson & Davidson, 2017)

3.8 Factibilidad Ambiental de implementación de la propuesta

La Factibilidad Ambiental de la implementación de la propuesta del plan de negocio de bar y restaurante, en el cual no se realizará ningún cambio físico en el entorno, es alta. Esto se debe a que la propuesta no requiere modificaciones significativas en el entorno, lo que reduce la necesidad de cumplir con requisitos y regulaciones ambientales rigurosos.

Los planes de negocio que no afectan significativamente el entorno tienen una mayor factibilidad ambiental, ya que no es necesario cumplir con requisitos y regulaciones ambientales rigurosos. Por lo tanto, es crucial tener en cuenta la factibilidad ambiental al evaluar la viabilidad de un proyecto empresarial. (Martínez, 2020)

Además, el hecho de que no se requieran cambios físicos también significa que el impacto ambiental del negocio será mínimo. La implementación del plan de negocio no causará cambios significativos en el paisaje, la calidad del aire o el agua, y no generará residuos tóxicos o peligrosos.

En resumen, la implementación de la propuesta del plan de negocio de bar y restaurante, sin cambios físicos en el entorno, es altamente viable desde una perspectiva ambiental. Esto significa

que el negocio podrá operar sin causar un impacto negativo significativo en el medio ambiente, lo que es una ventaja importante en términos de sostenibilidad y responsabilidad social.

4 Capítulo IV. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

Después de analizar los documentos existentes y encuestar a los visitantes, se puede concluir que a pesar de que el cantón Portovelo no es conocido por ser un destino turístico popular, cuenta con atractivos turísticos que pueden ser aprovechados para desarrollar el sector turístico. Entre los atractivos se encuentran las aguas termales, el Museo mineralógico Magner Turner, el río Pindo y las actividades como pesca deportiva, natación, camping, entre otros. Es importante destacar que la actividad turística podría ser una alternativa para diversificar la economía del cantón y aprovechar la gran cantidad de turistas que visitan la región en busca de experiencias diferentes y auténticas.

Basándonos en el análisis del plan de negocio, se ha determinado que existe una alta demanda en el sector de bares y restaurantes en el cantón Portovelo. Este resultado se basa en la investigación de mercado realizada, donde se encontró que la mayoría de los residentes y turistas buscan opciones de alimentos y bebidas de calidad en ambientes cómodos y acogedores. Además, la falta de opciones de entretenimiento y ocio en la zona también respalda la alta demanda de bares y restaurantes. En resumen, se puede concluir que la demanda en el sector de bares y restaurantes en el cantón Portovelo es alta y hay una gran oportunidad de negocio en esta área.

Tras analizar el plan de negocio, se ha concluido que se necesitarán recursos económicos significativos para establecer la factibilidad financiera del plan. Según el análisis financiero, el proyecto requerirá una inversión inicial para la construcción y equipamiento del local, la contratación de personal, la adquisición de materias primas y la implementación de estrategias de marketing. También se necesitará capital de trabajo para cubrir los gastos fijos y variables del negocio. Sin embargo, a pesar de la inversión inicial, el proyecto tiene un alto potencial de rentabilidad, ya que se espera generar ingresos significativos a través de la venta de alimentos y bebidas, y también a través de la implementación de eventos y promociones especiales. En resumen, aunque se necesitan recursos significativos para establecer la factibilidad financiera del plan de negocio, se espera que la inversión valga la pena a largo plazo.

4.2 Recomendaciones

El plan de negocio del bar & restaurant en Portovelo debería enfocarse en destacar los atractivos turísticos del cantón y ofrecer una experiencia auténtica a los visitantes. Sería importante investigar y comprender las preferencias y necesidades de los turistas que visitan la región y diseñar una oferta gastronómica y de entretenimiento acorde a sus intereses. Además, sería beneficioso establecer alianzas con otros negocios turísticos del área para promover el turismo y atraer más visitantes al cantón Portovelo.

Se debe prestar especial atención a la calidad de los alimentos y bebidas que se ofrecen, así como al ambiente y la decoración de los establecimientos. Es importante que los bares y restaurantes brinden una experiencia única y atractiva a los clientes para diferenciarse de la competencia y fomentar la fidelidad de los clientes. Además, se recomienda investigar y analizar constantemente las tendencias y preferencias de los clientes para adaptarse a sus necesidades y gustos.

Se tiene que realizar una planificación cuidadosa y rigurosa de los recursos económicos necesarios para el éxito del proyecto. Esto incluiría una evaluación exhaustiva de los costos iniciales y de mantenimiento, así como la identificación de fuentes potenciales de financiamiento, como inversionistas, préstamos bancarios o subsidios gubernamentales. Además, se recomienda establecer metas y objetivos claros para el negocio y monitorear cuidadosamente los resultados financieros a lo largo del tiempo, para asegurarse de que el negocio esté en el camino correcto hacia la rentabilidad. En resumen, es fundamental una gestión financiera sólida y estratégica para establecer la factibilidad financiera del plan de negocio de bar y restaurante en Portovelo.

4.3 Bibliografía

Alelú Hernández , M., Cantín García , S., López Abejón , N., & Rodríguez Zazo , M. (2010).

Estudio De Encuestas.

Andía Valencia, W. (2010). Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis. *Industrial Data*, 28-31.

Barriga, L. (2006, Julio 18). *La Planificación.*

Calle I., M., Sacón E., K., & Freire L., E. (2020). *ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVELO, EL ORO, ECUADOR.* . Machala.

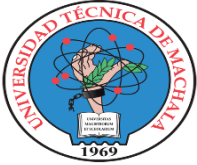
Flores, A., & Pulido, J. (2019). *Revista de Administración, Finanzas y Economía (RAFE).*

García, G., & Sánchez. (2019). La aplicación de tecnología en el sector de alimentos y bebidas: Un enfoque en restaurantes. *Revista Tecnológica-EICYT*, 97-108.

- García, J. (2019). Evaluación de planes de negocio. *Revista de Emprendimiento e Innovación*, 32-41.
- Gibson, C., & Davidson, W. (2017). The economic impact of new restaurants and bars in a community. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 671-684.
- González, J. (2018). Evaluación financiera de proyectos de inversión. Universidad de Guadalajara.
- Guzmán Castro, F. (2002). El estudio financiero y la evaluación de proyectos en ingeniería. *Ingeniería e Investigación*, 19 - 29. doi:<https://doi.org/10.15446/ing.investig.n50.21419>
- Jiménez, M. (2013). Planificación, plan, programa, proyecto. CURSO DE DIRECTORA DE ACTIVIDADES JUVENILES.
- Johnson, R. (2016). The Importance of Effective Operational Processes in Business. *Journal of Business Strategy*, 1-7.
- Lopez Parra, M. E., Aceves Lopez, J. N., Pellat, A., & Puerta, C. (2008). Estudio administrativo... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión.
- Marrama, V. (1964). *Política económica de los países subdesarrollados*. Madrid: Aguilar.
- Martínez, J. (2020). Evaluación de la factibilidad ambiental en los planes de negocio. *Revista de Gestión Ambiental*, 30-38.
- Moreno Villamar, I. Y., & Correa Saldarriaga, N. M. (2021). *Emprendimiento joven en Machala*. MACHALA.
- Onwuegbuzie, A., & Johnson, B. (2004, Octubre 1). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational researcher*, 33, 14-26. doi:<https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>
- Orjuela Cordoba, S., & Sandoval Medina, P. (2002). *GUIA DE ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACION DE PROYECTOS*.
- Porter, M. (1998). *Estrategia Competitiva: Técnicas para Análisis de Sectores Industriales y Competidores*. España: Editorial Cengage Learning.
- Rus Arias, E. (2020, Diciembre 10). *Investigación mixta*. From Economipedia: Economipedia.com
- Santos Santos, T. (2008, Noviembre). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*. From Contribuciones a la economía: <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Telegrafo, E. (2021, Septiembre 12). Requisitos para abrir un local de comidas.
- Toapanta Davila, J. G., Sarango Salazar, A. B., & Lazo Serrano, C. A. (2020). *DIAGNOSTICO LOCAL TURÍSTICO DEL CANTÓN PORTOVELO, EL ORO, ECUADOR*. From Repositorio Digital Utmach: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16005>
- Torres Almeida, V. (2013). La importancia del Subsector Hoteles, Bares y Restaurantes en la economía ecuatoriana durante la última década.
- TURISMO, M. D. (2020). *MINISTERIO DE TURISMO*. From MINISTERIO DE TURISMO: https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetur2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0

5 Anexos

Anexo 1: Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Calidad, Pertinencia y Calidez
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMÍA



Encuesta

Sexo:

- **Hombre**
- **Mujer**

Edad: _____

Preguntas:

1. ¿HA VIAJADO USTED AL CANTON PORTOVELO?

- Si
- No

2. ¿CUÁNDO VIAJA AL CANTÓN PORTOVELO, LO HACE POR?

- Negocios
- Turismo
- Visita a familiares
- Por gestiones políticas
- Otros

3. ESTADO CIVIL

- Soltero/a
- Casado/a
- Viudo/a
- Divorciado/a
- Unión libre

4. **¿CUÁNDO VIAJA A PORTOVELO, LO HACE EN?**
- Vehículo propio
 - Transporte Inter cantonal
 - Furgoneta de turismo
 - Transporte privado para giras educativas
 - Otros
5. **¿CREE QUE ES POSIBLE CONSTRUIR UN BAR & RESTAURANT EN EL MIRADOR SAN JOSE EN PORTOVELO?**
- Si
 - No
6. **¿EN CASO DE CONSTRUIR UN BAR & RESTAURANT EN EL MIRADOR SAN JOSE, ESTARIA DISPUESTO A VISITARLO?**
- Si
 - No
7. **¿SI TUVIESE LA OPORTUNIDAD DE VISITAR EL BAR & RESTAURANT CON QUE FRECUENCIA LO HARIA?**
- Una vez a la semana
 - Una vez cada 15 días
 - Una vez al mes
 - Una vez cada 3 meses
 - Una vez cada 4 meses
 - Una vez cada 6 meses
 - Una vez al año
8. **¿SI USTED TUVIESE LA OCASION DE VISITAR EL BAR & RESTAURANT, EN COMPAÑIA DE CUANTAS PERSONAS LO HARIA?**
- Solo
 - Dos
 - De 3 a 5
 - De 6 a 10
 - De 11 a mas

**9. QUE ES LO QUE CREE QUE DEBERÍA TENER UN BAR & RESTAURANT,
¿QUE ES LO PRIMERO QUE USTED TOMARIA EN CUENTA?**

- Decoración
- Calidad del servicio
- Precios cómodos
- Variada oferta de comida y bebidas
- Servicio de seguridad en el local
- Internet gratuito
- Todas las anteriores

10. ¿QUE TIPOS DE PRODUCTOS LE GUSTARIA QUE SE OFREZCA?

Alimentos:

- Comida criolla
- Platos a la carta
- Comida rápida
- Parrillada
- Piqueos

Bebidas:

- Café
- Aguas aromáticas
- Jugos y batidos
- Gaseosas
- Variedad de cocteles
- Variedad de bebidas alcohólicas
- Agua

**11. ¿MEDIANTE QUE MEDIOS DE COMUNICACION LE GUSTARIA QUE SE
HAGA LA PUBLICIDAD DE ESTE ESTABLECIMIENTO?**

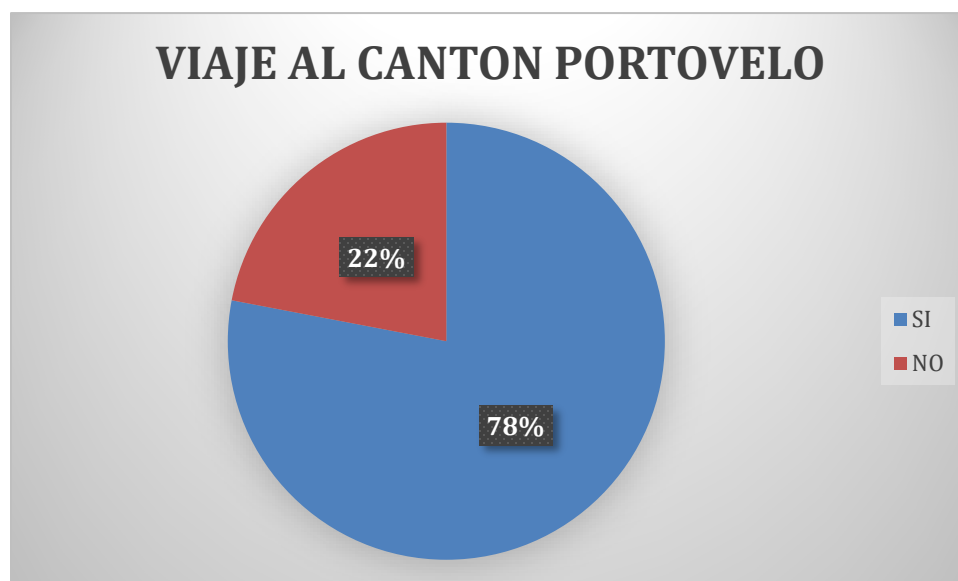
- Radio
- Televisión
- Internet
- Periódico

- Vallas publicitarias
- Volantes

Anexo 2: Resultados y análisis

PREGUNTA 1

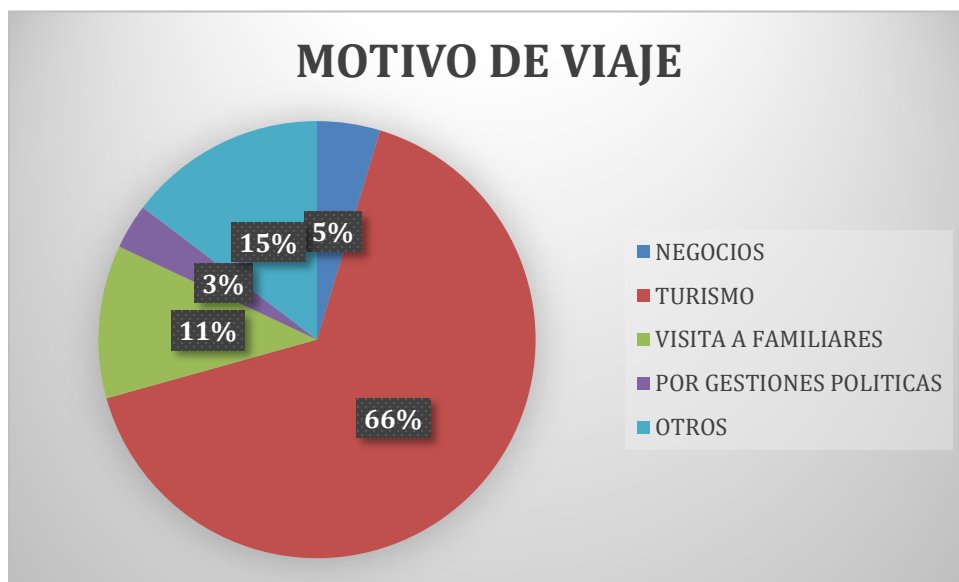
VARIABLE: VIAJE	frecuencia (f)	porcentaje (%)
SI	117	78,00%
NO	33	22,00%
TOTAL	150	100%



La tabla muestra los resultados de una encuesta donde se preguntó a los encuestados si habían viajado al cantón Portovelo. Un total de 150 personas respondieron a la encuesta. De los encuestados, el 78% (117 personas) respondieron que sí habían viajado al cantón Portovelo, mientras que el 22% (33 personas) respondieron que no habían viajado allí. La variable en cuestión es "Viaje" y tiene dos posibles respuestas: sí o no. La frecuencia es la cantidad de veces que se presentó cada respuesta en la encuesta. En este caso, la frecuencia de la respuesta "Sí" fue de 117 y la frecuencia de la respuesta "No" fue de 33. El porcentaje indica qué porcentaje de los encuestados respondieron cada opción. En este caso, el 78% de los encuestados respondieron que sí habían viajado al cantón Portovelo y el 22% respondieron que no. En resumen, la mayoría de los encuestados (78%) habían viajado al cantón Portovelo.

PREGUNTA 2

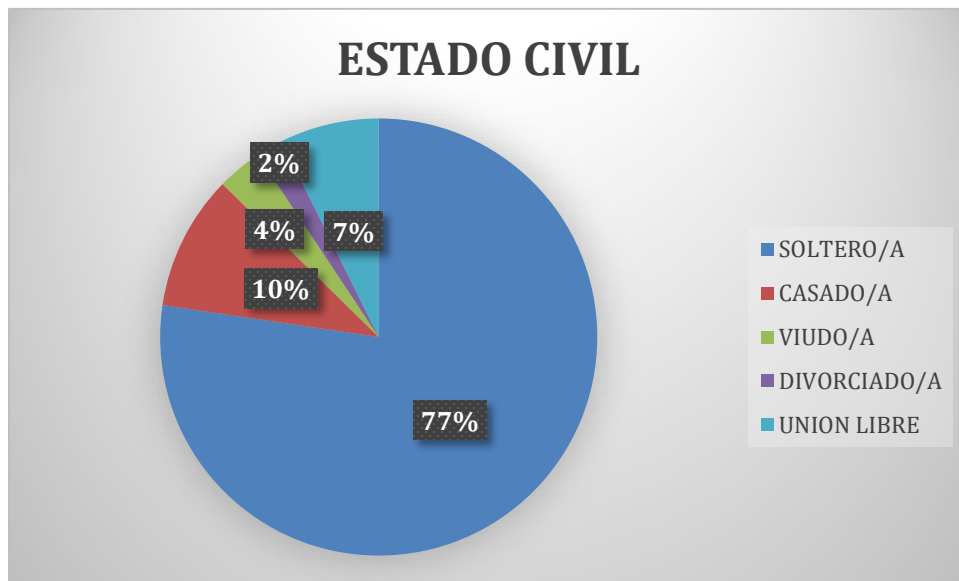
VARIABLE: MOTIVO	frecuencia (f)	porcentaje (%)
NEGOCIOS	7	4,67%
TURISMO	99	66,00%
VISITA A FAMILIARES	17	11,33%
POR GESTIONES POLITICAS	5	3,33%
OTROS	22	14,67%
TOTAL	150	100%



Según la tabla, se puede concluir que el motivo principal por el que las personas viajan al cantón Portovelo es por turismo, representando el 66% de las respuestas. La segunda causa más frecuente es para visitar a familiares, con un 11,33%, seguida de otros motivos con un 14,67%. Solo una pequeña proporción de las personas viajan al cantón Portovelo por negocios o gestiones políticas, con un 4,67% y 3,33% respectivamente. La tabla indica que el cantón Portovelo es principalmente un destino turístico y que los motivos de viaje son mayoritariamente personales o recreativos.

PREGUNTA 3

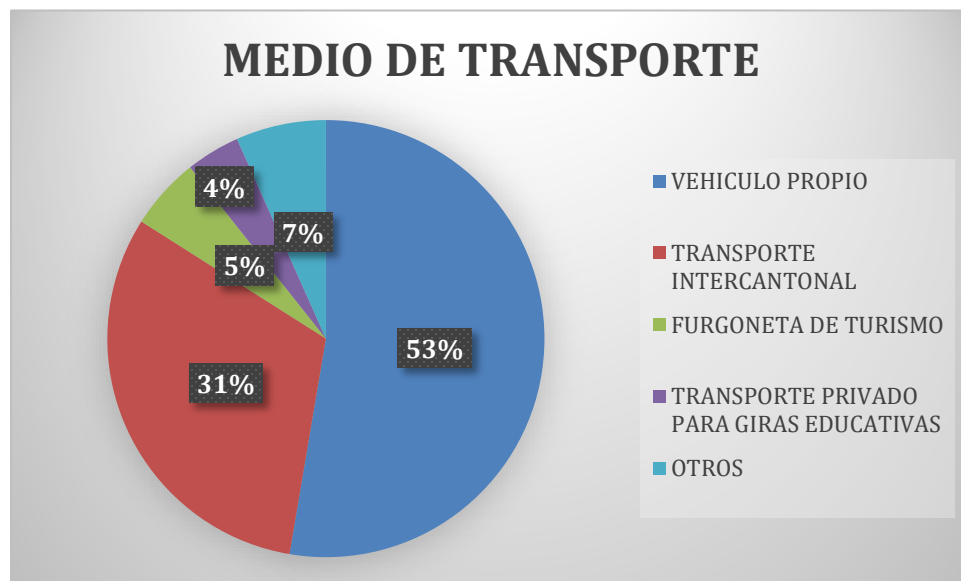
VARIABLE: ESTADO CIVIL	frecuencia (f)	porcentaje (%)
SOLTERO/A	116	77,33%
CASADO/A	15	10,00%
VIUDO/A	5	3,33%
DIVORCIADO/A	3	2,00%
UNION LIBRE	11	7,33%
TOTAL	150	100%



La tabla muestra la distribución de los encuestados según su estado civil. La mayoría de los encuestados son solteros/as, representando el 77,33% de la muestra. El 10% está casado/a, el 7,33% está en unión libre, el 3,33% es viudo/a y solo el 2% está divorciado/a. Esta información puede ser relevante para entender las preferencias de consumo de los encuestados, así como para diseñar estrategias de marketing específicas dirigidas a cada grupo.

PREGUNTA 4

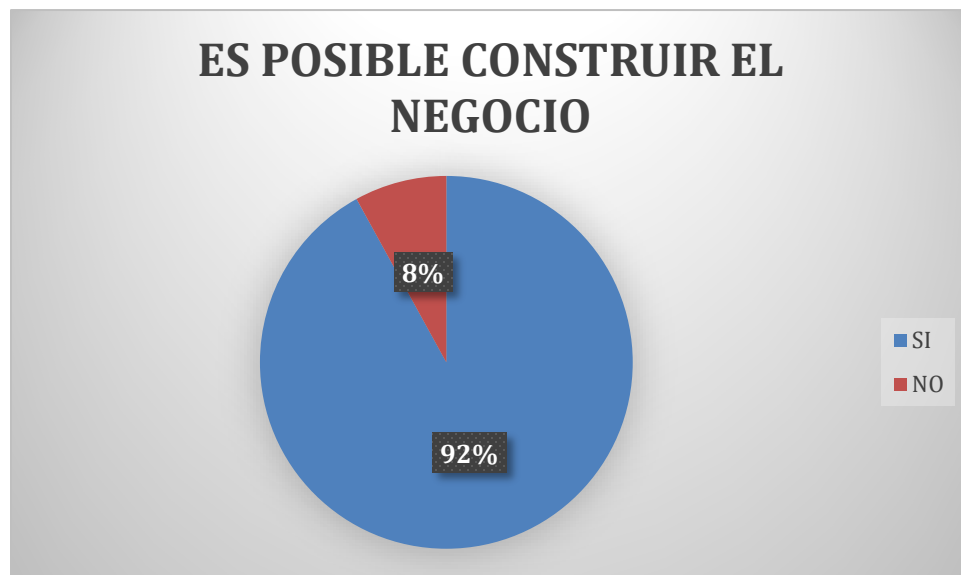
VARIABLE: MEDIO DE TRANSPORTE	frecuencia (f)	porcentaje (%)
VEHICULO PROPIO	79	52,67%
TRANSPORTE INTERCANTONAL	47	31,33%
FURGONETA DE TURISMO	8	5,33%
TRANSPORTE PRIVADO PARA GIRAS EDUCATIVAS	6	4,00%
OTROS	10	6,67%
TOTAL	150	100%



El 52,67% de los encuestados viaja a Portovelo en su propio vehículo, mientras que el 31,33% utiliza transporte intercantonal. Un pequeño porcentaje (5,33%) utiliza furgonetas de turismo y solo el 4% utiliza transporte privado para giras educativas. Un 6,67% utiliza otros medios de transporte.

PREGUNTA 5

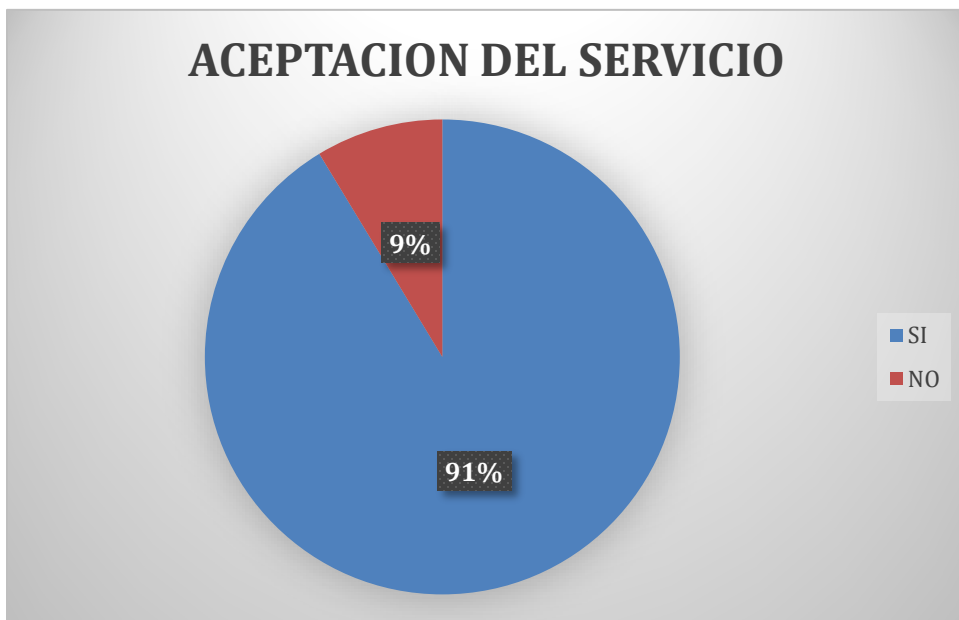
VARIABLE: ES POSIBLE CONSTRUIR EL NEGOCIO	frecuencia (f)	porcentaje (%)
SI	138	92,00%
NO	12	8,00%
TOTAL	150	100%



Basándonos en la tabla de la pregunta 5, parece que 138 de los 150 encuestados, o el 92%, creen que es posible construir un bar y restaurante en el mirador San José en Portovelo. Mientras tanto, 12 encuestados, o el 8%, creen que no es posible. Esto sugiere que existe un alto nivel de optimismo y apoyo para el establecimiento del negocio entre la población encuestada.

PREGUNTA 6

VARIABLE: ACEPTACION DEL SERVICIO	frecuencia (f)	porcentaje (%)
SI	137	91,33%
NO	13	8,67%
TOTAL	150	100%

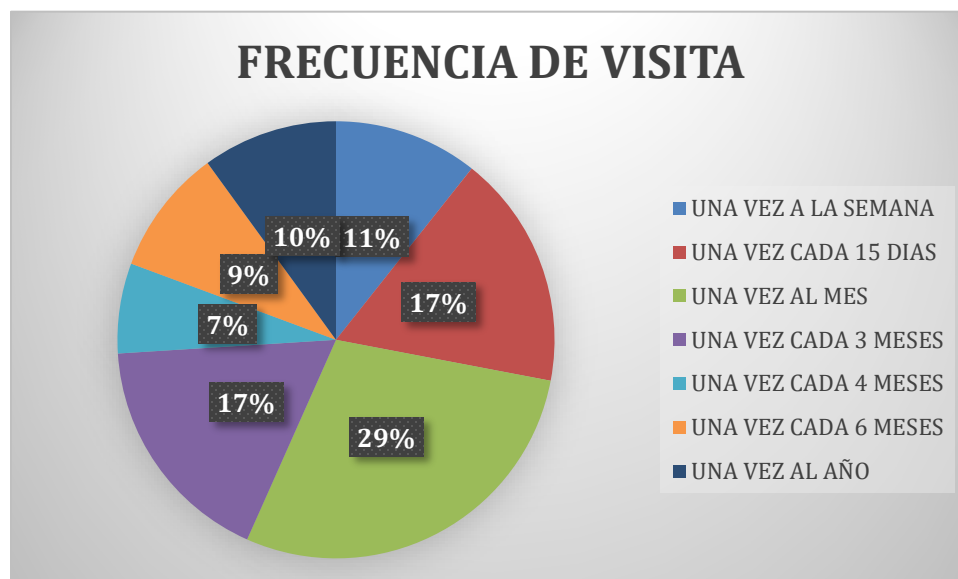


Según la tabla de la pregunta 6, se puede observar que 137 de los 150 encuestados, es decir, el 91,33%, estarían dispuestos a visitar el bar & restaurante en el mirador San José en caso de ser construido. Mientras tanto, 13 encuestados, o el 8,67%, indicaron que no estarían dispuestos a visitarlo. Esto sugiere una alta aceptación del servicio entre la población encuestada, lo que podría ser una señal positiva para el negocio si se decidiera establecerlo.

PREGUNTA 7

VARIABLE: FRECUENCIA DE VISITA	frecuencia (f)	porcentaje (%)
UNA VEZ A LA SEMANA	16	10,67%
UNA VEZ CADA 15 DIAS	26	17,33%
UNA VEZ AL MES	43	28,67%
UNA VEZ CADA 3 MESES	26	17,33%
UNA VEZ CADA 4 MESES	10	6,67%
UNA VEZ CADA 6 MESES	14	9,33%

UNA VEZ AL AÑO	15	10,00%
TOTAL	150	100%

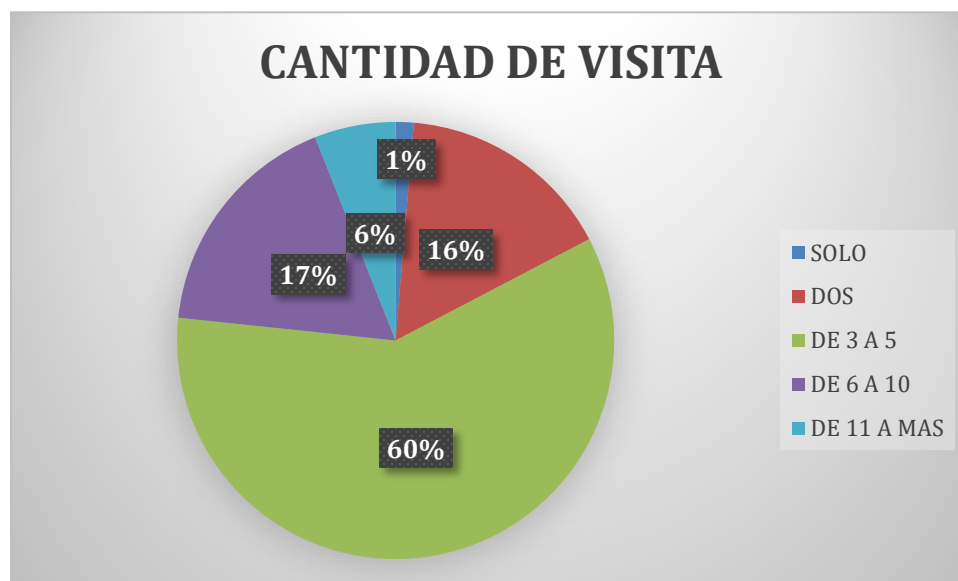


En la tabla correspondiente a la pregunta 7, se puede observar que la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a visitar el bar & restaurant con cierta frecuencia. El 28.67% de los encuestados indicó que visitarían el establecimiento una vez al mes, seguido del 17.33% que lo visitaría una vez cada 15 días y otra vez cada 3 meses. El 10.67% lo visitaría una vez a la semana, mientras que el 9.33% lo haría una vez cada 6 meses. El 10% de los encuestados indicó que visitaría el establecimiento una vez al año. En general, la tabla sugiere un nivel significativo de interés en visitar el bar & restaurant en el Mirador San José en Portovelo.

PREGUNTA 8

VARIABLE: CANTIDAD DE VISITA	frecuencia (f)	porcentaje (%)
SOLO	2	1,33%
DOS	24	16,00%
DE 3 A 5	89	59,33%
DE 6 A 10	26	17,33%
DE 11 A MAS	9	6,00%

TOTAL	150	100%
-------	-----	------

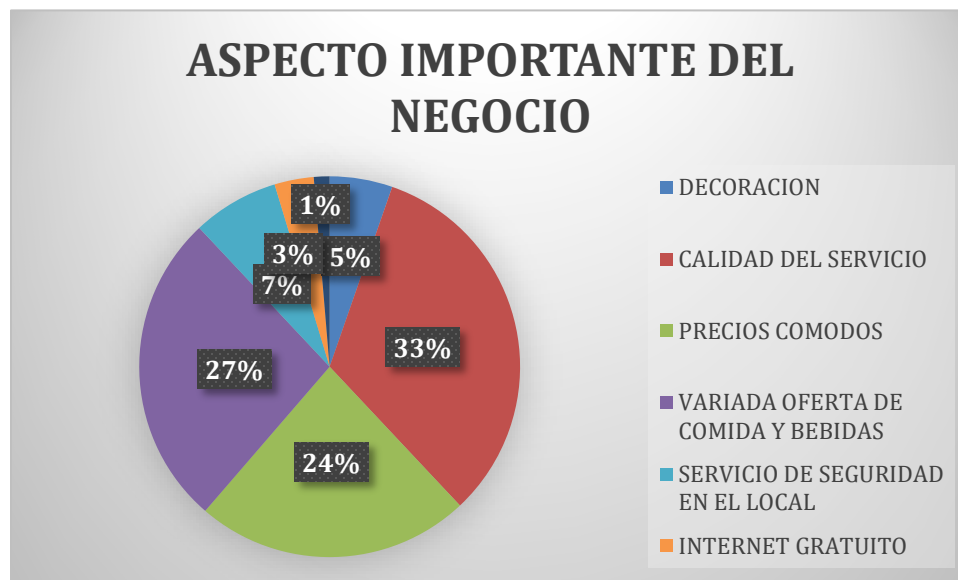


La tabla corresponde a la pregunta 8, donde se indagó sobre la cantidad de personas con las que los encuestados visitarían el bar & restaurant en el mirador San José de Portovelo. La mayoría de los encuestados (59,33%) respondieron que lo harían en un grupo de 3 a 5 personas, mientras que el 16% lo haría con dos personas. El 17,33% visitaría el lugar con un grupo de 6 a 10 personas y el 6% lo haría con un grupo de 11 o más personas. Solo el 1,33% respondió que visitaría el lugar en solitario. Estos datos pueden ser útiles para la planificación y toma de decisiones en cuanto al tamaño y capacidad del establecimiento en caso de su construcción.

PREGUNTA 9

VARIABLE: ASPECTO IMPORTANTE DEL NEGOCIO	frecuencia (f)	porcentaje (%)
DECORACION	8	5,33%
CALIDAD DEL SERVICIO	49	32,67%
PRECIOS COMODOS	35	23,33%
VARIADA OFERTA DE COMIDA Y BEBIDAS	40	26,67%

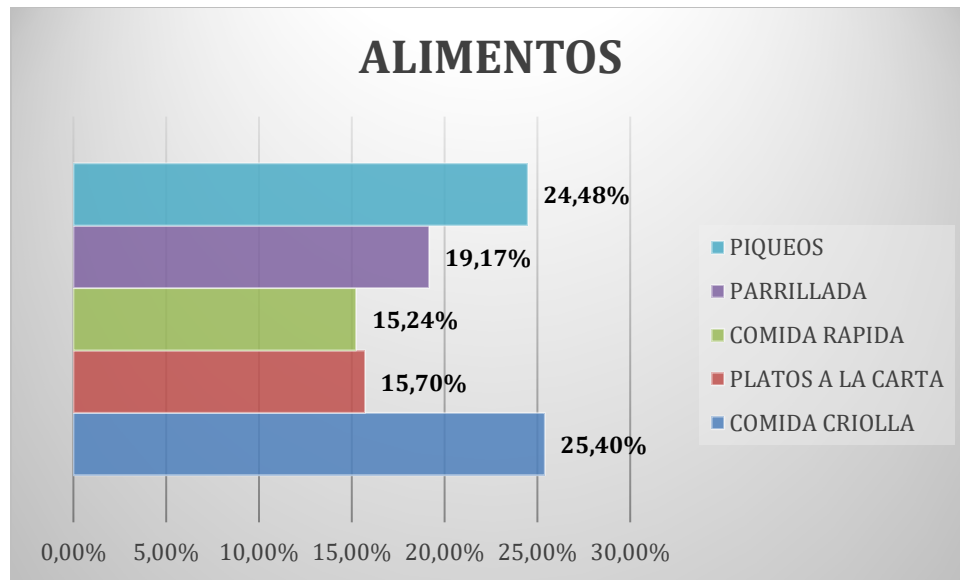
SERVICIO DE SEGURIDAD EN EL LOCAL	11	7,33%
INTERNET GRATUITO	5	3,33%
TODAS LAS ANTERIORES	2	1,33%
TOTAL	150	100%



En la tabla para la pregunta 9 se puede observar que la mayoría de los encuestados, el 32,67% o 49 personas, consideran que la calidad del servicio es el aspecto más importante a tomar en cuenta en un bar & restaurant, seguido de una variada oferta de comida y bebidas con un 26,67% o 40 personas. El 23,33% o 35 personas mencionan que los precios cómodos son importantes, mientras que solo 5,33% o 8 personas mencionaron la decoración como un aspecto importante. Un número menor de encuestados, el 7,33% o 11 personas, creen que un servicio de seguridad en el local es importante, mientras que solo el 3,33% o 5 personas mencionaron la disponibilidad de Internet gratuito. Solo el 1,33% o 2 personas consideran que todas las opciones anteriores son importantes en igual medida.

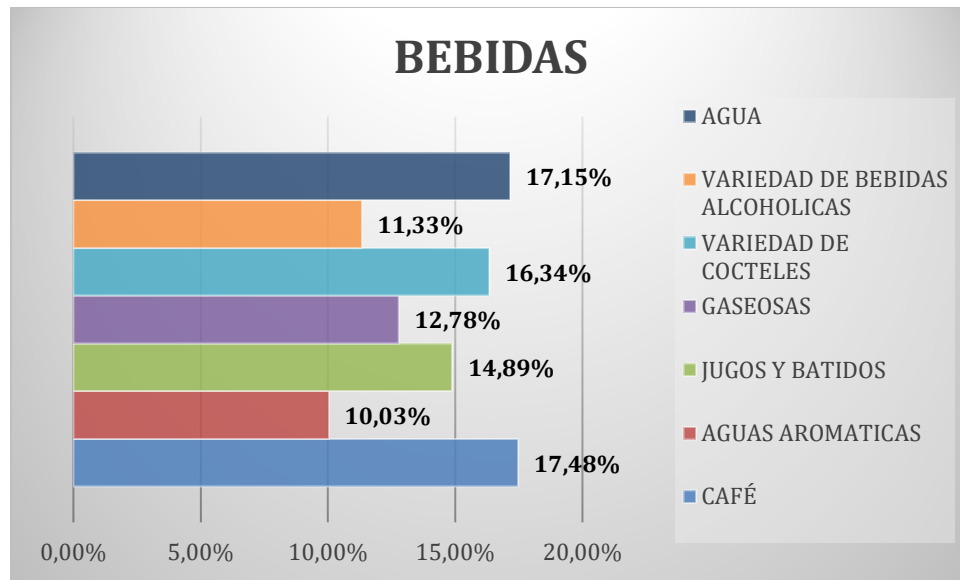
PREGUNTA 10

VARIABLE: ALIMENTOS	frecuencia (f)	porcentaje (%)
COMIDA CRIOLLA	110	25,40%
PLATOS A LA CARTA	68	15,70%
COMIDA RAPIDA	66	15,24%
PARRILLADA	83	19,17%
PIQUEOS	106	24,48%
TOTAL	433	100%



En la pregunta 10, se observa que la mayoría de los encuestados (110 personas, o 25.40%) prefieren que se ofrezca comida criolla en el bar y restaurante. Los piqueos también son populares, con un total de 106 personas (24.48%) que los prefieren. La parrillada y los platos a la carta son las siguientes opciones más populares, con 83 (19.17%) y 68 (15.70%) personas, respectivamente.

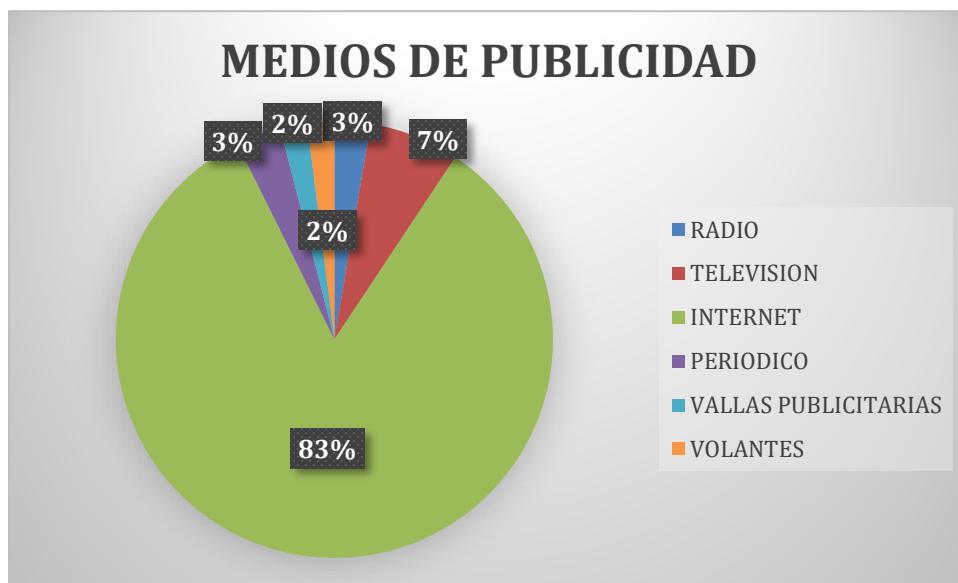
VARIABLE: BEBIDAS	frecuencia (f)	porcentaje (%)
CAFÉ	108	17,48%
AGUAS AROMATICAS	62	10,03%
JUGOS Y BATIDOS	92	14,89%
GASEOSAS	79	12,78%
VARIEDAD DE COCTELES	101	16,34%
VARIEDAD DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	70	11,33%
AGUA	106	17,15%
TOTAL	618	100%



En cuanto a las bebidas, la mayoría de los encuestados prefieren variedad de cócteles (101 personas, o 16.34%) y agua (106 personas, o 17.15%). También hay una demanda significativa para jugos y batidos (92 personas, o 14.89%), café (108 personas, o 17.48%), y variedad de bebidas alcohólicas (70 personas, o 11.33%). En general, la demanda por variedad en las bebidas es alta y debe ser considerada por el negocio en su oferta.

PREGUNTA 11

VARIABLE: MEDIOS DE PUBLICIDAD	frecuencia (f)	porcentaje (%)
RADIO	4	2,67%
TELEVISION	10	6,67%
INTERNET	125	83,33%
PERIODICO	5	3,33%
VALLAS PUBLICITARIAS	3	2,00%
VOLANTES	3	2,00%
TOTAL	150	100%



Según la tabla de la pregunta 11, el 83.33% de los encuestados prefiere que la publicidad del establecimiento se realice a través de internet. Solo un pequeño porcentaje (6.67%) prefiere la televisión y un porcentaje aún menor (2.67%) menciona la radio como medio de publicidad. La publicidad en periódicos, vallas publicitarias y volantes son mencionados por un 3.33% de los encuestados en conjunto. En resumen, internet parece ser el medio de publicidad más efectivo para llegar a la audiencia objetivo.