



BOLIVARIANO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

CARRERA: GESTIÓN MICROEMPRESARIAL

**CREACIÓN DEL RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA:
“COSTILLITA LOJANA” EN EL BARRIO SAN CAYETANO
ALTO, CANTÓN LOJA - PROVINCIA DE LOJA**

**PLAN DE NEGOCIOS PREVIO LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN GESTIÓN
MICROEMPRESARIAL**

AUTOR:

Luis Rudivico Benítez

DIRECTOR:

Ing. Edison Urdiales Quezada

2016

**LOJA- ECUADOR
2016**

DEDICATORIA:

Mi agradecimiento al Padre Celestial, a mis padres y hermana por incentivar me en los buenos y malos momentos durante la etapa estudiantil, motivación suficiente para llegar a concluir la meta propuesta.

EL AUTOR

AGRADECIMIENTO:

Agradezco a Dios, al haberme iluminado por el camino del bien, a los docentes del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano, por brindarme sus conocimientos para obtener el título profesional en Gestión Micro empresarial.

EL AUTOR

ÍNDICE DE CONTENIDOS GENERALES

CONTENIDO	
DEDICATORIA:.....	ii
AGRADECIMIENTO:.....	iii
INDICE DE CONTENIDOS GENERALES.....	iv
RESUMEN EJECUTIVO	vii
Summary	viii
INTRODUCCION	x
1. EVALUACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO:	1
1.1. Descripción de la idea de negocio.....	1
1.2. Evaluación de su idea de negocio:	2
2. NOMBRE DE LA EMPRESA	4
3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	6
a. Objetivos de largo plazo.....	9
b. Objetivos de mediano plazo	9
c. Objetivos a corto plazo.....	9
4. .- ANÁLISIS DEL SECTOR Y DEL ENTORNO	10
4.1. Análisis del sector productivo.	10
4.2. Análisis del macro ambiente.....	12
4.2.1. Entorno demográfico.....	12
4.2.2. Entorno económico.	13
4.2.3. Inflación.....	14
4.2.4. El PIB. (Producto Interno Bruto).....	15
4.2.5. Entorno social.	16
4.2.6. Entorno cultural.	17
4.2.7. Entorno político.....	19

4.2.8. Entorno tecnológico.....	19
4.3. Análisis del microambiente o sector.....	20
4.3.1. Descripción de las 5 fuerzas de Porter:	21
4.3.1.1. Amenaza de nuevos competidores.....	21
5. ANÁLISIS FODA DEL RESTAURANTE	24
6. MERCADEO O MARKETING.....	25
6.1. Objetivos de Marketing.....	26
6.2. Segmento de mercado.....	26
6.3. Mercado total.	29
6.4. Cálculo de muestra.	29
6.5. Análisis de mercado.....	30
6.5.1. Análisis de la demanda.....	31
6.5.2. Análisis de la oferta.	55
6.6. Marketing mix.....	59
6.6.1. ¿Cuál es el producto o servicio que yo ofrezco?	60
6.6.2. ¿Qué atributo tiene producto o servicio?	60
6.6.3. ¿Cuál es su forma, sabor, olor, color, materiales y sus características físicas?	60
6.6.4. Precio:	60
6.6.5. Plaza.....	61
7.1. Visión	68
7.2. Misión.....	68
7.3. Valores:	68
8. RECURSOS HUMANOS Y LEGAL	69
8.1. Funciones.....	70
8.2. Organigrama estructural.....	74
9.2.1. Organigrama funcional.....	74

8.3.	Legalización del negocio	75
9.	ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES	79
9.1.	Recursos o insumos necesarios	79
9.2.	Descripción del proceso	79
9.3.	Diagrama de proceso	82
9.4.	Distribución de planta.....	84
10.	RECURSOS MATERIALES Y ECONÓMICOS	87
10.2.	Costos.....	90
10.2.1.	Costos fijos.....	90
10.2.2.	Costos variables.....	95
10.2.3.	Precio	98
10.2.4.	Punto de equilibrio.....	99
10.2.5.	Estructurado de costos anuales	100
10.2.6.	Costo proyectado	100
10.3.	Ingresos.....	100
10.3.1.	Ingresos proyectados	101
10.4.	Estados de resultados	101
11.5.	Balance general.....	102
11.6.	Flujo de caja	103
11.7.	Periodo recuperación de la inversión.....	105
11.	INFORME TÉCNICO.....	107
	CONCLUSIONES.....	115
	RECOMENDACIONES	116
	BIBLIOGRAFÍA	117
	ANEXOS	119

RESUMEN

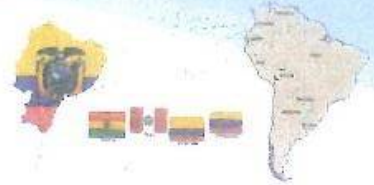
El presente plan de negocios, está encaminado a la creación de un restaurante de comida típica denominado, Costillita Lojana, en la ciudad de Loja. Es la compensación de la gastronomía típica, pero con una innovación sistémica, en cuestión de sazón y sabores.

La descripción del negocio, se constituye en una observación a la competitividad, para poseer mejor tendencia visual en el producto. Mediante los aspectos que están determinados por el análisis FODA.

El plan financiero precisó los estados económicos como: Balance general, flujo de caja y otros recursos que motivan a realizar una inversión con seguridad.



BOLIVARIANO
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR



SUMMARY

This business plan is aimed at creating a food restaurant called, lojana rib, in the Loja city. Is the compensation of the typical gastronomy, but with a systemic innovation, in matter of seasoning and flavors.

The business description constitutes an observation to competitiveness, for have better visual trend in the product. Through the aspects are determined by the SWOT analysis.

The financial plan should the economic conditions as balance sheet, cash flow and other resources that motivate to invest safely.

Lic. Andrea Cueva
DEPARTAMENTO DE IDIOMAS



INTRODUCCIÓN:

Con miras a un emprendimiento se desarrolló el proyecto de comida típica, en el cual presenta producto y servicio de mejor calidad que exige la colectividad lojana.

Ya no es novedad, porque existen restaurantes de comida típica que ofrece sus productos, la única diferencia es la innovación y servicio excelente el objetivo principal del restaurante Costillita Lojana.

No es fácil manejar un negocio tampoco imposible, siempre actuar con estrategias para enfrentarse ante la competitividad, que esta posesionada, con algunas décadas.

El proyecto de comida típica está basado en un plan de negocios, para detallar paso a paso cada capítulo, se trata de disminuir a un mínimo de inseguridad del restaurante, y tener en cuenta que el producto sea de lo mejor, una rentabilidad positiva, que no haya gastos sorprendentes, que los inversionistas lo vean como un proyecto de comida típica, provechoso y satisfactorio.

1. EVALUACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO:

1.1. Descripción de la idea de negocio.

La idea de negocio es crear y poner en funcionamiento un restaurante de comida típica serrana en el sector de San Cayetano Alto, en la ciudad de Loja. Buscará especializarse en platos típicos de la región y particularmente de Loja.

Ésta idea va diseñada con la finalidad de innovar, además de entregar a los clientes un producto nutritivo donde esté presente la exquisitez de platos como: arveja con guineo, cecina de cerdo, costilla frita, repe, caldo de gallina criolla, cuy asado y otros. Insumos que son producidos en el cantón Loja.

El restaurante Costillita Lojana, tratará al consumidor con excelencia, con buenos productos y precios, factores esenciales para el desarrollo de la empresa, además, ofrecerá menús diarios y variados con la finalidad que el cliente se sienta satisfecho.

Todo esto tomando en consideración los parámetros que se indican en los apartados de: análisis del sector y entorno; sector productivo, macro ambiente y microambiente, aspectos primordiales para ordenar de forma lógica la constitución de un negocio.

El negocio que se pretende ejecutar, trata de productos y servicios, por lo tanto se ubica dentro del campo terciario de producción, por lo tanto está relacionado

directamente con la generación de un sustento alimenticio y sobre todo el forjamiento de más fuentes de trabajo para esta región.

Tomando en cuenta y analizando las fases del macro ambiente se ha determinado cómo cada una de estos influye en la idea de negocio, además de poder determinar cuáles podrían ser los cambios constantes, que pueden incidir en cuestión de precios, normas y gustos.

El análisis FODA fue fundamental para determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que podrían afectar en algunos casos el buen funcionamiento de la empresa, considerando también los niveles de competencia con relación a otros negocios existentes en la localidad y que podrían ser factores limitantes en el desarrollo de las actividades relacionadas con el factor alimentario.

1.2. Evaluación de su idea de negocio:

Tabla # 1. Evaluación de su idea de negocio

<p>¿Qué necesidades satisface su idea de negocio?</p>	<p>Personales: el tener una actividad económica propia y sustentable Clientes: Porque tendrían una opción adicional en cuanto a comida típica, con una mejor sazón y calidad de producto Fisiológicas: Disfrutar una alimentación mejorada y nutritiva. Seguridad: Brindar alimentos frescos para seguridad y la salud del cliente. De la sociedad: Se crearán puestos de trabajo y por consiguiente ingresos para los involucrados. Reconocimiento: Por un producto y servicio, del restaurante Costillita Lojana, Superación: Tener nuevas experiencias acerca de este emprendimiento, restaurante de Costillita Lojana, aquí se enfoca, gestión micro empresarial para indagar e innovar.</p>
---	---

	Continuación
¿Cuánto cree que el cliente puede pagar por el producto?	Luego de un estudio y de haber obtenido criterios, se puede mencionar que los costos son accesibles frente a los de la competencia.
¿Qué diferenciación tiene el producto que ofrecerá al cliente?	Al existir productos similares en el mercado lo que se pretende con la implementación del restaurante Costillita Lojana, es innovar al ofrecer a los clientes, nuevos productos que se diferencian su calidad y accesibilidad.
¿Es posible conseguir dinero para la puesta en marcha de su idea de negocio?	El dinero se obtendrá de dos fuentes: Un porcentaje será con autofinanciación y el otro se obtendrá de identidades financieras.
¿Su idea empresarial es pertinente para ponerla en marcha a corto plazo?	Por legalización y el presupuesto será ejecutado a largo plazo.
¿Posee los conocimientos necesarios para el desarrollo de su idea empresarial, cuenta con personal calificado o conoce especialistas en el tema?	Se dispone de los conocimientos necesarios para emprender y desarrollar la empresa, además se contratará personal calificado para lograr la buena marcha del negocio.
¿Tiene facilidad y le gusta desempeñar trabajos relacionados con la idea de negocios que usted propone?	La pasión, buena voluntad, e indagación van de la mano y sobre todo existe la predisposición para su ejecución.
¿Cuáles son los factores de éxito de su idea de negocio? (Factores de éxito son aquellos que indican la permanencia y el desarrollo creciente de su negocio en el mercado. Por ejemplo: publicidad.	La buena sazón, calidad de producto, la creación de un blog, comida típica con imágenes y recetario y la promoción, apoyado de la publicidad, serán fundamentales para crecer en función de los intereses.

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

2. NOMBRE DE LA EMPRESA

Para optar por el nombre de la empresa se procedió, a elaborar una encuesta en la cual se detallan varios nombres para que el encuestado elija el nombre de su preferencia, para ello se tomó al azar la muestra.

1.- ¿Seleccione, el nombre que a usted lo crea de su preferencia, 1 al 5?

Cuadro # 2. Nombre de la empresa

Nombre	Descriptivo	Atractivo	Claro	Significado	Agradable	Total
San Luis						
La Abuela						
San Cayetano						
La Loma						
Costillita Lojana						

Fuente. La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

2.- ¿Escoja un nombre de la tabla, a cada referencia, colocar un número del 1 al 5?

Cuadro # 3. Nombre del slogan

Nombre	Descriptivo	Atractivo	Claro	Significado	Agradable	Total
Sabor criollo						
Sabor al paso						
Qué rico!						
Deleite lo típico						
Vaya delicia						

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Cuadro # 4. Nombre seleccionado de la empresa

Nombre	Descriptivo	Atractivo	Claro	Significado	Agradable	Total
San Luis	2	2	2	3	4	13
La Abuela	1	4	2	3	4	12
Cayetano	2	3	2	3	3	12
La Loma	1	2	3	2	3	11
Costillita Lojana	2	4	3	3	5	17

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Escriba el nombre seleccionado para su empresa:

“COSTILLITA LOJANA”

Para definir el slogan también se hizo lo mismo.

Slogan ¡¡Vaya delicia!!

Cuadro # 5. Slogan seleccionado

Nombre	Descriptivo	Atractivo	Claro	Significado	Agradable	Total
Sabor criollo	1	3	2	4	3	13
Sabor al paso	2	3	1	3	1	11
Qué rico!	3	2	1	3	2	11
Deleite lo típico	3	1	2	2	3	12
Vaya delicia	2	3	4	3	5	17

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Escriba el slogan seleccionado para su empresa

¡Vaya delicia!

3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que se pretenden alcanzar en un periodo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer.

Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen, sirven como fuentes de motivación para los miembros de la misma.

En este sentido es necesario señalar algunas perspectivas que son importantes de tomarlas en cuenta.

- Permite enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
- Sirven de guía para la formulación de estrategias.
- Permiten evaluar resultados al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.
- Generan coordinación, organización, control y seguridad en la toma de prioridades.
- Producen concordancia y disminuyen la incertidumbre.

Características de los objetivos

Para que los objetivos de una empresa permitan obtener los beneficios descritos anteriormente, deben presentar algunas características:

Medibles.

Deben ser mensurables, es decir, ser cuantitativos y estar ligados a un límite de tiempo. Por ejemplo, un objetivo medible es aumentar las ventas en un 20% para el próximo periodo. Sin embargo, es posible utilizar algunos generales que pueden ser aumentar las ventas, pero siempre y cuando éstos estén acompañados de proporciones medibles que en conjunto puedan ser alcanzables.

Alcanzables

Deben ser factibles. Deben estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta la capacidad y los recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) con los que cuenta, así como la disponibilidad del tiempo necesario para cumplirlos.

Tipos de objetivos

Existen diferentes tipos de objetivos en una empresa, los que pueden ser clasificados de acuerdo a su naturaleza, jerarquía y alcance de tiempo.

a. Objetivos generales

También conocidos como genéricos, se basan en ideas amplias que llevan a dar claridad al trabajo que se pretende ejecutar. Unos cuantos como simples ejemplos.

- Constituir una empresa líder del mercado.
- Incrementar las ventas, por ende, aumentar los ingresos.

- Generar mayores utilidades.
- Obtener una mayor rentabilidad.
- Marca reconocida en el mercado.
- Aumentar el número de vendedores.
- Crecimiento.
- Supervivencia

Objetivos específicos

Son aspectos concretos expresados en términos de cantidad y tiempo, son necesarios para alcanzar los objetivos generales. Algunos ejemplos

- Generar utilidades mayores para un próximo periodo.
- Obtener una rentabilidad anual del 25%.
- Triplicar la producción antes de acabar el periodo.
- Crear fuentes de trabajo y por ende aumentar el número de trabajadores.
- Lograr mejor rendimiento en el trabajo.
- Abrir sucursales.

b. Objetivos estratégicos

Son organizacionales, porque se considera a la empresa como un conjunto unificado y que sirven para definir su rumbo. Son formulados por los dueños o los altos directivos de la empresa. Normalmente son generales y de largo plazo.

- Constituirse en una empresa líder en la región sur del país.
- Lograr posicionarse en el mercado local.
- Abrir sucursales a nivel regional y nacional.

De acuerdo a su alcance de tiempo, también pueden ser:

a. Objetivos de largo plazo

Contar con una infraestructura adecuada, arquitectónica a fin de incrementar el producto, y sus ventas, posicionando al restaurante Costillita Lojana, como el mejor ícono de la ciudad de Loja y el país.

b. Objetivos de mediano plazo

Fortalecer la capacitación al personal, lo que permitirá realizar innovaciones y contribuirá a posicionarse como una prestigiosa empresa en toda la colectividad lojana.

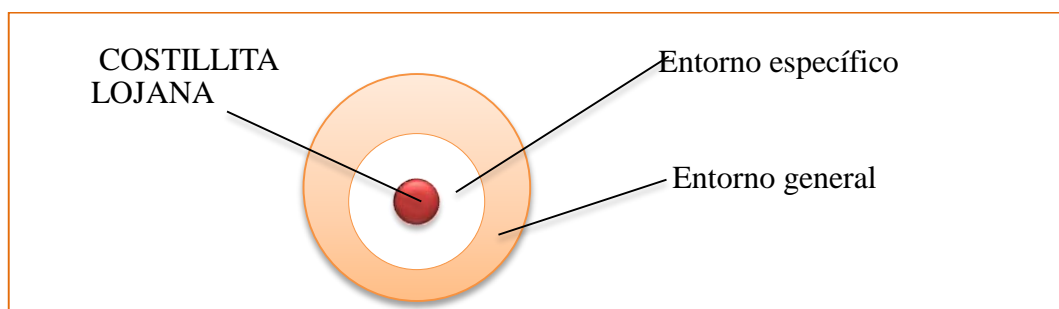
c. Objetivos a corto plazo

Lograr que toda la actividad que promueve el restaurante Costillita Lojana, en el barrio San Cayetano Alto, brinde productos y servicios de calidad y calidez.

4. .- ANÁLISIS DEL SECTOR Y DEL ENTORNO

El atrayente de negocio depende en gran medida de algunas características del sector en que se desarrolla particularmente lo que importa la aglomeración y de evolución índice poblacional.

Gráfico # 1. Costillita Lojana, entorno específico, entorno general



Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

4.1. Análisis del sector productivo.

El sector terciario desde el punto de vista de economía es el que mayor empleo genera en las comunidades. Las actividades de este núcleo en todo su conjunto pueden contribuir al desarrollo sostenible de manera importante. La suma de pequeños ahorros, supone un gran ahorro final.

Alcanzar una sociedad más sostenible precisa de cambios profundos de nuestros hábitos de comportamiento cotidiano, a nivel individual y colectivo. La mayoría de las veces son pequeños gestos diarios, pero que exigen cambiar nuestras rutinas diarias y una constante toma de conciencia en favor de la sostenibilidad (Ministerio de Producción, 2010, p. 345).

El sector terciario de la economía es aquella actividad económica que comprende muchas actividades que van desde el comercio a la prestación de servicios, pasando por el transporte.

A primera vista todo esto resulta más complicado que aplicar técnicas o procedimientos que pertenecen a los sectores primario y secundario por ejemplo.

A esto se debe añadir que un punto esencial para conseguir una buena sostenibilidad es la educación. En este sector, es necesario inculcar en todos los trabajadores y responsables de las distintas áreas de trabajo procurando una mentalidad favorable hacia el ahorro y evitar el despilfarro de recursos. El trabajo en favor de la sostenibilidad es, con frecuencia, una suma de pequeñas acciones cotidianas que permitan llegar a una meta específica.

En todas las regiones ecuatorianas. Costa, Sierra, Oriente y Galápagos, existe una variedad de comida típica, ciertos investigadores en cocina, le dan renombre positivo, en particular a la provincia de Loja, en sus 16 cantones, donde existe una variedad de comidas típicas, cada cual con su toque especial, por lo que se hace un análisis respecto a la gastronomía lojana.

Según el Censo Económico realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, en Loja se han registrado 11694 establecimientos de diferentes sectores económicos, vinculados con: enseñanza, construcción, administración pública, manufactura, transporte, salud, finanzas e industria.

4.2. Análisis del macro ambiente.

Se analizan las fuerzas que afectan al macro ambiente para tener una perspectiva más cercana a la realidad de tales condiciones y conocer si afectan a la idea de negocio planificada.

4.2.1. Entorno demográfico.

La población del cantón Loja, es de 214.855 habitantes. De las cuales 20.788 (9.7%) es población que se ubica entre 0 y 4 años. Un porcentaje similar representa la población de 5 - 9, 10 y 14 años, esto constituye un 9.9% y el 10.3% respectivamente. Valores similares se observan hasta los grupos entre 25 y 29 años, donde el porcentaje de población empieza a disminuir paulatinamente. De hecho, la población entre 40-44 y 50-54 años, representan el 5.3% y el 4.1% tamañamente. La población de 55, en adelante lo integra el 13.1% (INEC, 2010, p. 77).

Tabla # 6. Distribucion poblacion de Loja por edades

EDAD	POBLACIÓN	%
0-4	20.788	9.7%
5-9	21.310	9.9%
10-14	22.025	10.3%
15-19	22.877	10.6%
20-24	21.943	10.2%
25-29	18.935	8.8%
30-34	14.949	7.0%
35-39	12.702	5.9%
40-44	11.323	5.3%
45-49	10.913	5.1%
50-54	8.841	4.1%
55 y mas	28.249	13.1%
Total	214.855	100%

Fuente: VII Censo de Población y VI de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censo

Tabla # 7. 10 años y mas, por condicion de actividad

Loja			
	PEA	PEI	TOTAL
Hombre	44.922	23.799	68.721
Mujer	33.397	43.447	76.844
Total	78.319	67.246	145.565

Fuente La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

4.2.2. Entorno económico.

Tabla # 8. Actividades principales

ACTIVIDADES	PORCENTAJE
1. Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas	53,40% (97% comercio al por menor y 3% comercio al por mayor)
2. Industrias manufactureras	9,30%
3. Actividades de alojamiento y de servicios de comidas	9,30%
4. Actividades profesionales, científicas y técnicas	6%
5. Información y comunicación	4%
6. Actividades de servicio administrativos y de apoyo	2%
7. Enseñanza	2%
8. Otras actividades	14%
Total	100 %

Fuente: VII Censo de Población y VI de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Las condiciones económicas son de fundamental importancia para el planeamiento estratégico dado que inciden no sólo en el tamaño y atractivo de los mercados que la empresa atiende, sino en la capacidad de ésta para atenderlos rentablemente. Es posible que éstas limiten el nivel de recursos que las empresas pueden usar para intentar satisfacer la demanda.

Por lo tanto, es esencial que las empresas observen el ambiente económico y traten de identificar las probables direcciones de la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico, los costos y la disponibilidad de las materias primas; los patrones cambiantes en la forma de gastar del consumidor entre la gran variedad de factores que afectan el poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de gastos. Debido a que los consumidores en diferentes niveles de ingresos tienen también patrones de gasto y preferencias diversas (INEC, 2010, p. 67).

Debido a que los consumidores en diferentes niveles de ingresos tienen también patrones de gasto y preferencias diversas (INEC, 2010, p. 67).

Al iniciar la producción de estos productos el restaurante, tendrá que enfrentar, diversas variables de lo exterior, por citar lo el incremento de precios de la materia prima es un gran reto al que deberá sujetarse, si las condiciones así lo exigen, además todo esto va relacionado con el factor adquisitivo de los consumidores, en vista que estos tienen diferentes formas de ingresos y también de gastos.

4.2.3. Inflación.

La inflación anual de enero 2013, fue de 4.10%, porcentaje inferior al registrado en el mismo mes del año 2012 (5.29%); en cuanto a consumo ubicándose sobre el promedio general, que atenuó su resultado por la deflación de las categorías recreación, cultura y comunicaciones.

La inflación, afectaría al restaurante, porque al proveerse de materias primas y elaboradas, la constante subida de precios, le pondría en riesgo por la desvalorización (precios), en el momento de la preparación de los platos de comida típica.

Tabla # 9. Inflacion, de 2008 al 2015

INFLACIÓN ANUAL DE 2008 AL 2015	
AÑO	%
2008	8,28 %
2009	1,42 %
2010	6,67 %
2011	3,10 %
2012	4,16 %
2013	4,10 %
2014	3,20 %
2015	4,55 %

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Luis Benítez

4.2.4. El PIB. (Producto Interno Bruto)

Es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país.

Tabla # 10. Pib anual del 2012 al 2015

PIB ANUAL 2012 AL 2015	
2012	4,80 %
2013	4,5 %
2014	5,00 %
2015	3,70 %

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Luis Benítez

4.2.5. Entorno social.

Es donde un individuo humano vive con determinadas condiciones de vida, condiciones de trabajo, nivel de ingresos, nivel educativo, esto determinado o relacionado a los grupos a los que pertenece.

El entorno social de un individuo, también es llamado contexto social o ambiente social, es la cultura en la que el individuo fue educado y vive, y abarca a las personas e instituciones con las que el individuo interactúa en forma regular. La interacción puede ser de persona a persona o a través de los medios de comunicación, incluso de forma anónima, y puede no implicar la igualdad de estatus social. Por lo tanto, el entorno social es un concepto más amplio que el de la clase social o círculo social.

Sin embargo, las personas con el mismo ambiente social, a menudo, no sólo desarrollan un sentido de solidaridad, sino que también tienden a confiar y ayudarse unos a otros, y se congregan en grupos sociales (Wikipedia, 2015).

Cada quien mira, el entorno a su manera el restaurante Costillita Lojana, será observado, y observará cada elemento del entorno social, para tener una mejor imagen, en el desenvolvimiento de sus actividades, generar conformidad y sobre todo confianza en función de los requerimientos para su crecimiento.

La educación es la ilustración de las personas, es el pilar fundamental para derrotar la ignorancia, procurando una estabilidad social, sin embargo las micro

empresas no son tomadas, muy en cuenta en la provincia de Loja, en mínima situación están las industrias manufactureras y agroindustrias. Las que más influyen, son los servicios, como: hoteles, restaurantes, lo que resulta un espacio interesante para realizar inversiones en este sentido.

4.2.6. Entorno cultural.

Es un conjunto de valores, rituales, símbolos, creencias y procesos de pensamiento que es aprendido, comprendido por un grupo de personas y transmitido de una generación a otra.

Loja tiene características muy especiales que le dan una propia identidad, es una región de la patria ecuatoriana donde el desafío permanente de una naturaleza agreste.

Y dura ha forjado un tipo de hombre abierto a la solidaridad, a la creatividad cultural y a la lucha solidaria por la supervivencia y el progreso; ser extranjero o forastero casi, constituye un privilegio, la hospitalidad y cordialidad del lojano resalta y enaltece sus mejores tradiciones (Municipio de Loja, 2012, p. 1).

En este sentido se puede afirmar que la Loja se ha distinguido en todos los tiempos por una definida vocación por la música de sus habitantes y por cultivar el género musical, entre todos los estratos sociales. De esta manera, se puede concluir que la música es para el lojano un lenguaje, una forma de expresión natural, profundamente ligada a su existencia.

De todas las tradiciones o fiestas culturales, la más conocida es la que se vive con la llegada de la imagen de la Virgen de El Cisne a la ciudad de Loja, la rutinaria fisonomía de la urbe se transforma en un ambiente festivo, alegre y optimista. Es algo así como, cuando una madre regresa al hogar luego de mucho tiempo de ausencia. Sus hijos no la abandonan un instante, sino que anhelan vivir junto al ser querido y añorado con intensidad existencial y entrañable (Municipio de Loja, 2012, p. 2).

Los lojanos pueden constatar su potencial económico en la feria de septiembre, a pesar del abandono y de la postergación en la que vive.

Por ello, se ha aprendido a luchar y a convivir con una naturaleza adversa, acrisolando un espíritu de indeclinable tesón, tal es el caso de la producción agropecuaria y agroindustrial que, enraizada en una ancestral tradición, se manifiestan aún recias y |robustas esperando días de redención científica y tecnológica, sin jamás doblegar su esperanza, tradición contumaz de la Feria, es la presencia de los clásicos bocadillos, Oriundos de diversos lugares del cantón Paltas, de manera preferente, tales como: San Antonio, San Vicente del Río, Las Cochas, El Pico, Olmedo, Buena Vista, Chaguarpamba, Yamana y de otros pueblos de la provincia (GAPL, 2013, p. 4).

Es así que al poner al servicio de la ciudadanía el restaurante Costillita Lojana, se vincula a la tradición de las comidas típicas, esto resulta atrayente para residentes y turistas por ser una tradición que viene de hace mucho tiempo.

4.2.7. Entorno político.

El ambiente político se compone por un conjunto de leyes, dependencias del gobierno, y grupos de presión que influyen y limitan tanto las actividades de las organizaciones como las de los individuos en la sociedad. La existencia de leyes y regulaciones cumple al menos tres propósitos: fomentar la competencia, protegiendo a las empresas unas de otras; asegurar mercados justos para los bienes y servicios, resguardando a los consumidores; y, salvaguardando los intereses de la sociedad como un todo, y a otras empresas de negocios contra las prácticas poco éticas (Salazar, 1994, p. 32).

En todo sector de la sociedad existen disposiciones que deben ser cumplidas, porque todo está en torno al desarrollo o retraso de los pueblos y estos crecen en función de las políticas públicas que rigen en un territorio.

Por lo tanto, el restaurante de comida típica “Costillita Lojana” acataría las leyes y normas del Estado, lo importante de esto es elaborar un producto de calidad y un precio módico con esto tendrían poco riesgo de pérdidas o que desaparezca.

4.2.8. Entorno tecnológico.

El entorno de las organizaciones presenta día a día nuevas tecnologías que reemplazan a las anteriores; a la vez que crean nuevos mercados y oportunidades de comercialización. Los cambios en la tecnología pueden afectar seriamente las clases de productos disponibles en una industria y las clases de

procesos empleados para producir esos productos (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2012, p. 12).

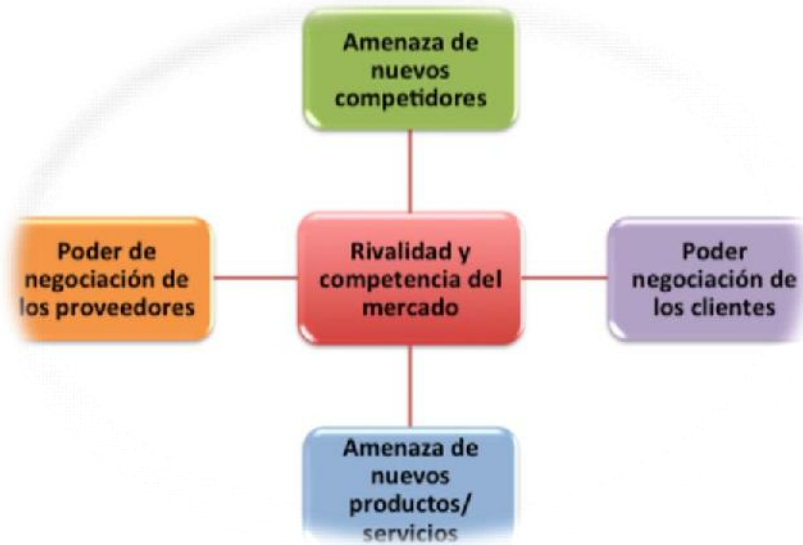
En ambos casos, el efecto sobre la estrategia de mercadeo puede ser enorme. El conjunto de técnicas pueden afectar los valores y estilos de vida del consumidor. Cuando los productos de un negocio se encuentran en su ciclo de vida en la etapa de madurez, las empresas sobreviven, en gran medida, desiguando sus productos de los de los competidores, y esto lo logran sólo con innovaciones y tecnología de progreso.

Hacer una observación sobre la tecnología, se incluirá algún accesorio ya sea de procesar la materia prima en menor tiempo, o de conservación de los alimentos, alternativas que en su momento permitirán reducir costos, aunque se requiere de una inversión para adquirir la maquinaria.

4.3. Análisis del microambiente o sector.

El primer objetivo de cualquier empresa es asegurar la rentabilidad de su negocio a largo plazo. Sin embargo, no es un reto fácil de alcanzar ya que el mercado está en constante evolución por lo tanto hay que ajustarse a todos los avisos y exigencias que devendrán del mercado.

Gráfico # 2. Fuerzas de Porter



Elaborado por: Luis Benítez

4.3.1. Descripción de las 5 fuerzas de Porter:

4.3.1.1. Amenaza de nuevos competidores

Amenaza de entrada de nuevos competidores, es decir nuevos restaurantes ya sea típicos, normales, u otros etc.

Cualquier sector en el mercado tiene que respetar reglas según el producto o servicio que desea comercializar. El nivel de exigencia de estas restricciones limita o facilita la entrada de nuevos competidores en el mercado. Un sector muy competitivo tiene una consecuencia directa sobre el precio del producto/servicio y, entonces, puede generar una reducción del margen para la empresa. Una de las principales barreras en la entrada de una nueva empresa en el mercado es la necesidad de capital.

4.3.1.2. Poder de negociación de los proveedores.

El poder de negociación de los proveedores también depende de diversas variables del mercado. La concentración influye sobre el precio del producto/servicio en el mercado. Asimismo, si un cambio de consignatario supone demasiados riesgos para una empresa, supondrá más poder de negociación para el proveedor.

Por otra parte, si la materia prima que provee es escasa, los precios se volverán más altos para los clientes.

Cuando se trata de negociación, no se habla únicamente de la variable “coste” sino también de “plazos de entrega”, “facilidad de pago” o bien “condiciones especiales”.

La rentabilidad de los compradores es un elemento imprescindible a la supervivencia de los proveedores. Por ello, el resultado de la negociación debe ser positivo para los dos (Porter, 1979, p. 56).

Según esta concepción los proveedores serán el mercado mayorista, mercado central, las pitas en donde se seleccionara la materia prima de calidad y fresca o también se puede comprar materia prima procesada tales como chicharrón de cerdo.

4.3.1.3. Poder de negociación de los compradores.

Dependiendo de la concentración de los compradores en el mercado, éstos tendrán más o menos peso para la negociación. Es decir, menor es el volumen de

clientes en el mercado, mayor será su poder de negociación para conseguir ventajas y bajos costes. Igualmente, el volumen de compra y la frecuencia son dos pilares de negociación para el comprador.

La posibilidad o no de cambiar de proveedor impactará de la misma manera sobre las posibilidades de negociación

4.3.1.4. Amenaza de productos sustitutos.

“La entrada potencial o la existencia de sustitutos en el mercado puede ser una amenaza muy importante para la rentabilidad de una empresa. Se debe evaluar el grado de diferencia que existe entre su propio producto/servicio y los sustitutos (calidad, precio,...)” (Porter, 1979, 38).

Asimismo, se aconseja controlar la concentración de los proveedores de sustitutos y su cercanía. La influencia de este factor dependerá de la facilidad o no de cambiar de producto para el consumidor.

Los productos sustitutos, influirían en el cliente, por el precio y por preferencia de producto, según esta concepción.

4.3.1.5. Rivalidad entre competidores.

La quinta fuerza es el resultado de las cuatro anteriores. *“La rivalidad en el mercado depende directamente de los poderes de negociación entre los*

intervinientes (proveedor-comprador) y de la concentración de los competidores (producto/servicio o sustituto)” (Porter, 1979, p. 43).

En este sentido, se puede afirmar que el valor percibido de la marca es un elemento que tiene igualmente una gran importancia. Esto, según el entorno industrial de la empresa resultará más o menos elevada la rivalidad entre los competidores que son fundamentales para el desarrollo de un negocio.

La empresa “Costillita Lojana” entra a competir con empresas ya posicionadas y otras nuevas, pero esta tendrá que jugar con sus agregados para entrar a contender y lograr crecimiento.

5. ANÁLISIS FODA DEL RESTAURANTE

Tabla # 11. Análisis foda

	
FORTALEZAS Ofrecer productos típicos Precios competitivos Local armónico y agradable Atención personalizada y de calidad Alta tecnificación	DEBILIDADES Alta competencia El local es un poco alejado del centro de la ciudad No poseer proveedores estables en cuanto a calidad y cantidad de materia prima Local arrendado Poca difusión por ser nuevo Falta de flexibilidad en los precios
OPORTUNIDADES Aprovechar fechas festivas Convenio con instituciones públicas y privadas.	AMENAZAS Incremento en costes, los artículos de primera necesidad y materia prima. Impuestos y/o normativa tributaria. Inestabilidad política Incremento de nuevos restaurantes

Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 12. Matriz foda

	
<p>FORTALEZA - OPORTUNIDAD (FO)</p> <p>Día a día prevalecer una sazón excelente para convencer al cliente.</p> <p>Cuando se brinde el producto fuera del restaurante, se cultivará los principios, en lugares que visite.</p> <p>Paulatinamente llegar poseer un local propio</p>	<p>DEBILIDADES – OPORTUNIDAD (DO)</p> <p>Mejorar el producto dándole agregados para que cliente, sienta cómodo.</p> <p>Utilizar medios publicitarios adecuados.</p>
<p>FORTALEZA - AMENAZA (FA)</p> <p>Constancia y perspectiva para elaborar el producto.</p> <p>Capacitar constantemente al personal.</p>	<p>DEBILIDAD – AMENAZA</p> <p>Ser un icono para la colectividad lojana.</p> <p>Indagación e innovación en el producto.</p> <p>Potenciar con mejor materia prima</p>

Fuente: La indagación
 Elaborado por: Luis Benítez

6. MERCADEO O MARKETING.

La perspectiva es unificar factores y hechos que influyen en el mercado del consumidor quiere, distribuyéndolo en forma tal que este a su disposición en el momento oportuno, en un lugar preciso y con el precio más adecuado.

Todas estas acciones están determinadas por: marketing, planificación comercial, organización de ventas, canales de distribución, investigación de mercados, comunicaciones de marketing.

6.1. Objetivos de Marketing.

Objetivo general.

Lograr captar la mayor clientela para el restaurante Costillita Lojana para que el negocio sea reconocido y se mantenga con el tiempo.

Objetivos específicos.

Procesar la materia prima, unido a un conocimiento, claro y preciso, que hará el Chef, para poder brindar al cliente unos productos deliciosos y convencibles.

Llegar hacer el restaurante Costillita Lojana, no los únicos, pero si el mejor en producir nutritivo valor, para la colectividad lojana y el mundo globalizado.

6.2. Segmento de mercado.

La segmentación de mercado es un proceso por el cual se puede dividir un mercado más amplio, en grupos específicos. Se podría decir que el objetivo principal es conocer realmente a los consumidores y llegar a agrupar cierta población de acuerdo a sus insuficiencias y semejanzas.

Los criterios de segmentación utilizados es demográfica (edad), ubicación geográfica (lugar de residencia), Pictográfica (estilo de vida) conductual (compra) y otros.

Según la encuesta en El Valle, existen 30.616 habitantes, la misma que fue aplicada a personas mayores de edad que les gusta comer fuera de casa con frecuencia más o menos una vez al mes. Esto tomado del número total de habitantes del cantón Loja que es de 214.855, y de la ciudad en alrededor de 170.280.

Tabla # 13. Edades de mujeres

Variable	Frecuencia	Porcentaje
30	10	9,80 %
42	9	8,82 %
29	14	13,73 %
27	8	7,84 %
46	10	9,80 %
42	11	10,78 %
25	10	9,80 %
17	9	8,82 %
53	8	7,84 %
26	13	12,75 %
TOTAL	102	100,00 %

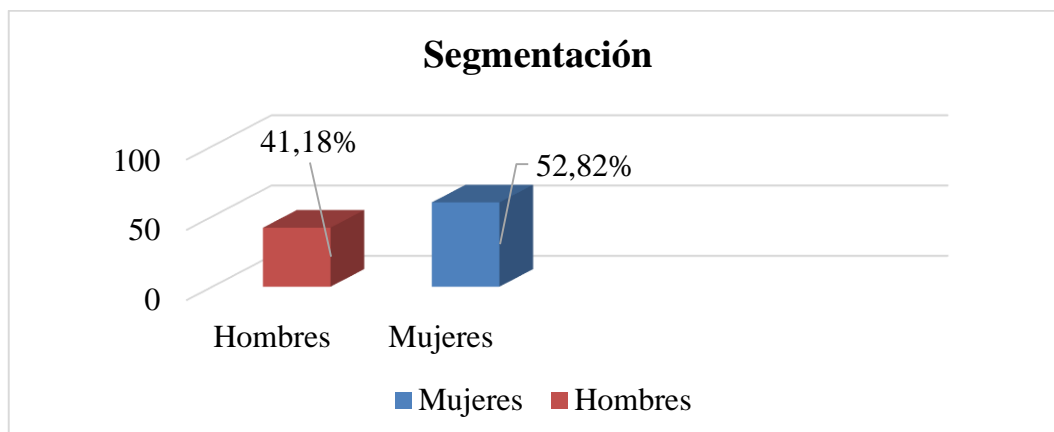
Fuente: Encuesta, a los habitantes del barrio San Cayetano Alto – El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 14. Edades de hombres

Variable	Frecuencia	Porcentaje
53	15	14,71 %
29	23	22,55 %
39	19	18,63 %
52	14	13,73 %
49	15	14,71 %
48	16	15,69 %
TOTAL	102	100,00 %

Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 3. Segmentación



Fuente: Encuesta habitantes del barrio de San Cayetano Alto – EL Valle
 Elaborado por: Luis Benítez

La idea es reunir un grupo de segmentos con cualidades de poder de compra, deseos, actitudes o hábitos de compra semejantes.

El cantón Loja tiene, 214.855 habitantes, luego en particular se analiza a la parroquia, El Valle, está compuesto por barrios urbanos y rurales, se compone de un total de habitantes 30.616, de este universo se excluye una muestra.

Segmentaciones

Tabla # 15. Segmentaciones

Segmentaciones en mercados de consumo			
Geografía	Demografía	Psicografica	Conductual
Nacionalidad	Sexo	Estilo de vida	Beneficios esperados
Región	Edad	Personalidad	Ocasión de compra
Tamaño	Ingresos	Actitudes	Tasa de uso
Densidad	Ocupación		Grado de lealtad
Poblacional	Tamaño		Lugar de compra
Clima	Nivel de estudios		

Fuente: La indagación
 Elaborado por Luis Benítez

6.3. Mercado total.

Es un acumulado (personas naturales y jurídicas) de compradores y vendedores reales y potenciales, del barrio San Cayetano Alto – El Valle.

6.4. Cálculo de muestra.

La población objetivo será hombres y mujeres, habitantes, el barrio de San Cayetano Alto – El Valle de toda edad, tomando consideración la población económicamente activa.

La muestra es una parte de la población, que es una extracción un determinado número, que se desea estudiar, para fines de crear un restaurante de comida típica.

Es importante de valerse de una fórmula, para tener resultados convenientes, que fluya el plan de negocios, de la Costillita Lojana.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Tabla # 16. Muestra

n =	Tamaño de la muestra	
N	Tamaño de la población	30.616,00
Z	Nivel de confianza	1,96
p	Probabilidad de aceptación	0,5
q	Probabilidad de rechazo	0,5
E	Porcentaje de error	0,097

Calculo

$n = ?$

$N = 30.616$

$Z = 1,96$

$p = 0,5$

$q = 0,5$

$e = 0,09$

$$=30616*(1,96)^2*(0,5)*(0,5)$$

$$n = \dots\dots\dots$$

$$=0,097^2*(30616-1) + (1,96)^2*(0,5)*(0,5)$$

$$29403,6064$$

$$n = \text{-----}$$

$$289,016935$$

$$n = 102$$

Luego de seguir una serie pasos, se obtuvo el resultado por medio de la fórmula es de $n = 102$ encuestas, poseer un adecuado de indagaciones que se aplicó, a los habitantes del barrio San Cayetano Alto – El Valle

6.5. Análisis de mercado

El restaurante Costillita Lojana, que se ubicara en el barrio San Cayetano Alto, en la calle Ottawa, por el momento no tiene competidores fuertes, pero con el transcurso del tiempo se asomaran una de competidores, por el hecho de que

ese barrio está creciendo apresuradamente. El restaurante brindara unas delicias de platos de comida típica con la mejor sazón, con precios módicos, que el cliente este convencido del producto que ha obtenido, paulatinamente se irá haciéndose conocer por los moradores del barrio San Cayetano Alto – El Valle

Y por toda la colectividad lojana, a pocos metros esta la U.T.P.L, posible influencia, se de en el lapso del tiempo, están cerca los proveedores de materia prima y materia elaborada, que son el mercado Gran, Colombia, el Gran Aki, este proyecto de comida típica, será una alternativa en alimentación de quienes les gusta deleitar de esta verdadera exquisitez.

6.5.1. Análisis de la demanda.

Es la disposición de un sujeto para pagar, pudiendo hacerlo, el precio de una determinada mercancía. Cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado. Todo esto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio, los precios de los demás bienes o servicios, el nivel de renta y la riqueza del sujeto demandante, así como los gustos y preferencias de los consumidores.

El fin fundamental es satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido y preferentemente conocido porque de todo ello depende la satisfacción que obtenga el cliente. (San Cayetano Alto – El Valle)

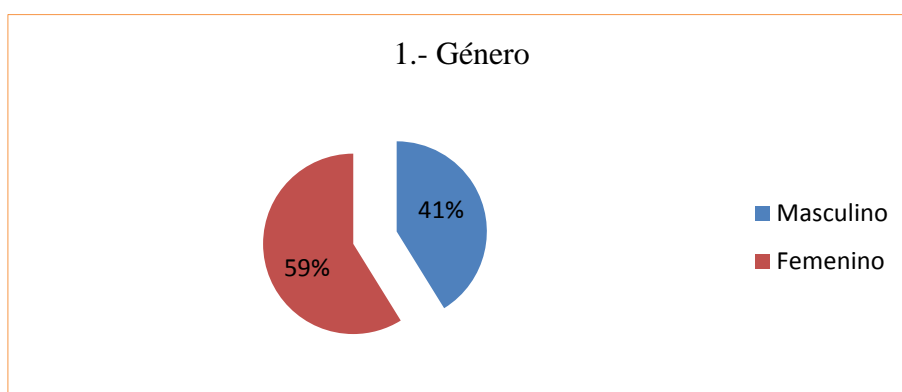
1.- El porcentaje de hombres y mujeres.

Tabla # 17. Hombres y mujeres

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	42	41,18 %
Femenino	60	58,82 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaboración: por Luis Benítez

Gráfico # 4. De géneros



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaboración por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

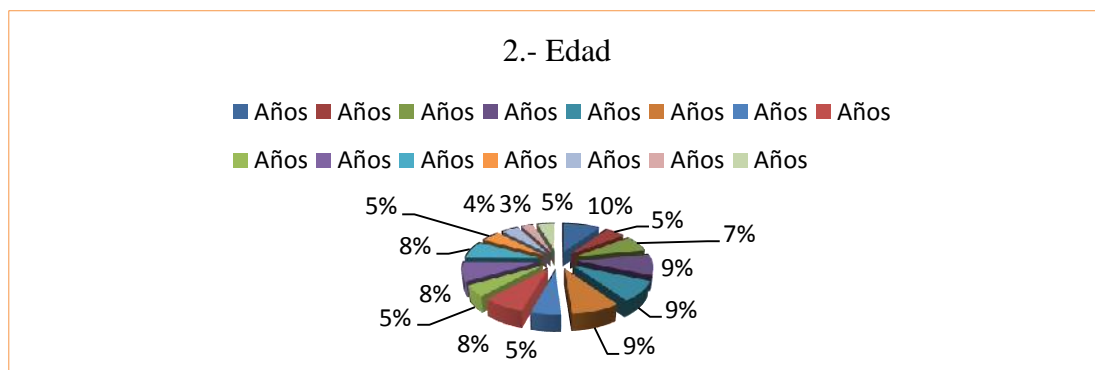
De los datos obtenidos el 41,18 % que representa 42 personas, son de género masculino que representa 58,82 % de los encuestados, 60 personas son de género femenino. Más mujeres, que hombres, en el barrio San Cayetano Alto.

Tabla # 18. Edad

Edades	Variable	Frecuencia	(%)
Años	53	5	4,90 %
Años	29	6	5,88 %
Años	39	3	2,94 %
Años	52	7	6,86 %
Años	49	5	4,90 %
Años	48	9	8,82 %
Años	30	11	10,78 %
Años	42	6	5,88 %
Años	27	8	7,84 %
Años	46	7	6,86 %
Años	42	5	4,90 %
Años	27	9	8,82 %
Años	25	8	7,84 %
Años	17	5	4,90 %
Años	26	8	7,84 %
	Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaboración por: Luis Benítez

Gráfico # 5. De edad



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

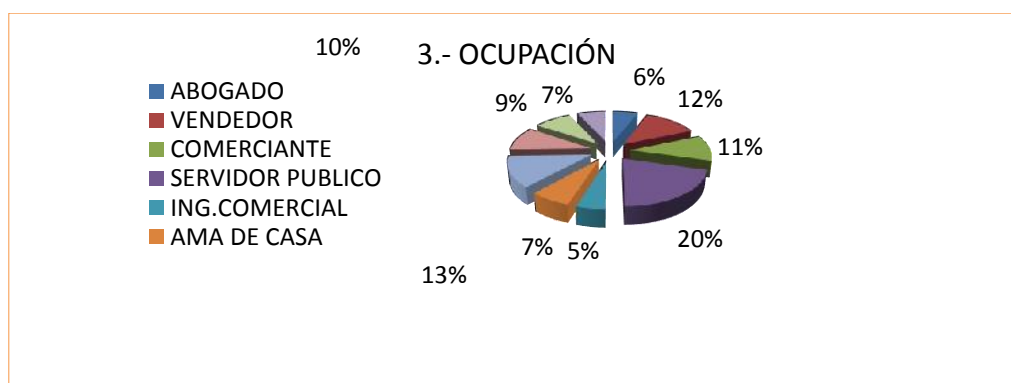
Según la encuesta, 11 personas son de 30 años, que representan al 10,78 %, adultos, 9 personas de 48 años, que constituyen el 8,82 %, 9 personas más son de 27 años, que representan al 8,82 %, un mínimo dependerá de otras personas porque se ubican entre los 17 años hacia abajo, sin embargo también han sido considerados por el restaurante, por cuanto son personas que también necesitan alimentarse.

Tabla # 19. Ocupación

Variable	Frecuencia	(%)
Abogado	6	5,88 %
Vendedor	13	12,75 %
Comerciante	11	10,78 %
Servidor Publico	21	20,59 %
Ing. Comercial	5	4,90 %
Ama De Casa	7	6,86 %
Contador	13	12,75 %
Secretaria	10	9,80 %
Negocio Propio	9	8,82 %
Libre Ejercicio	7	6,86 %
TOTAL	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
 Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 6. Ocupación



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
 Elaboración por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

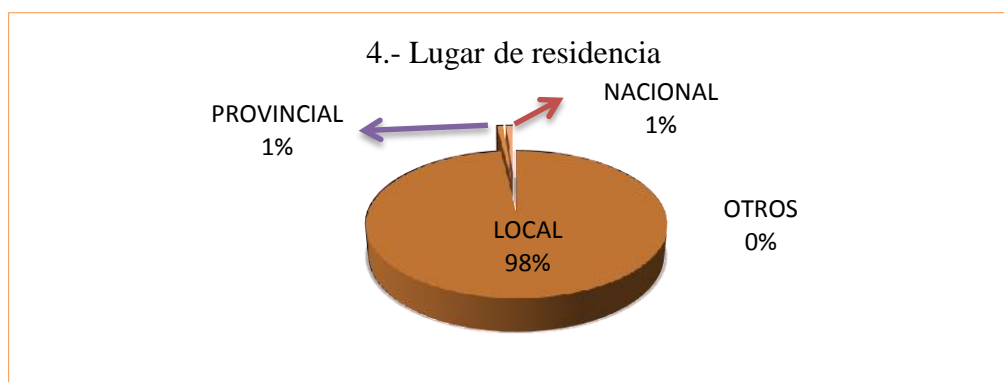
Del 100% de personas encuetadas y que laboran en el servidor público constituyen el 20,59%, es decir 21 investigados, los demás porcentajes son de sector privado, y autónomos con posibilidades económicas. Los antes mencionados ponen interés por la comida típica, tomando en consideración la calidad y el buen servicio que se ofrezca en el restaurante.

Tabla # 20. Lugar de residencia

Variable	Frecuencia	(%)
Local	100	98,04 %
Provincial	1	0,98 %
Nacional	1	0,98 %
Otros	0	0,00 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 7. Lugar de residencia



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 100 personas encuestadas, son residentes, lo que representan al 98,04% viven en la ciudad de Loja, el 0,98 % y otro porcentaje similar son de la provincia y personas que habitan en el país, es decir personas que entran y salen de la ciudad, estos datos son significativos por cuanto son clientes que visitarían al restaurante y consumirían los productos que allí se ofrecen.

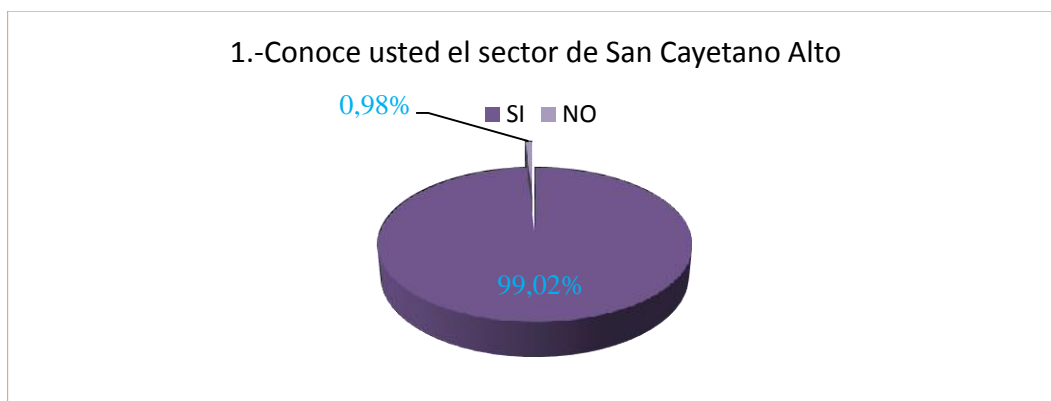
1.- ¿Conoce usted el sector de san Cayetano Alto?

Tabla # 21. Conoce

Variable	Frecuencia	(%)
Si	101	99,02 %
No	1	0,98 %
TOTAL	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 8. Conoce San Cayetano alto



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta el 99,02 %, de los encuestados, es decir 101 personas, si conocen el barrio San Cayetano Alto, el 0,98 % de las personas no lo conocen. Según los criterios de los encuestados al implementarse el restaurante “Costillita Lojana” se contará con un lugar exclusivo para concurrir a servirse un plato típico, además que les resultará económico por sus precios módicos.

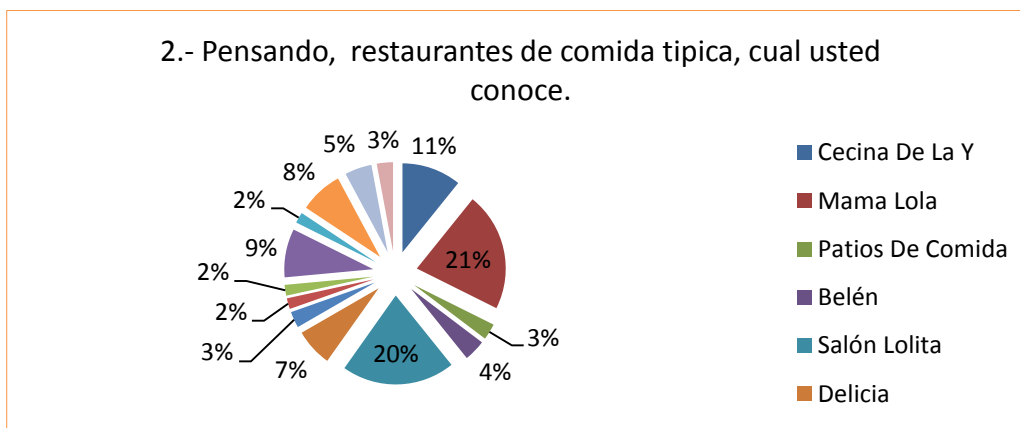
2.- ¿Pensando en restaurantes de comida típica en la ciudad de Loja, cuál conoce?

Tabla # 22. Cual conoce usted

Variable	Frecuencia	(%)
Cecina De La Y	11	10,78 %
Mama Lola	22	21,57 %
Patios De Comida	3	2,94 %
Belén	4	3,92 %
Salón Lolita	21	20,59 %
Delicia	7	6,86 %
El Fogón	3	2,94 %
El Lojan	2	1,96 %
El Carbonero	2	1,96 %
Tamal Lojano	9	8,82 %
Dejouu	2	1,96 %
El Safari	8	7,84 %
Malacatos	5	4,90 %
Pucara	3	2,94 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 9. Cual usted conoce



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta 22 personas, conocen, el restaurante Mama Lola, que representan al 21,57 %, 21 personas conocen el restaurante Salón Lolita lo que representan 20,59 %, de los encuestados, otros restaurantes son de menor

popularidad, los restaurantes antes citados, tienen una buena notoriedad en la ciudadanía lojana por cuanto llevan mucho tiempo en el mercado, además son conocidos por que se comercializan platos típicos como el cuy y la gallina cuyada.

3.- ¿Usted acude a los restaurantes que antes los ha mencionado?

Tabla # 23. Acuden a los restaurantes antes mencionados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	73,53 %
No	27	26,47 %
Total	102	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 10. Conoce a los restaurantes antes mencionado



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta 75 personas que representan al 73,53 % visitan los restaurantes, 27 personas más, que constituyen el 26,47 % no consumen el producto y servicio. Muchas personas acuden a los restaurantes porque según ellos de vez en cuando es necesario cambiar de sazón, otro no lo hacen por falta de recursos económicos.

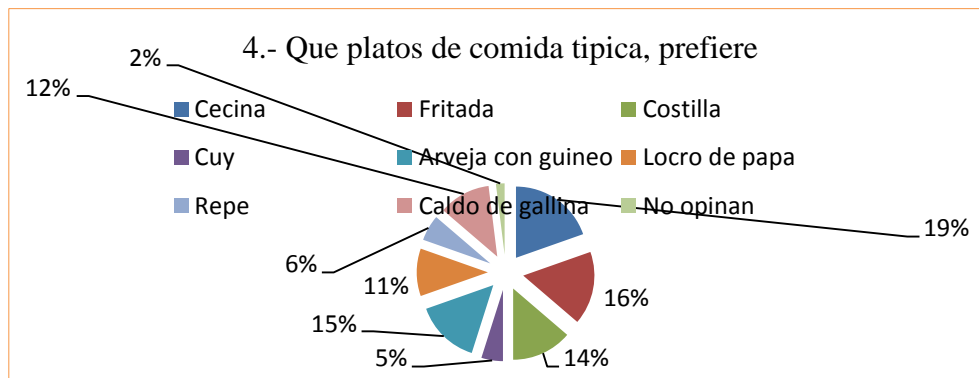
4.- ¿Qué platos típicos, prefiere o quisiera que se ofrezcan en el nuevo restaurante?

Tabla # 24. Prefiere o quisiera se ofrezcan

Variable	Frecuencia	(%)
Cecina	20	19,61 %
Fritada	17	16,67 %
Costilla	14	13,73 %
Cuy asado	5	4,90 %
Arveja con guineo	15	14,71 %
Locro de papa	11	10,78 %
Repe	6	5,88 %
Caldo de gallina	12	11,76 %
No opinan	2	1,96 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 11. Prefiere o que se ofrezcan



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 20 personas les gusta la cecina lo que representan al 19,61 %, 17 personas investigadas prefieren la fritada, que representan el 16,67 %, 12 personas más seleccionan caldo de gallina que representan al 11,67 %, en menor consideración tienen preferencia por otros productos. Una buena opción es que los investigados tienen una preferencia especial por lo típico, productos que serán ofrecidos por el restaurante.

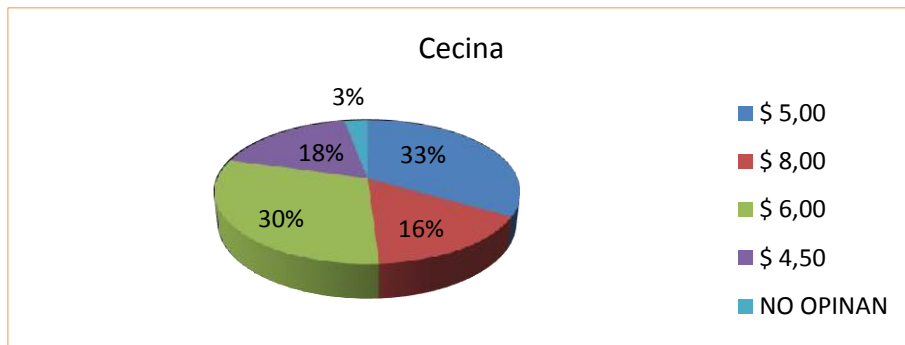
5.- ¿Cuánto pagaría usted por cada plato típico tamaño normal?

Tabla # 25. Cuanto pagaría

Variable	Frecuencia	%
\$ 5,00	34	33,33 %
\$ 8,00	16	15,69 %
\$ 6,00	31	30,39 %
\$ 4,50	18	17,65 %
No opinan	3	2,94 %
Total	102	100,00 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 12 . Cecina asada



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestas, 34 personas pagarían \$ 5,00, por el plato de cecina, que representan 33,33 %, 31 personas pagarían \$ 6,00 lo que representa al 30,39 %. El precio alto no sería la mejor iniciativa en su mayoría se apunta por el de precio bajo, lo que es una buena iniciativa para el restaurante Costillita Lojana, pues tendría clientes seguros porque todos buscan la economía.

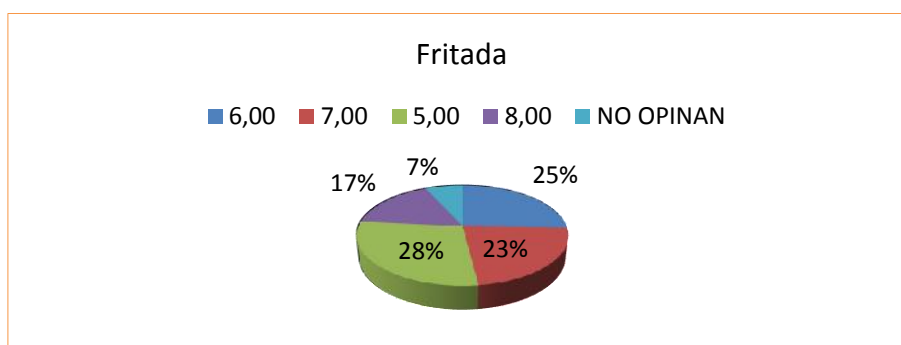
Variedad de precios para el plato de fritada

Tabla # 26. Variedad de precios por la fritada

Variable	Frecuencia	%
\$ 6,00	26	25,49 %
\$ 7,00	23	22,55 %
\$ 5,00	29	28,43 %
\$ 8,00	17	16,67 %
NO OPINAN	7	6,86 %
Total	102	100,00 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 13 Fritada



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 26 personas pagarían \$ 6,00 por el plato de fritada, que representa 25,49 %, del total de encuestados. Los precios altos no son factibles para el restaurante Costillita Lojana, y por otro lado proponen lo más bajo, lo que no es recomendable para la producción, por cuanto se ofertan precios módicos para el bolsillo de las personas.

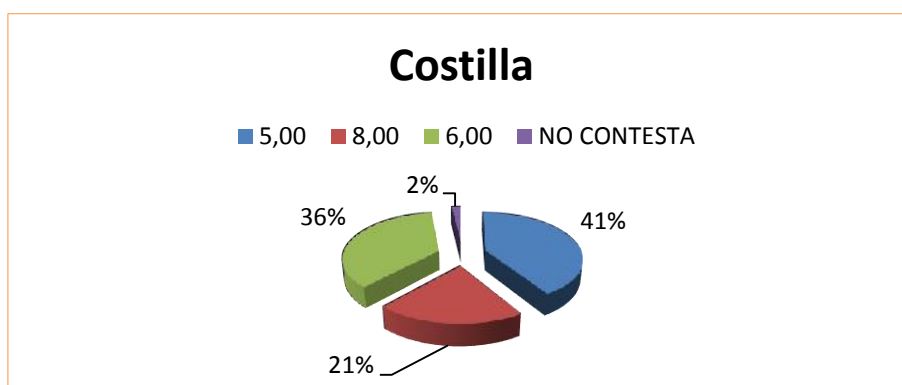
Variedad de precios para el plato de costilla.

Tabla # 27. Variedad de precios por costilla

Variable	Frecuencia	%
\$ 5,00	42	41,18 %
\$ 8,00	21	20,59 %
\$ 6,00	37	36,27 %
No contesta	2	1,96 %
Total	102	100,00 %

Fuente Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaboración: Luis Benítez

Gráfico # 14. Costilla frita



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaboración por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

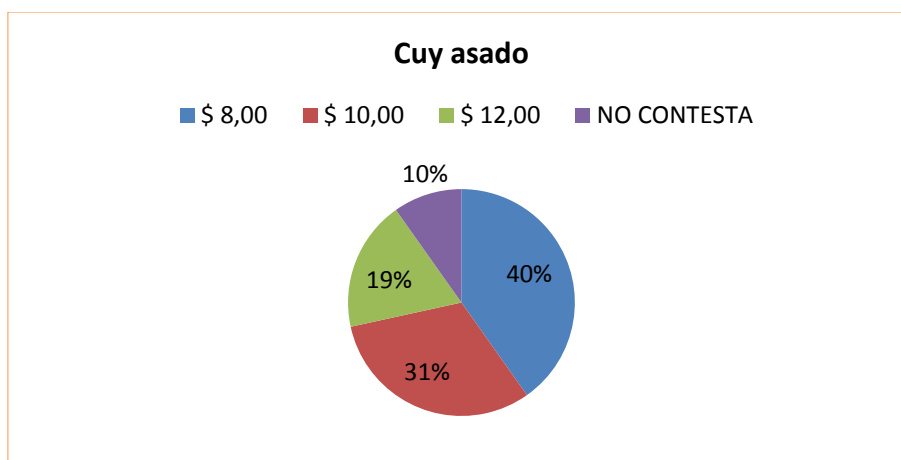
Según la encuesta, 37 personas pagarían \$ 6,00 por un plato de costilla, que representa el 36,27% del total de investigados, los demás precios no son convenientes para los clientes ni para el restaurante, sin embargo se pueden estudiar otras posibilidades, la finalidad es evitar afectar al bolsillo de los usuarios.

Tabla # 28. Variedad de precios por cuy asado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$ 9,00	41	40,20 %
\$ 10,00	32	31,37 %
\$ 12,00	19	18,63 %
No contesta	10	9,80 %
Total	102	100,00 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 15. Cuy asado



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 41 personas pagarían \$ 8,00, por un plato de cuy, que representa el 40,20 %, no se toma en cuenta a las demás encuestados porque proponen precios, que no convenientes para el restaurante Costillita Lojana.

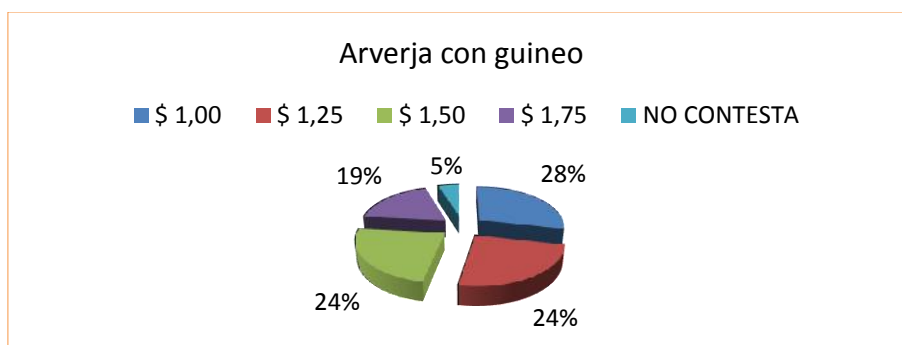
Variedad de precios para el plato de arvejas con guineo

Tabla 29. Variedad de precios de arveja con guineo

Variable	Frecuencia	%
\$ 1,00	29	28,43 %
\$ 1,25	25	24,51 %
\$ 1,50	24	23,53 %
\$ 1,75	19	18,63 %
No contesta	5	4,90 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaboración por: Luis Benítez

Gráfico # 16. Arveja con guineo



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 19 personas pagarían \$ 2,00 por un plato de arveja con guineo, que representa 18,63 %, los otros encuestados proponen precios muy bajos que no son realizables para el restaurante Costillita Lojana.

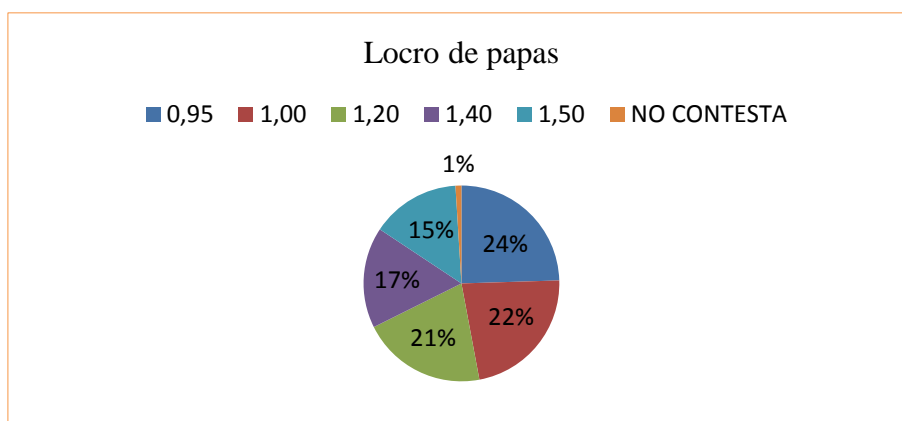
Variedad de precios para el plato loco de papas

Tabla # 30. Variedad de precios, loco de papas

Variable	Frecuencia	%
\$ 0,95	25	24,51 %
\$ 1,00	23	22,55 %
\$ 1,25	21	20,59 %
\$ 1,40	17	16,67 %
\$ 1,50	15	14,71 %
No contesta	1	0,98 %
Total	102	100,00 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaboración por: Luis Benítez

Gráfico # 17. De loco de papas



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 15 personas pagarían \$ 1,50 por un plato de loco de papa, que representa el 14,71 %, otros porcentajes son muy bajos que no son convenientes para el restaurante la Costillita Lojana.

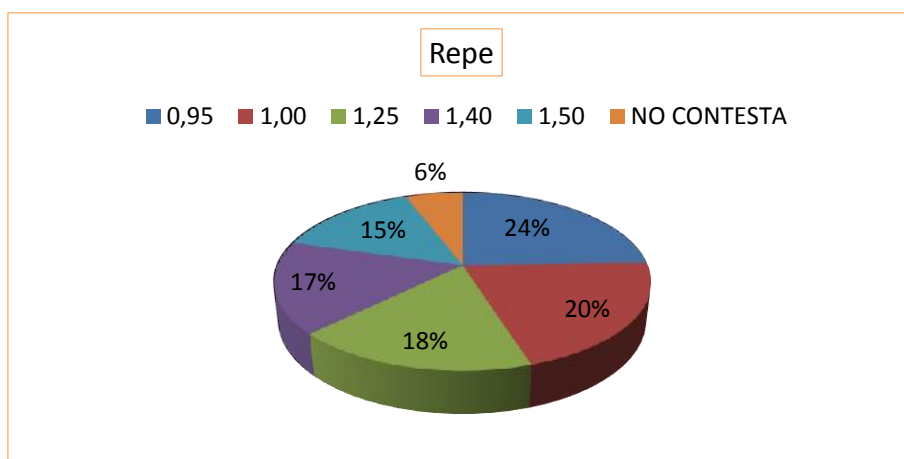
Variedad de precios para el plato de repe

Tabla # 31. Variedad de precios por el repe

Variable	Frecuencia	%
\$ 0,95	25	24,51 %
\$ 1,00	21	20,59 %
\$ 1,25	18	17,65 %
\$ 1,40	17	16,67 %
\$ 1,50	15	14,71 %
NO CONTESTA	6	5,88 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 18. Repe



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 15 personas pagarían \$ 1,50 por plato de repe, que representa un 14,71 %, los otros encuestados proponen precios no adecuados para el restaurante Costillita Lojana.

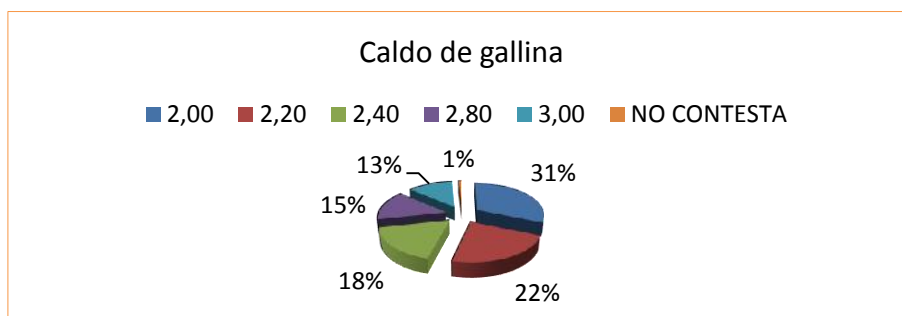
Variedad de precios para el plato de caldo de gallina

Tabla # 32. Variedad de precios, de caldo de gallina

Variable	Frecuencia	%
\$ 2,00	32	31,37 %
\$ 2,20	23	22,55 %
\$ 2,40	18	17,65 %
\$ 2,80	15	14,71 %
\$ 3,50	13	12,75 %
No contesta	1	0,98 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Grafico # 19. Caldo de gallina



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 13 personas pagarían \$ 3,50 por un plato de caldo de gallina, que representa al 12,75 % que serían quienes optarían por el producto, los demás encuestados plantean precios muy bajos no adecuados para el restaurante Costillita Lojana.

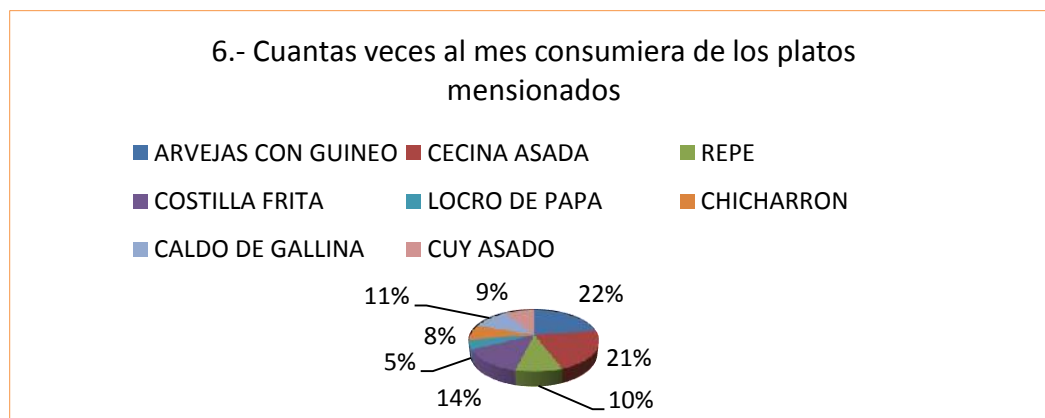
6.- ¿Al mes cuantas veces consumiera los platos mencionados en la siguiente tabla?

Tabla # 33. Cuantas veces consumiera

Variable	Frecuencia	%
Arvejas con guineo	23	22,55 %
Cecina asada	22	21,57 %
Repe	10	9,80 %
Costilla frita	14	13,73 %
Locro de papa	5	4,90 %
Chicharrón	8	7,84 %
Caldo de gallina	11	10,78 %
Cuy asado	9	8,82 %
	102	100,00 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaboración por: Luis Benítez

Gráfico # 20. Cuantas veces al mes consumiera



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 23 personas comerían la sopa de arvejas con guineo que representa 22,55%. 22 Personas comerían una cecina asada, que representa al 21,57 %, 14 personas comerían costilla frita, que representa el 13,73 %, los demás encuestados se apuntan a los otros productos, en este sentido los

administradores del restaurante deberían tomar esto en consideración para en lo posterior tomar alguna decisión al respecto y a lo mejor incluir otros platos que prefieran los clientes, porque siempre hay que actuar en función de los intereses de la comunidad.

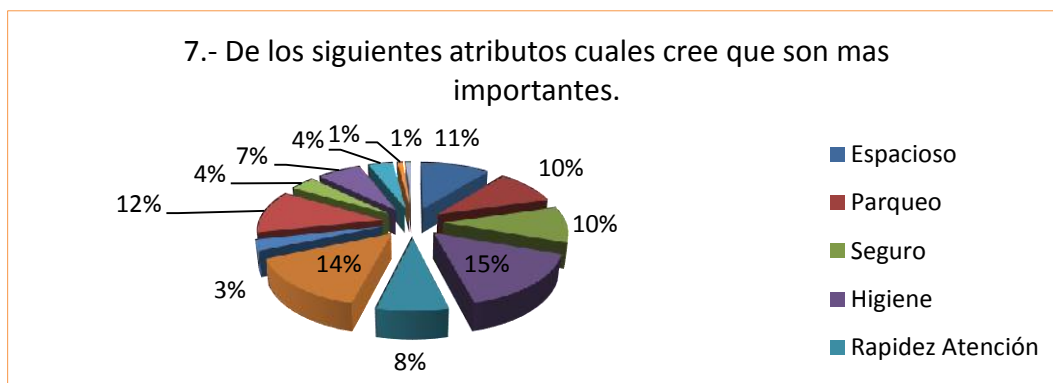
7.- ¿De los siguientes atributos cuales cree que son más importantes para usted pensando en un restaurante de comida típica en san Cayetano alto?

Tabla # 34. Atributos, cuáles cree que son más importantes

Variable	Frecuencia	%
Espacioso	11	10,78 %
Parqueo	10	9,80 %
Seguro	10	9,80 %
Higiene	16	15,69 %
Rapidez atención	8	7,84 %
Buena sazón	15	14,71 %
Mobiliario	3	2,94 %
Cordialidad	12	11,76 %
Cantidad	4	3,92 %
Costos	7	6,86 %
Horario	4	3,92 %
Servicio de Wifi	1	0,98 %
No contesta	1	0,98 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Grafico # 21. Cuáles de los más importantes, atributos



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Conforme a los resultados, 16 personas les gustan la higiene del restaurante, lo que representan un 15,69 %, 15 personas apuestan por la buena sazón, es decir el 14,71 %, 12 personas por la cordialidad (11,76 %), los demás atributos van por añadidura, serán de responsabilidad del restaurante. Se tomará en cuenta esta decisión para en lo posterior aplicarla durante el paso administrativo. Todo esto determinará el éxito o fracaso.

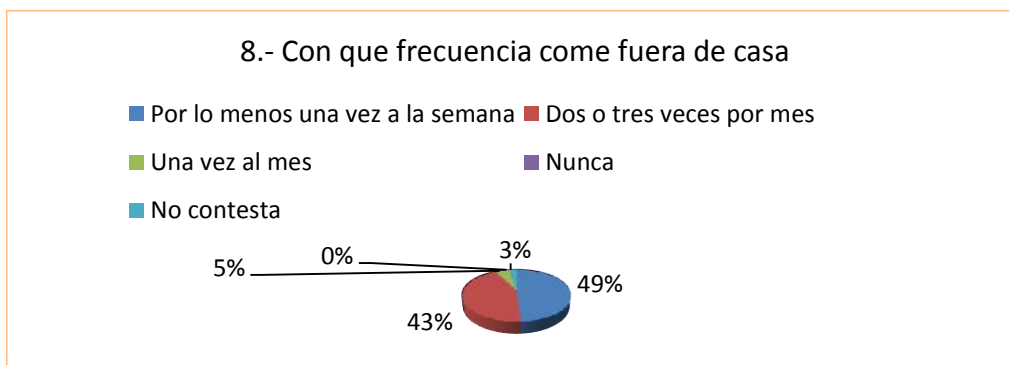
8.- ¿Con qué frecuencia usted come fuera de casa?

Tabla # 35. Come fuera de casa

Variable	Frecuencia	%
Por lo menos una vez a la semana	50	49,02 %
Dos o tres veces por mes	44	43,14 %
Una vez al mes	5	4,90 %
Nunca	0	0,00 %
No contesta	3	2,94 %
Total	102	100%

La fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 22. Con que frecuencia usted come afuera



La fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto – El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta 50 personas comen fuera de la casa una vez a la semana, que representa el 49,02 %, 44 personas acuden a los restaurantes, dos o tres veces por mes, lo que representa 43,14 %. Los otros criterios serán muy tomados en cuenta por el restaurante Costillita Lojana, para plantear mejoras que atraigan al cliente.

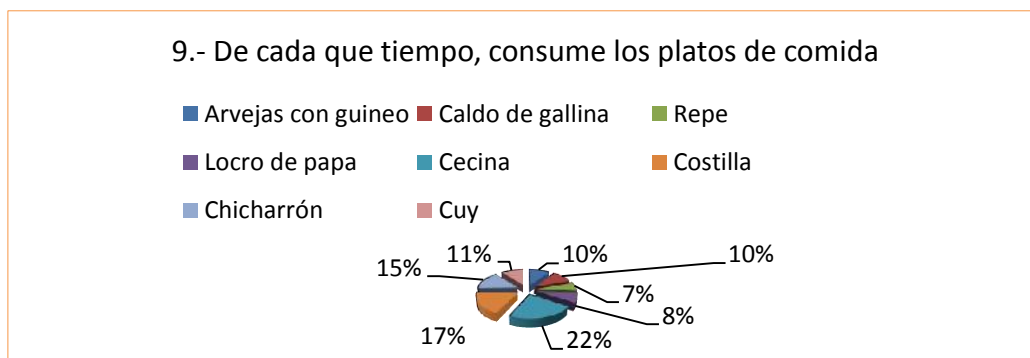
9.- ¿De los siguientes platos cada qué tiempo, usted consume?

Tabla # 36. Cada que tiempo consume

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Arvejas con guineo	10	9,80 %
Caldo de gallina	10	9,80 %
Repe	7	6,86 %
Locro de papa	8	7,84 %
Cecina	23	22,55 %
Costilla	18	17,65 %
Chicharrón	15	14,71 %
Cuy	11	10,78 %
Total	102	100,00 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por Luis Benítez

Grafico # 23. Cada que tiempo consume



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 23 personas consumen cecina, que representa un 22,55% de encuestados, 18 personas consumen costilla, que constituyen el 17,65 %. El resto de platos tienen también acogida pero en menores proporciones, no por ello se los dejará de ofrecer en el restaurante.

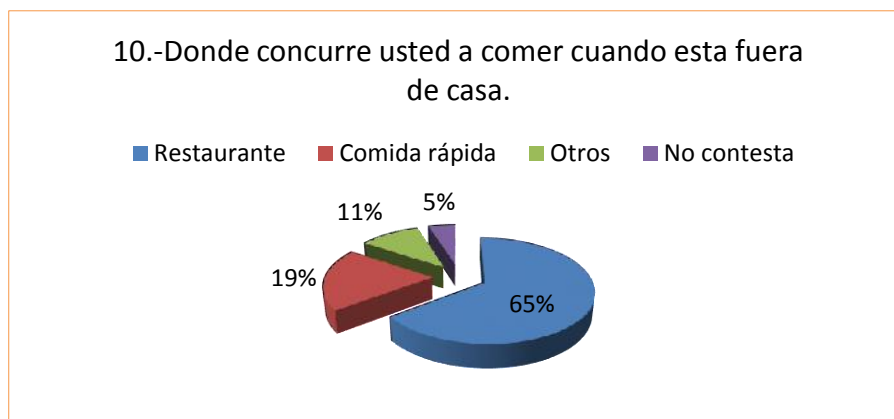
10- ¿Dónde concurre usted a comer cuando está fuera de su casa?

Tabla # 37. Cuando está fuera de casa

Detalle	Personas	Porcentaje
Restaurante	66	64,71 %
Comida rápida	20	19,61 %
Otros	11	10,78 %
No contesta	5	4,90 %
Total	102	100 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Grafico # 24. Cuando está fuera de casa



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 66 personas comen en un restaurante, que representa el 64,71 % de los encuestados, 20 personas comen comida rápida, que constituye 19,61 % de los encuestados, para el restaurante Costillita Lojana, es una muy buena opción que dan los encuestados para poner en la destreza al personal que lo producirán.

11.- ¿Usted comería en el restaurante de comida típica ubicado en el San Cayetano?

Tabla # 38. Usted comería

Detalle	Personas	%
Si	76	74,51 %
No	21	20,59 %
Indeciso	5	4,90 %
Total	102	100,00 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

Grafico # 25. Comería en Costillita Lojana



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta, 76 personas que comerían en el restaurante, constituyen el 74,51 %, 21 personas más no prefieren los productos y servicios que oferta el restaurante, lo que representa un 20,59 % de encuestados, acogiendo ese criterio, existe la necesidad de observar cuales son las razones del porqué no consumirían los productos que allí se proponen, por ello habrá que adaptarse a los requerimientos de los clientes.

12.- ¿Usted volverá utilizar el servicio del restaurant de comida típica?

Tabla # 39. Usted volvería utilizar

Detalle	Frecuencia	%
Si	52	50,98 %
No	48	47,06 %
No Contesta	2	1,96 %
Total	102	100,00 %

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle

Grafico # 26. Volvería utilizar el servicio del restaurante



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del barrio San Cayetano Alto - El Valle
Elaborado por: Luis Benítez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los resultados de la encuesta, 52 personas sí volverían a utilizar los productos y servicios del restaurante Costillita Lojana, que constituyen un 50,98 %, 48 personas más no volverían a solicitarlos. El resto de opciones no tienen criterio alguno, por lo tanto habrá que tomar las alternativas necesarias para satisfacer a todos los clientes del negocio.

6.5.2. Análisis de la oferta.

Se procede hacer una indagación de campo, en la cual se analiza a la competencia, sus ventajas y desventajas, el restaurante Costillita Lojana, no repetir lo que hacen los ofertantes posicionados, el producto que proponga, tendrá que ser con una innovación y atractivo.

6.5.2.1. Competencia.

La competencia es una situación que presenta un indeterminado número de compradores y vendedores, que intentan maximizar su beneficio o satisfacción, y

en la que los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y demanda.

La competencia es inherente a las relaciones entre los agentes económicos en el marco de una economía de mercado. Constituye el fundamento de la economía liberal. Se considera que una empresa es competitiva en la medida en que es capaz de resistir la competencia de otras empresas en el mercado. Es necesario que sus precios sean bajos a fin de estimular al máximo (Real Academia de la Lengua Española, 2010, p. 47).

Las decisiones de compra al multiplicarse permiten obtener un beneficio suficiente gracias a lo que se conoce como economías de escala. La competencia impide que productores y comerciantes obtengan amplios márgenes de beneficio.

La competencia perfecta —régimen hipotético descrito por los economistas clásicos, se compone de una convergencia de múltiples condiciones. La atomización del mercado supone que los agentes presentes (vendedores y compradores) son numerosos y que sus fuerzas impiden el surgimiento de desigualdades muy acentuadas, de modo que ninguno puede imponer sus objetivos. La fluidez exige que los agentes de la oferta y la demanda estén perfectamente informados (transparencia del mercado). La homogeneidad y la divisibilidad de los productos expuestos permiten comparar y sustituir, en el tiempo y en el espacio, los bienes presentados a la venta (Diccionario de Economía (Andrade, 2012, p. 300).

El restaurante Costillita Lojana, que será ubicado en el barrio San Cayetano alto, en el sitio existen una diversidad de negocios, no relacionados con comidas, pero no se descarta la posibilidad de que puedan instalarse, por lo tanto frente a esto se tendrá que buscarse estrategias adecuadas para evitar que la clientela acuda a estos sitios, como el ofrecer productos de alta calidad, precios accesibles para los compradores conforme se lo señala anteriormente, la competencia sin duda permitirá mejorar.

Restaurantes típicos de los alrededores y centro de la ciudad

1. "SALÓN LOLITA"

Ubicado en la plaza del Valle tras el supermercado Hipervalle el mismo que es muy visitado, este lugar ofrece algo tradicional y delicioso como la gallina Cuyada, cuy al carbón, cecina, y las típicas bebidas como la horchata. El ambiente que ofrece este lugar es muy hogareño, confortable.

El promedio de precios de sus platos varían entre, 6 y 8 dólares.

La variedad de comidas típicas de la hoya de Loja se ha mantenido hasta la actualidad, porque los lojanos hemos sido amantes de guardar las costumbres familiares y transmitir las de generación en generación.

2. "PICANTERÍAS DE BELÉN"

Es otro de los lugares visitados y que se ha caracterizado por ofrecer una exquisita Fritada, Chanfaina y Sancocho.

Está ubicado en la Av. Principal Isidro Ayora frente a la Iglesia de Belén.

Sus platos son muy económicos se los puede encontrar desde, 3 hasta los 10 dólares el más caro.

Está al servicio los 7 días de la semana, en horarios accesibles.

Los clientes quedan fascinados por la excelente atención que les brindan sus propietarias y lo más importante disfrutaran de una exquisita comida netamente lojana.

3. ASADOS MI CAZA

Disponible las 24 horas del día, es atendido personalmente por su dueño.

Ofrece:

Arveja con Guineo

Guatita

Banderas

Aguado de Gallina

Caldo de Pata

Cecina, etc.

Localizado en la Av. Universitaria y José Antonio Eguiguren.

4. CECINA LA "Y"

Atiende a los clientes todos los días, cuando llegan a saborear la oferta gastronómica (cecina). Se ubica en el barrio Las Palmas. Andes, Cecilia Contento, propietaria del restaurant "Las Cecinas de la Y", indica que oferta cecinas (carne de res, mote, yuca, ensalada), además de repe lojano (sopa de alverja con guineo verde). Son platos típicos con una gran demanda en la ciudad. Agrega que en los 67 años que tiene este local en las conocidas calles Santiago de las Montañas y Juan de Salinas, barrio Las Palmas, se han posicionado como ícono tradicional y contribuyen con fuentes de empleo al desarrollo local.

Fuente: Blog de Sandra Medina

Elaborado por: Luis Benítez

Análisis de los competidores.

Tabla # 40. Análisis de los competidores

Análisis de los competidores			
	Mama Lola	Salón Lolita	La "Y"
Servicio	Horario Normal	Horario Normal	Horario Normal
Presentación	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Calidad	Muy Bueno	Muy Bueno	Muy Bueno
Ubicación	Valle	Valle	Valle
Precio	Asequible	Accesible	Viable

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

6.5.2.2. Estrategias de los competidores.

Tabla # 41. Destrezas de los competidores

Estrategia	Mama Lola	Salón Lolita
¿Cuáles son las diferencias en comparación con mis productos / servicios? ¿Son estas diferencias significativas?	Están posicionados en la mente del consumidor tanto su producto y servicio.	Que muy comentados por sus clientes de norte a sur, producto y servicio muy bueno.
¿Quiénes son los clientes de mis competidores y cuanto difieren de mis clientes?	Son de la ciudad, y otros lugares, que llegan a consumir el producto y servicio.	Son clientes dentro y fuera de la ciudad, que llegan a consumir el producto y servicio.
¿Cuáles son las ventajas y desventajas de mis competidores en relación a su ubicación?	Ventaja, cerca de parque Jipiro, Hípervalle, local propio. Desventaja que no tiene parqueadero.	Ventaja que están cerca al parque Jipiro, Hípervalle, local propio. Desventaja que no tiene parqueadero.
¿Cuáles son sus debilidades?	Nuevos competidores, materia prima.	Nuevos competidores, materia prima.
¿Cómo puedo utilizarlas?	Costillita Lojana, dándole agregados a su producto y amabilidad al servicio	Costillita Lojana, dándole agregados a su producto y amabilidad al servicio
¿Cuáles son sus fortalezas?	Su sazón de calidad y servicio excelente	Su sazón de calidad y servicio excelente
¿Cómo puedo reaccionar a ellas.	Costillita Lojana, con pasión con mucha voluntad.	Costillita Lojana, con pasión con mucha voluntad.

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

6.5.2.3. Sustitutos.

La alimentación es diferente como distintos son los gustos y preferencias de los consumidores, por ello habrá una gama amplia de productos sustitutos, como pueden ser: comida rápida, comida normal, y otros productos alimenticios ya elaborados.

6.6. Marketing mix

Es una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y los consumidores.

El marketing mix requiere de diversos principios, técnicas, metodologías, para incrementar la satisfacción del cliente, influye las cuatro P (producto, precio, plaza, promoción), para su mejor proceso y desarrollo.

El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar, fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa) (Espinosa, 2012, p. 1).

6.6.1. ¿Cuál es el producto o servicio que yo ofrezco?

El restaurante Costillita Lojana, ofrece una variedad de productos como: cecina asada, chicharrón, costilla frita, cuy asado, caldo de gallina criolla, arveja con guineo, locro de papa, y el repe. Un ejemplo de plato fuerte serán: costilla asada, costilla frita y costilla al jugo.

6.6.2. ¿Qué atributo tiene producto o servicio?

El restaurante Costillita Lojana, dará una sazón exquisita, exactitud en los condimentos y sobre todo la amabilidad en la atención.

6.6.3. ¿Cuál es su forma, sabor, olor, color, materiales y sus características físicas?

El restaurante Costillita Lojana presentará sus productos con una estética pura, un sabor singular, ello será un detalle de los productos que se ofertarán.

6.6.4. Precio:

El restaurante Costillita Lojana, hará un análisis a fondo porque los precios son inestables, tendrá mucha prudencia sobre todo en cuestiones de: costo mano de obra, producto, servicios básicos, local y traslado de materia prima.

6.6.4.1. Precio de venta y cantidad de ventas.

El precio siempre no es bien visto por el cliente, hay que brindar productos optimo

Tabla # 42. Precio de venta y cantidad de ventas

Nº	Costo por unidad	Margen de utilidad	Precio de venta por unidad	Número de unidades vendidas
Arveja	\$ 0,88	99%	\$ 1,75	1.860
Cecina	\$ 3,82	57%	\$ 6,00	1.860
Repe	\$ 0,85	47%	\$ 1,25	1.980
Chicharrón	\$ 3,95	52%	\$ 6,00	1.980
Locro	\$ 0,86	45%	\$ 1,25	2.040
Costilla	\$ 3,50	71%	\$ 6,00	2.040
Caldo	\$ 1,99	76%	\$ 3,50	1.980
Cuy	\$ 4,68	92%	\$ 9,00	1.980

Fuente: La indagación

Elaborado por: Luis Benítez

6.6.4.2. Diferenciaciones de precios.

La dinámica del restaurante Costillita Lojana, será introducir precios ni tan altos ni muy bajos con relación a sus productos, que el cliente se sienta satisfecho

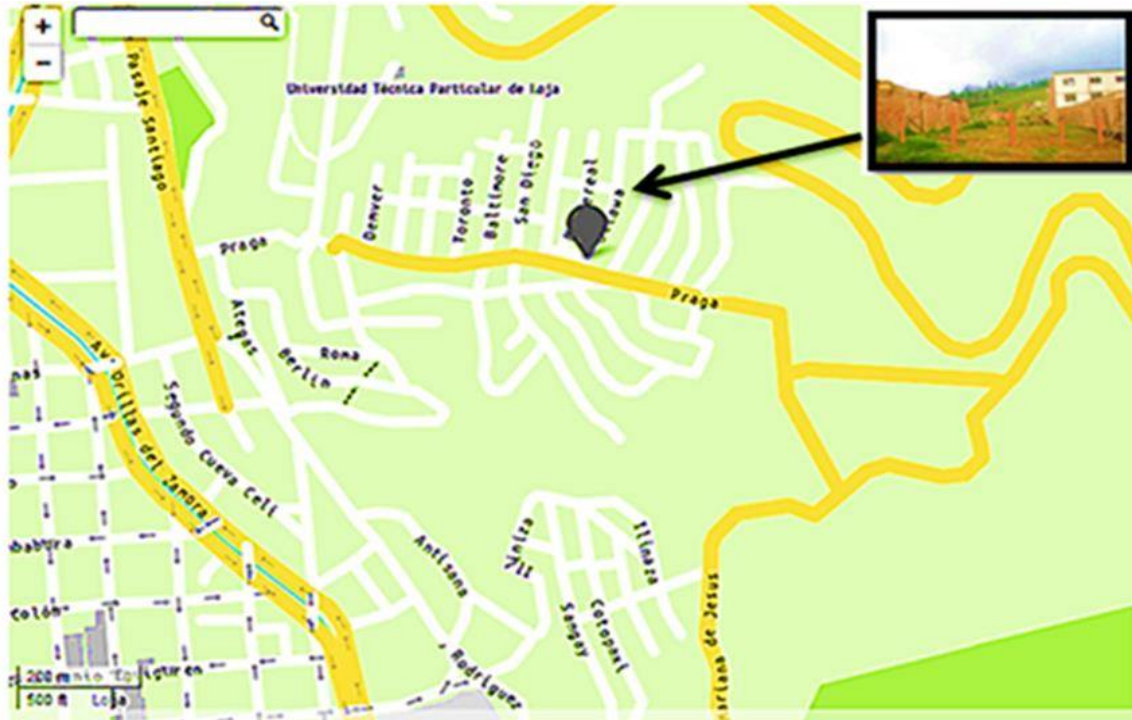
6.6.4.3. Estrategias de precios.

Los platos de contenido de comida típica, tendrán una diferenciación de precios no en absoluto establecidos, por el bajón o alza de precios de la competencia, que brinde sus productos y servicios, hacia colectividad.

6.6.5. Plaza.

Es el lugar en donde se desarrollará, las actividades el restaurante Costillita Lojana, como platos de comida típica, también es el sitio que se encuentra los proveedores y otros, igualmente es una salida y entrada de productos y clientes en lugares específico.

6.6.5.1. Ubicación.



Elaborado por: Luis Benítez

Imagen # 1. Ubicación

La ubicación del restaurante Costillita Lojana, está entre las calles, Ottawa, Houston, y Praga

Tabla # 43. Parroquia El Valle

CANTÓN LOJA 214.855 Parroquia el valle 30.616			
Barrios urbanos y rurales que conforman la parroquia El Valle.			
Granada Turunuma Jipiro La Paz Las Pitás	Barrios urbanos	Barrios Rurales	La Banda Motupe Sauces Norte Carigan Zalapa Amable María

Fuente: INEC
 Elaborado: por Luis Benítez

6.6.5.2. Distribución.

Un servicio eficaz, sin intermediarios directo al cliente.



Imagen # 2. De distribución del producto

6.6.5.3. PROMOCIÓN.

La empresa Costillita Lojana, utilizará esta herramienta ante el cliente con destreza, constancia, autenticidad, para convertir al negocio en excelente para la colectividad lojana, y aumentar las ventas en corto plazo. (Navidad y fin de año)

6.6.5.4. Imágenes de la empresa



Elaborado por: Luis Benítez

Imagen # 3. Imagen de la empresa

- Nombre de la empresa “Costillita Lojana”
- Logo “Costillita Lojana” está presidido de colores, amarillo naranja y rojo y cada color tiene su significado.
- Amarillo.- Otorga una personalidad sociable, sensible.
- Rojo.- Simboliza, alegría, pasión, poder.
- Slogan.- ¡VAYA DELICIA!
- Icono.- Es la imagen del producto que va presentar el restaurante “Costillita Lojana”
- La mujer: Para llamar la atención sobre el producto que ofrece el restaurante Costillita Lojana.

6.6.5.5. Publicidad

Difundir un mensaje, claro y formal, al cliente que capte, lo que el restaurante anhela brindar productos mejorados o innovación del mismo. Envío largo plazo

Canales y medios de publicidad

Tabla # 44. Canales y medios de publicidad

C. / medios de publicidad	Gastos mensuales	Gastos anuales esperados	% sobre el presupuesto total para publicidad
Radio	\$ 13,75	\$ 165	100%
Total	\$ 13,75	\$ 165	100%

Elaborado por Luis Benítez

3 Pasadas diarias por un mes tiene el costo de 165 dólares

6.6.5.6. Estrategias de publicidad

La estrategia de publicidad principalmente estará considerada en colocar cuñas publicitarias en radio que sean temporales, la misma que servirán como estímulo para el paladar del cliente.

Se establecerán Alianzas estratégicas con el canal de la localidad en el programa “La Familia” que es un programa dedicado a las amas de casa en general. Aquí se hará canje de publicidad es decir ellos nombra a mi restaurante y yo les obsequió un par de pases para degustación de comida en mi local.

Otra alternativa será de poseer vínculos con empresas públicas y privadas, ofreciendo productos a precios módicos.

6.6.5.7. Promoción.

El restaurante, Costillita Lojana, por medio de la promoción, trata de informar a los clientes, los productos que se va ofrecer, de lo intermedio, lo visual, gustativo, auditivo.

Tabla 45. Promoción

C. / Medios de promoción	Gastos mensuales	Gastos anuales esperados	% Sobre el presupuesto total para promoción
Hojas volantes	\$ 3,75	\$ 45	100,00
	\$ 3,75	45	100,00%

Elaborado por: Luis Benítez



Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Imagen # 4. De hoja volante

6.6.5.8. Estrategia de promoción

El restaurante Costillita Lojana, con tiempo hacer una planificación de promoción, en la cual dar de conocer los productos y servicios al cliente, con miras en a crecimiento o ya establecidas.

Correo electrónico: una táctica que se utilizara para enviar mensaje, fotografías, a personas naturales, y jurídicas para que conozcan los productos, que brinda el restaurante día a día.

Redes sociales: el restaurante Costillita Lojana, accederá a una página Facebook, y otra en el twitter, en el internet, para que la ciudadanía local a nivel del mundo, conozca los productos que brinda el restaurante desde el barrio San Cayetano Alto.



Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Promoción en el radio: Antes que lleguen las fechas importantes, se contratara a la radio de cobertura interprovincial (Radio Rumba Estéreo) un espacio para promocionar al restaurante Costillita Lojana, y sus productos.

Promoción directa: Con el transcurso del tiempo, y se hará descuentos en el precio, y adicionados en el producto.

6.7. Estrategia del negocio.

Cuando el restaurante se conforme en legalidad, para operar, tendrá que regirse a los siguientes aspectos:

Estrategia 1: Penetración de mercado. Brindarse con los productos actuales y mercados actuales, de esta manera aumentar la participación al ahondar la estrategia, por medio de publicidad, promoción, y otros.

Estrategia 2. Desarrollo de productos. Consiste en ofrecer nuevos productos a los clientes actuales, aumentando el volumen total de ventas. A posterior crear blogs en donde indique que producto ofertamos y crear software para tener orden todo lo que influye en el restaurante.

Estrategia 3. Desarrollo de mercado. A la conquista de nuevos clientes ya sea locales o de la provincia bríndales productos de calidad, aplicando el marketing de diferente manera, al producto, precio, plaza promoción, a futuro se abrirá otras sucursales en diferentes puntos de la ciudad.

7. FILOSOFÍA EMPRESARIAL

7.1. Visión

Constituirse en el restaurante de mayor prestigio de la región sur del país, (provincia de Loja), y crecer a nivel nacional como ejemplo de superación y notoriedad

7.2. Misión.

Lograr el rescate de la comida típica lojana, como recurso gastronómico de la región sur del país, (provincia de Loja), mediante el posicionamiento de sus productos de calidad y calidez en servicios.

7.3. Valores:

PULCRITUD.

Que se note que existe un compromiso con la higiene y la presentación del local ante sus clientes.

PUNTUALIDAD.

Es una asiduidad con la llegada de los clientes internos y con el producto y servicio hacia los clientes externos.

OPTIMISMO.

Siempre la empresa tendrá confianza en las actitudes del personal y de sus clientes.

HONESTIDAD.

Los clientes descubrirán: pureza, modestia, seguridad y credibilidad, en función de sus intereses y necesidades

8. RECURSOS HUMANOS Y LEGAL

El restaurante “Costillita Lojana”, estará conformado por 3 personas fijas y una temporal quienes ayudarán a complementar y brindar un servicio planificado dentro para lograr el éxito de este nuevo negocio.

8.1. Funciones

Manual de funciones del restaurante

Tabla # 46. Administrativo

"COSTILLITA LOJANA"	
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE
AREA:	ADMINISTRATIVO
REQUISITOS:	Ing. Comercial, o Economista quien manejará todo lo administrativo, deberá tener dominio del inglés, facilidades para desarrollar actividades de mercadeo, habilidades y desarrollo en ejecución y administración de proyectos, edad máxima 48 años, edad mínimo, 28 años, experiencia mínima dos años en cargos similares.
REPORTE A:	Propietario.
REMUNERACIÓN	A acordar
FUNCIONES PRINCIPALES:	Trabajar bajo presión, planificar y administrar las actividades del restaurante organizar los departamentos, controlar los gastos y presupuestos destinados para el restaurante realizar pagos de sueldos a los empleados y dirigir al personal para realizar el trabajo en equipo, y facilitar mejor estabilidad.
VALOR INSTITUCIONAL	VALOR PERSONAL
Ajuste al cambio y comprometido Valores compartidos - Solidaridad - Confianza - Respetto - Honestidad	- Imagen personal - Puntualidad - Responsabilidad - Amabilidad - Equitativo - liderazgo

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 47. Contador

"COSTILLITA LOJANA"	
NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR / A
ÁREA:	ADMINISTRATIVA
REQUISITOS:	Lcdo./a en contabilidad y auditoría con experiencia mínima dos años, en prácticas similares,
REPORTE A:	AL GERENTE DEL RESTAURANTE.
REMUNERACIÓN	A acordar.
FUNCIONES PRINCIPALES:	Trabajar bajo presión, elaborar los soportes para el pago de obligaciones con proveedores, elaborar y presentar los estados financieros en las fechas establecidas.
VALOR INSTITUCIONAL	VALOR PERSONAL
Ajuste al cambio y comprometido Valores compartidos <ul style="list-style-type: none"> - Solidaridad - Confianza - Respeto - Honestidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen personal - Puntualidad - Responsabilidad - Amabilidad - Equitativo

Fuente: La indagación
 Elaborado por Luis Benítez

CHEF (PRODUCCIÓN)

Tabla # 48. Chef

"COSTILLITA LOJANA"	
NOMBRE DEL CARGO:	CHEF
ÁREA:	PRODUCCIÓN
REQUISITOS:	Cocinero con experiencia en comida típica, dominio del inglés, capacidad liderazgo, trabajo en equipo, capacidad en la toma decisiones.
REPORTE A:	AI GERENTE GENERAL
REMUNERACIÓN	A acordar
FUNCIONES PRINCIPALES:	Trabajar bajo presión, supervisa y coordina todas las operaciones relativas a la cocina, manejo de inventarios materia prima, materia elaborada, seleccionar proveedores de confianza.
VALOR INSTITUCIONAL	VALOR PERSONAL
Ajuste al cambio y comprometido Valores compartidos <ul style="list-style-type: none"> - Solidaridad - Confianza - Respetto - Honestidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen personal - Puntualidad - Responsabilidad - Amabilidad - Equitativo

Fuente: La indagación
 Elaborado por: Luis Benítez

Ayudante de cocina

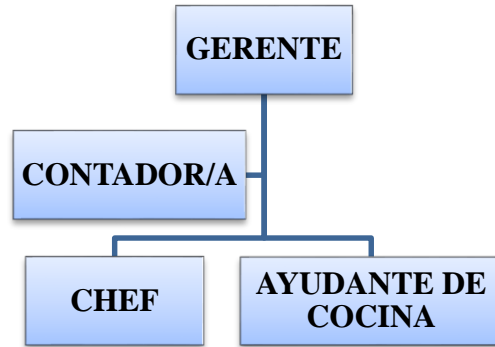
Tabla # 49. Ayudante de cocina

"COSTILLITA LOJANA"	
NOMBRE DEL CARGO:	AYUDANTE DE COCINA
ÁREA:	PRODUCCIÓN
REQUISITOS:	Bachiller, conocimientos básicos de manipulación de alimentos y equipos de cocina, responsable y organizado, con buenos estándares de higiene.
REPORTE A:	CHEF
REMUNERACIÓN	A acordar
FUNCIONES PRINCIPALES:	Trabajar bajo presión, recibe y almacena la materia prima, y materia elaborada, ordenándoles adecuadamente, ayuda en la elaboración de los platillos, limpia el menaje, y demás enseres de cocina.
VALOR INSTITUCIONAL	VALOR PERSONAL
Ajuste al cambio y comprometido Valores compartidos - Solidaridad - Confianza - Respeto - Honestidad	- Imagen personal - Puntual - Responsable - Amable - Equitativo

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez.

8.2. Organigrama estructural

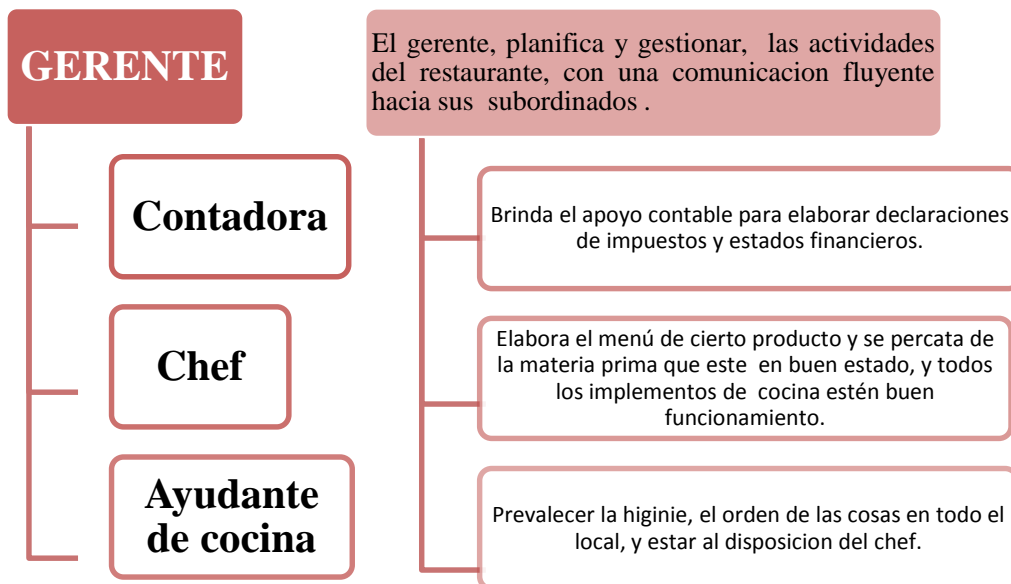
Gráfico # 27. Organigrama estructural



Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

9.2.1. Organigrama funcional.

Gráfico # 281. Organigrama funcional



Fuente: La indagación

8.3. Legalización del negocio

El restaurante Costillita Lojana será una microempresa unipersonal y se ajustará al marco legal vigente del Ecuador.

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA RESTAURANTE “COSTILLITA LOJANA”

Requerimientos legales

Obtención del RUC

Registro Único de Contribuyente (R.U.C), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información administración tributaria, tiene un plazo de 30 días luego de haber iniciado las actividades empresariales los requisitos para obtener el RUC son los siguientes

- Llenar el formulario pertinente, 01.A 01.B
- Copia del estatuto de la persona natural con la certificación correspondiente ley de creación o acuerdo ministerial, según corresponda.
- Nombramiento del representante legal, inscrito en registro mercantil cuando la ley lo exija así.
- Copia de cedula y certificado votación del representante legal
- Original y copia de hojas de datos por la Súper Intendencia de Compañías
- Copia de un documento que certifique, la residencia, y dirección puede de ser, luz, agua.
- Comprobante del impuesto de predio

PATENTE MUNICIPAL.

- Es comprobante, de pago emitido por el Municipio de Loja por la cancelación anual de impuesto de patente municipal se graba a toda persona natural o jurídica que realicen actividad económica en Loja. Los requisitos son.
- RUC, registro único de contribuyente
- Copia de la cedula y certificado de votación
- Formulario debidamente llenado de patente
- Copia de declaración del impuesto a la renta

PERMISO USO DE SUELO

- Formulario de regulación municipal de Loja
- Pago de impuesto predial
- Copia de cedula y certificado de votación

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO SANITARIO

Documento emitido por la Dirección de Higiene Municipal que autoriza el funcionamiento de restaurants se tiene plazo hasta el 30 de junio de cada año y los requisitos son los siguientes:

- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Carnet de salud otorgado por el policlínico municipal
- Dos fotos tamaño carnet
- Especie para permiso de funcionamiento
- Credencial del usuario

PERMISO DE CUERPO DE BOMBEROS DE LOJA

Al pagar la patente, un 10 % cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos del municipio de Loja a los locales que desarrollan actividades económicas, los bomberos recomiendan la instalación de equipos contra incendios, el cumplimiento de estas recomendaciones le da al dueño el derecho de reclamar el seguro contra incendios que es cancelado en las planillas de luz eléctrica pública, los requisitos son los siguientes:

- Presentar la patente y el RUC.
- Comprar y entregar formulario a bomberos.
- Inspección de bomberos.

REGISTRO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Todas las empresas que se dedique a las actividades turísticas deben afiliarse en la Cámara Provincial de Turismo, se tiene un plazo de 30 días luego de iniciado las actividades empresariales, los requisito; son los siguientes.

- Copia certificada de escritura de constitución de la compañía
- Nombramiento del representante legal
- Copia del RUC.
- Copia de la cedula y certificado votación
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual
- Declaración juramentada de los activos fijos.
- Copia de título de propiedad del terreno
- Listas de precios de los productos que ofrece el restaurante

LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Documento que permite el funcionamiento de restaurantes en el cantón Loja, se tiene el plazo hasta el 31 marzo de cada año.

- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal
- Formulario de autorización y funcionamiento
- Permiso de suelo
- Copia del RUC.

CONTRIBUCIÓN UNO POR MIL DE ACTIVOS FIJOS

Es un impuesto que se cancela al fondo mixto turismo cada año hasta el 31 julio se calcula monto de activos fijos.

CERTIFICADO AMBIENTAL

El municipio de Loja emite un certificado ambiental para lo cual se cancela un promedio de \$ 32 dólares.

INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

Para salvaguardar los derechos de marcas se realiza el registro de la misma en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.

AUTENTIFICACIÓN

Tabla # 50. Autenticación

DETALLE	VALOR
Gasto constitucional	\$ 400,00

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

9. ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

Es el diseño, operación, y el mejoramiento de los sistemas, por producción que crean bienes y servicios.

9.1. Recursos o insumos necesarios

Tabla # 51. Insumos necesarios

Instalaciones	Mano de obra	Capital
Local	Administrador	Computadora
Adecuaciones de local	Contador	Impresora
Menaje de cocina	Chef	Teléfono
Cocinas industriales	Ayudante	Mobiliario

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

9.2. Descripción del proceso

Es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que al interactuar transforman elementos de entrada y los convierten en resultados.

1. Planificar y elaborar.

El gerente y chef, planificarán todos los días, dependiendo del menú que preparen, luego elaborarán una lista de qué materia prima, se debe comprar en el centro de acopio más cercano y llevar al restaurante Costillita Lojana.

2. En bodega la materia prima.

Se pasa a la bodega, la materia prima como: arvejas, guineo, yuca, maíz, tomate, sal y otras pasarán a la cocina fría, hablando de: carnes, quesillo, leche, cilantro y otros productos necesarios para la preparación de los alimentos.

3. Inspección de la materia prima.

Se controla, la cantidad, calidad, peso, de la materia prima, para no tener ningún inconveniente en la elaboración del menú.

4. Transporte al área de cocina.

Selección de la materia prima, para la sopa: arvejas, guineo, quesillo, leche, manteca, cilantro, sal, aguacate. Para la cecina asada: carne pura de porcino, yuca, maíz, tomate, cebolla, esto pasará directamente de la bodega a la cocina.

5. En la cocina

Se procede a pelar y lavar ciertos ingredientes que son para la sopa, luego entra a la cocción de los mismos, para la cecina asada, la carne pura es adobada con tiempo, (24horas antes) para darle, un sabor exquisito, cocido de ingredientes.

6. Ingreso del cliente.

El cliente ingresa al restaurante, se lo recibe cordialmente, el elije su mesa, solicita la carta y selecciona el menú de su preferencia.

7. El mesero

Una vez elegido el menú por el cliente, inmediatamente es ordenado al responsable del área de cocina.

8. Preparación

El chef, recibe la orden, es quien prepara los platos que consten en el pedido.

9. Inspección y calidad

Se observa, platos y cucharas estén impecables, el producto con buena sazón, para el mesero lo lleve.

10. Traslado de platos

El mesero, lleva los platos con el producto, con mucho cuidado, para entregar al cliente.

11. Cliente

Se deleita del producto servido a la mesa.

12. Caja

El cliente pasa por caja, cancela por el consumo de ciertos productos, y se le entrega su factura.

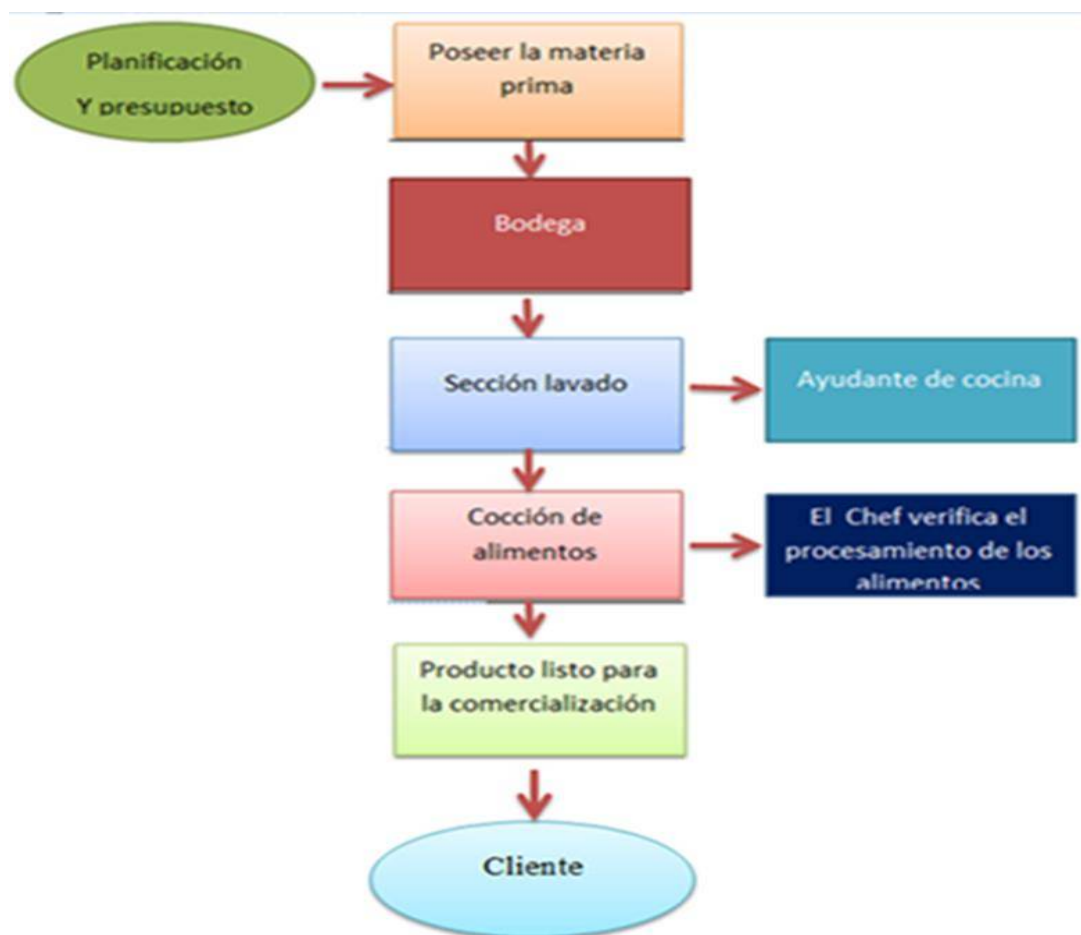
13. Salida del beneficiario

El cliente sale satisfecho del restaurante Costillita Lojana

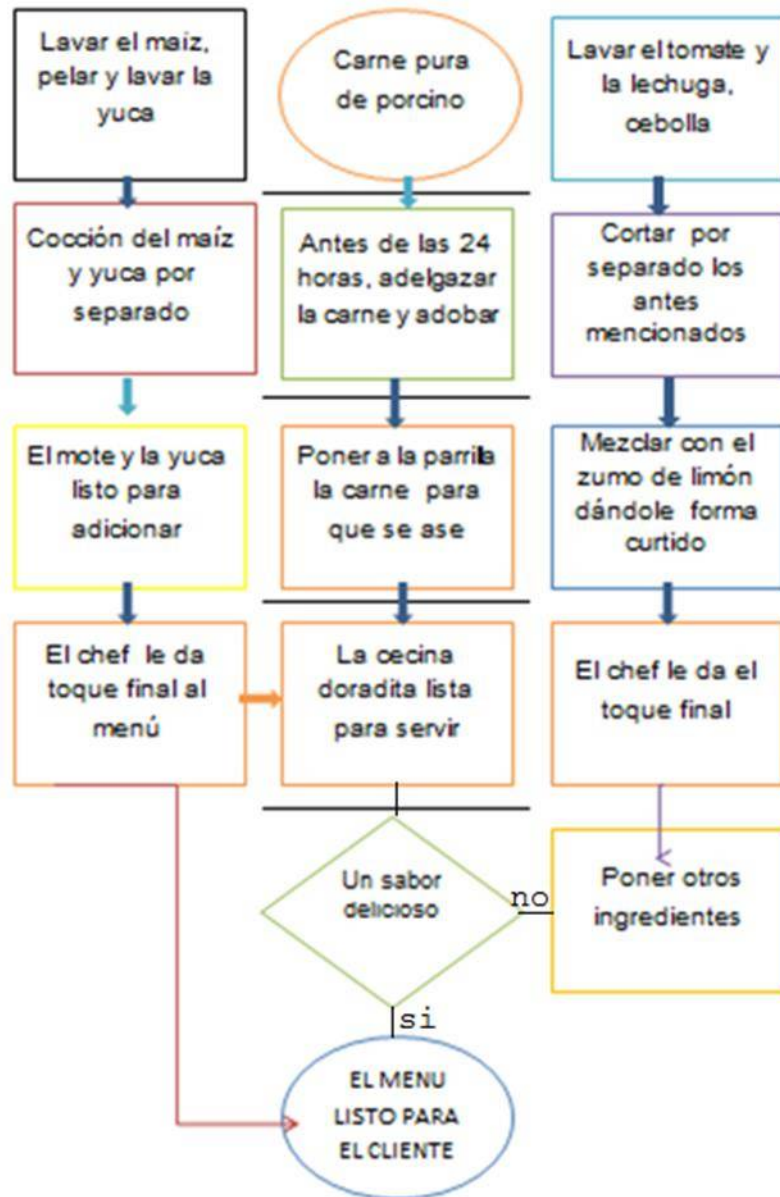
9.3. Diagrama de proceso.

Es una representación gráfica, de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades dentro de un proceso o un procedimiento, identificándoles mediante símbolos de acuerdo su naturaleza.

Gráfico # 29. De procesos



Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez



Fuente: La indagación
 Elaborado por: Luis Benítez

Gráfico # 30. Pasó a paso la preparación

9.4. Distribución de planta.



Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Imagen # 5. Distribución de planta

Costillita Lojana restaurante tiene como finalidad, brindar un producto de calidad y servicio y convertirse en símbolo de gastronomía típica lojana.

Por el momento se alquila el local, luego se construirá una casa en estilo rustico, utilizando madera, piedra, hierro, que sea cualidad arquitectónico.

El local del restaurante se divide en tres áreas funcionales, cocina, cocina fría, bodega, etc.

La cocina será un lugar adecuado, estética, todo ordenado, para un mejor movilidad para hacer las actividades en preparación de los alimentos.

Cocina fría, se carnes frescas, hortalizas, para el mejor conservación de sus nutrientes en un congelador.

La bodega, se guarda la materia prima y elaborada, y otros enseres en total orden, es decir cada en respectivo lugar para así no tener inconvenientes en preparar los alimentos.

COSTILLITA LOJANA

Capacidad instalada

Tabla # 52. Capacidad instalada

La capacidad instalada del restaurante Costillita Lojana.	
Mesas	8
Sillas	32
Se atenderán a 32 clientes	

Elaborado por: el autor

Tabla # 53. Horario

Horario de atención	
Miércoles a viernes	14 horas a 16 horas
2x32	= 64
Pero si se atendieran dos horas = 64 clientes	

Elaborado por: el autor

Tabla # 54. Clientes de miércoles a viernes

Al día	
clientes	64
3 días	
Clientes	192

Elaborado por: el autor

Tabla # 55. Horario fin de semana

Horario de atención fin de semana	
Sábado	
11:30 a 12:30	
Clientes	32
13:30 a 15:30	
Clientes	$32 \times 2 = 64$
Total	96
Domingo	
11:30 a 12:30	
Clientes	$32 \times 1 = 32$
13:30 a 15:30	
Clientes	$32 \times 2 = 64 + 32 = 96$

Elaborado por: el autor

Tabla # 56. Total de clientes por semana

Total de clientes por semana	
$192 + 96 + 96 = 384$	
Clientes	384

Elaborado por: el autor

10.RECURSOS MATERIALES Y ECONÓMICOS

10.1. LISTADO DE MAQUINARIA Y MENAJE E INVERSIÓN

Tabla # 57. Inversión

INVERSION ACTIVOS CORRIENTES			
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escobas plásticas	3	\$ 5,04	\$ 15,12
Trapeador	2	\$ 7,54	\$ 15,08
Basurero para desechos orgánicos, color verde	1	\$ 27,04	\$ 27,04
Basurero para desechos no degradables, color negro	1	\$ 27,00	\$ 27,00
Recipientes para desechos de agua	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Recipientes para desechos de aceite	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Desinfectante	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Dispensador de papel higiénico	1	\$ 17,50	\$ 17,50
Papel Higiénico	1	\$ 0,35	\$ 0,35
Toallas de cocina desechables	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Utensilio limpieza de vajillas	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Cloro	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Alcohol	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Dispensador de alcohol	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Gel para las manos	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Dispensador de gel para las manos	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Secadores de piso	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Recogedor basura	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Mallas para el cabello	8	\$ 1,00	\$ 8,00
Cofias x 100 unidades	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Guantes quirúrgicos x 100 unidades	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Guantes para limpieza	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Guantes para desechos	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Mascarillas x 150 unidades	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Botiquín de pared metálico	1	\$ 89,00	\$ 89,00
Total suministros de aseo y limpieza			\$ 358,09

Continuación			
Bienes de menor cuantía	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Estantería de 200x93x33	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Balanza digital	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Mesa de plástica	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Teléfono	1	\$ 47,00	\$ 47,00
Mesa con 4 sillas	8	\$ 90,00	\$ 720,00
Total de bienes de menor cuantía			\$ 992,00
Implementos de cocina			
Parrilla para cuyes	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Batidora de cinco velocidades	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Ollas # 40	2	\$ 38,00	\$ 76,00
Ollas # 30	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Ollas # 20	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Paila grande	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Paila mediano	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Sartén grande	1	\$ 13,00	\$ 13,00
Sartén mediano	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Tabla de picar	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Cucharones	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Cucharetas	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Bandeja	5	\$ 0,90	\$ 4,50
Juegos de cuchillos	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Plato hondo	24	\$ 0,83	\$ 19,92
Plato base	24	\$ 1,00	\$ 24,00
Plato arrocero	24	\$ 1,00	\$ 24,00
Platillos con tasas para café	24	\$ 1,58	\$ 37,92
Vasos	24	\$ 0,75	\$ 18,00
Servilletero	5	\$ 1,00	\$ 5,00

Continuación			
	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Cubiertos	24	\$ 1,50	\$ 36,00
Vajilla acero inoxidable, Individual	6	\$ 75,00	450,00
Menaje de acero inoxidable	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Vajilla porcelana (plato tendido sopero, taza)	6	\$ 35,00	210,00
Vasos de cristal	48	\$ 2,00	\$ 96,00
Juego de cubiertos para 6 personas tramontina	6	\$ 25,00	150,00
Recipientes de porcelana	6	\$ 15,00	\$ 90,00
Manteles tela	10	\$ 18,00	180,00
Cilindros industriales	72	\$ 2,00	144,00
Total implementos de cocina			1937,34
Total activos corrientes			3287,43
Activos fijos			
Maquinaria y equipo			
Cocina industrial de tres quemadores	1	\$ 140,00	140,00
Parrilla en Angulo de acero	1	\$ 185,00	185,00
Refrigeradora exhibidora	1	\$ 960,00	960,00
Campana extractora	1	\$ 250,00	250,00
Refrigeradora	1	\$ 1070,00	1070,00
Total maquinaria			2605,00
Muebles y enseres			
Mesa de acero industrial	1	\$ 390,00	390,00
Total muebles y enseres			390,00
Equipo del restaurante			
Televisor led 32p	1	\$ 417,00	417,00
Total equipo de restaurante			417,00

Fuente: La indagación

Continuación			
	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Equipo de computación			
Computadora	1	\$ 580,00	\$ 580,00
Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total eq. computación			\$ 680,00
Total activos fijos			\$ 4092,00
Total activos			\$ 7.379,43
Gastos			
Adecuación de la cocina	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Gastos constitución	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Promoción	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Movilización	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Varios	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Uniformes	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Total de gastos			\$ 1.220,00
Total de inversiones			\$ 8.599,43

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

10.2. Costos.

Es el valor de los recursos utilizados en la obtención de un producto o dar un servicio.

10.2.1. Costos fijos.

Costos fijos: Aquellos costos cuyo total permanece constante en un nivel relevante de producción, mientras que el costo unitario varía con la producción.

Tabla # 58. Mano de obra indirecta

Gastos administrativos	Cantidad	Costo mensual	Costo año 1
Administrador	1	594,86	7.138,32
Contador / A	1	570,92	6.851,04
Total		\$ 1.165,78	\$ 13.989,36

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 59. Material indirecto

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Tarrinas	0,08	\$ 5,40	0,43	5,18
Servilletas	0,08	\$ 4,50	0,36	4,32
Cucharas Plásticas	0,08	\$ 3,84	0,31	3,69
Vasos Plásticos	0,08	\$ 3,75	0,30	3,60
Fundas	0,08	\$ 3,60	0,29	3,46
Imprevisto	0,08	\$ 3,00	0,24	2,88
TOTAL			1,93	23,13

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Suministros de oficina

Tabla # 60. Suministro de oficina

Suministros de oficina	Valor unitario	Cantidad	Valor mensual	Valor anuales
Grapadora	1,00	0,08	0,08	\$ 1,00
Clips	0,75	0,25	0,19	\$ 2,25
Perforadora	1,00	0,25	0,25	\$ 3,00
Bolígrafos	1,00	0,33	0,33	\$ 4,00
Hojas membretadas	0,05	30,00	1,50	\$ 18,00
Facturero	5	0,08	0,40	\$ 4,80
Sello	4	0,08	0,32	\$ 3,84
Tinta Para S.	3	0,17	0,51	\$ 6,12
Carpetas A.	3	0,08	0,24	\$ 2,88
Imprevistos	1	1	1,00	\$ 12,00
Total			\$ 4,82	\$ 57,89

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 61. Suministro de aseo

Detalle	Valor unitario	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Escobas plásticas	\$ 10,50	0,08	\$ 0,84	\$ 10,08
Recipientes	\$ 20,00	0,08	\$ 1,60	\$ 19,20
Basureros municipal	\$ 16,00	0,08	\$ 1,28	\$ 15,36
Ambientales tempor	\$ 8,00	0,17	\$ 1,36	\$ 16,32
Dispensador de papel	\$ 18,00	0,08	\$ 1,44	\$ 17,28
Papel Higiénico (12	\$ 10,00	0,08	\$ 0,80	\$ 9,60
Dispensadores de toa	\$ 14,00	0,08	\$ 1,12	\$ 13,44
Utensilio limpieza de	\$ 9,00	0,08	\$ 0,72	\$ 8,64
Cloro Clorox - galón	\$ 20,00	0,08	\$ 1,60	\$ 19,20
Alcohol	\$ 3,00	0,17	\$ 0,51	\$ 6,12
Dispensador de alcoh	\$ 13,00	0,08	\$ 1,04	\$ 12,48
Gel para las manos	\$ 15,00	0,08	\$ 1,20	\$ 14,40
Dispensador de gel	\$ 14,00	0,08	\$ 1,12	\$ 13,44
Secadores de piso	\$ 9,00	0,08	\$ 0,72	\$ 8,64
Recogedor basura	\$ 3,00	0,08	\$ 0,24	\$ 2,88
Fundas plásticas	\$ 4,50	0,08	\$ 0,36	\$ 4,32
Lava vajilla grande	\$ 12,40	0,08	\$ 0,99	\$ 11,9
Guantes	\$ 3,00	0,08	\$ 0,24	\$ 2,88
Total de suministros			17,182	206,184

Fuente: La indagación
Elaborado por: luis benitez

Insumos.

Insumo es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes. Por sus propias características, los insumos suelen perder sus propiedades para transformarse y pasar a formar parte del producto final.

Tabla # 62. Insumos

Servicios básicos	Gastos mensuales	Gastos anuales	%Sobre el total de servicios básicos
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00	21%
Energía eléctrica	\$ 25,00	\$ 300,00	36%
Teléfono	\$ 12,00	\$ 144,00	17%
Internet	\$ 18,00	\$ 216,00	26%
	\$ 70,00	\$ 840,00	100%

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Gasto:

Son los cargos operativos y financieros en que incurre el ente económico en el desarrollo del giro normal de su actividad en un ejercicio económico determinado.

Gastos de venta.

Son todas las erogaciones necesarias para poder realizar la venta de los bienes o servicios de una empresa como, por ejemplo, gastos de publicidad, fletes, comisiones a los agentes de ventas.

Gasto de venta

Tabla # 63. Gasto de venta

Detalle	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Publicidad	1	\$ 13,75	\$ 165,00
Transporte	1	\$ 50,00	\$ 600,00
Promoción	1	\$ 3,75	\$ 45,00
		\$ 67,50	\$ 810,00

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Son todas las erogaciones necesarias para la administración de una empresa.

Arriendo

Tabla # 64. Arriendo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Arriendo	1	\$ 250,00	\$ 3000,00
Total			\$ 3.000,00

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Costo de mano de obra directa

Tabla # 65. Costo de mano de obra directa

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Chef	\$ 594,86	\$ 7.138,32
Ayudante de cocina	\$ 460,59	\$ 5.527,07
Total	\$ 1.055,00	\$ 12.665,00

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Gastos financieros

Son todas las erogaciones de una empresa relacionadas con el pago de intereses.

Gastos

Tabla # 66. Gastos

Detalle	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Pago intereses de deuda	1	\$ 60,67	\$ 728,02
Pago seguro de préstamo	1	\$ 29,14	\$ 349,73
TOTAL			\$ 1.077,75

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 67. Total de costos fijos


Total de costos fijos			
Detalle	Cantidad	Costo mensual	Costo año 1
Gastos de ventas	1	\$ 69,43	\$ 833,16
Gastos administrativos	1	\$ 2.339,09	\$ 26.372,08
Otros gastos administrativos	1	\$ 677,72	\$ 8.132,72
Gastos financieros	1	\$ 89,81	\$ 1.077,75
Total		\$ 3176,05	\$ 36415,71

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

10.2.2. Costos variables.

Cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado, dicha actividad puede ser referida a producción y ventas.

Tabla # 68. Sopa de arveja con guineo

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Arvejas	gr.	140	0,0022	\$ 0,31
Guineos	gr.	80	0,0009	\$ 0,07
Quesillo	gr.	100	0,0044	\$ 0,44
Leche	ml	60	0,0006	\$ 0,04
Manteca	gr.	1	0,0050	\$ 0,01
Cilantro	gr.	5	0,0009	\$ 0,00
Sal	gr.	1	0,005	\$ 0,01
			Costo unitario	\$ 0,87
			1%	0,01
			Total	0,88
			P.V.P	\$ 1,75

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 69. Plato de cecina asada

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cecina asada	gr	200	0,0088	\$ 1,76
Mote	gr	100	0,0022	\$ 0,22
Yuca	gr	100	0,0009	\$ 0,09
Tomate	gr	45	0,0009	\$ 0,04
Cebolla	gr	35	0,0009	\$ 0,03
Limón	ml	5	0,0013	\$ 0,01
Lechuga	gr	40	0,0009	\$ 0,04
			Costo unitario	\$ 2,18
			Utilidad 29%	1,64
			Total	3,82
			P.V.P	\$ 6,01

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 70. Sopa de repe

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Guineo cocido	gr	140	0,0009	\$ 0,13
Manteca compuesta	gr	1	0,005	\$ 0,01
Cebolla	gr	5	0,0009	\$ 0,00
Queso	gr	100	0,0044	\$ 0,44
Leche	ml	70	0,0006	\$ 0,04
Cilantro	gr	5	0,0009	\$ 0,00
Sal	gr	1	0,0013	\$ 0,00
			Costo unitario	\$ 0,62
			3%	0,02
			Total	0,63
			P.V.P	\$ 1,25



Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 71. Plato de chicharrón

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Chicharrón	gr	200	0,0088	\$ 1,76
Yuca	gr	60	0,0009	\$ 0,05
Plátano	gr	60	0,0009	\$ 0,05
Mote	gr	100	0,0011	\$ 0,11
Tomate	gr	40	0,0009	\$ 0,04
Cebolla	gr	30	0,0009	\$ 0,03
Pimienta	gr	1	0,0066	\$ 0,01
Comino	gr	1	0,0066	\$ 0,01
Ajo molido	gr	2	0,0055	\$ 0,01
Sal	gr	2	0,0009	\$ 0,00
			Costo unitario	\$ 2,07
			Utilidad 40%	1,88
			Total	3,95
			P.V.P	\$ 6,01



Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 72. Sopa de locro de papa

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Papas	gr	140	0,0009	\$ 0,13
Queso	gr	100	0,0044	\$ 0,44
Leche	ml	70	0,0006	\$ 0,04
Cebolla	gr	5	0,0009	\$ 0,00
Manteca compuesta	gr	1	0,005	\$ 0,01
Cilantro	gr	5	0,0009	\$ 0,00
Sal	gr	1	0,0009	\$ 0,00
			Costo unitario	\$ 0,62
			1%	0,01
			Total	0,63
			P. V. P	\$ 1,25



Fuente: La indagación
Investigador por: Luis Benítez

Tabla # 73. Plato de costilla frita

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Costilla	gr	200	0,011	\$ 2,20
Mote	gr	40	0,0027	\$ 0,11
Yuca	gr	40	0,0009	\$ 0,04
Plátano	gr	80	0,0009	\$ 0,07
Tomate	gr	45	0,0009	\$ 0,04
Cebolla	gr	45	0,0009	\$ 0,04
Limón	MI	5	0,0011	\$ 0,01
			Costo unitario	\$ 2,50
			Utilidad 40%	1,00
			Total	3,50
			P.V.P	\$ 6,01

Fuente: La indagación
Investigador por: Luis Benítez

Tabla # 74. De caldo de gallina criolla

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Gallina presa cocida	gr	200	0,0066	\$ 1,32
Papa	gr	125	0,0009	\$ 0,11
Cebolla blanca picada	gr	15	0,0009	\$ 0,01
Cebolla colorada	gr	15	0,0009	\$ 0,01
Pimiento picado	gr	20	0,0009	\$ 0,02
Tomate	gr	30	0,0009	\$ 0,03
Sal	gr	1	0,0009	\$ 0,00
Pimienta	gr	1	0,0055	\$ 0,01
Perejil	gr	5	0,0009	\$ 0,01
			Costo unitario	\$ 1,52
			utilidad 31%	0,47
			Total	1,99
			P.V.P	\$ 3,50

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 75. Plato de cuy asado

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cuy asado	gr	200	0,014	\$ 2,80
Mote	gr	100	0,0027	\$ 0,27
Yuca	gr	60	0,0011	\$ 0,07
Tomate	gr	80	0,0009	\$ 0,07
Cebolla	gr	45	0,0009	\$ 0,04
Limón	ml	45	0,0011	\$ 0,05
Lechuga	gr	40	0,0011	\$ 0,04
	gr	2	0,0011	\$ 0,00
			Costo unitario	\$ 3,34
			utilidad	70,00%
			Total	5,68
			P.V.P	\$ 9,02

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 76. Total de costos variables, mensuales

Producto	Costo unidad	Consumo mensual	Egreso mensual
Arveja con guineo	\$ 0,87	155	\$ 134,85
Cecina	\$ 2,26	155	\$ 337,90
Repe	\$ 0,62	165	\$ 102,30
Chicharrón	\$ 2,46	165	\$ 405,90
Locro de papa	\$ 0,62	170	\$ 105,40
Costilla	\$ 2,50	170	\$ 425,00
Caldo. de gallina	\$ 1,52	165	\$ 250,80
Cuy asado	\$ 3,34	165	\$ 551,10
Total		1310,00	\$2.313,25

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 77. Total de costos variables, anuales

Producto	Costo unidad	Consumo anual	Egreso anual
Arveja con guineo	\$ 0,87	1.860	\$ 1.618,20
Cecina	\$ 2,18	1.860	\$ 4.054,80
Repe	\$ 0,62	1.980	\$ 1.227,60
Chicharrón	\$ 2,46	1.980	\$ 4.870,80
Locro de papa	\$ 0,62	2.040	\$ 1.264,80
Costilla	\$ 2,5	2.040	\$ 5.100,00
Caldo. de gallina	\$ 1,52	1.980	\$ 3.009,60
Cuy asado	\$ 3,34	1.980	\$ 6.613,20
Total			\$ 27.759,00

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

10.2.3. Precio

Se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio, o más en general una mercancía cualquiera.

Tabla # 78. Precio

Nº	Costo fijo unitario	Costo variable unitario	Costo total unitario	Margen de utilidad	Precio venta	Impuesto	P.V.P
Arveja con guineo	0,87	0,26	1,13	38%	1,56	12%	\$ 1,75
Cecina	2,26	1,64	3,9	37%	5,36	12%	\$ 6,00
Repe	0,62	0,2	0,82	36%	1,11	12%	\$ 1,25
Chicharrón	2,46	0,67	3,13	71%	5,36	12%	\$ 6,00
Locro de papa	0,62	0,22	0,84	33%	1,11	12%	\$ 1,25
Costilla	2,50	0,67	3,17	69%	5,36	12%	\$ 6,00
Caldo de gallina.	1,52	0,47	1,99	57%	3,13	12%	\$ 3,50
Cuy asado	3,34	1,34	4,68	72%	8,04	12%	\$ 9,00

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

10.2.4. Punto de equilibrio.

Hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, esto supone que la empresa en su punto de equilibrio tiene un beneficio que es igual a cero.

Para calcular el punto de equilibrio se ha tomado la siguiente formula.

Punto de equilibrio "Costillita Lojana"

Tabla # 79. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS		
Punto de equilibrio =		Costos fijos
	1 -	Costo variable
		Ventas
Punto de equilibrio =		36.415,71
	1 -	27.759,00
		68.329,23
Punto de equilibrio =		36.415,71
	1 -	0,406253673
Punto de equilibrio =	36.415,71	
	0,5937463	
Punto de equilibrio =	61.332,10	/ 12
Mensual	\$ 5.111,01	/ 20
Diario	\$ 255,55	

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

10.2.5. Estructurado de costos anuales

Tabla # 80. Estructurados de costos anuales

Estructurado de costos anuales	Producto	%	Valor total
Gastos de ventas	\$ 69,43	2%	\$ 833,16
Gastos administrativos	\$ 2.197,63	71%	\$ 26.372,08
Otros gastos administrativos	\$ 677,73	24%	\$ 8.132,72
Gastos financieros	\$ 89,81	3%	\$ 1.077,75
Total		100%	\$36.415,71

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

11.2.6. Costo proyectado

Tabla # 81. Costo proyectado

DETALLE	AÑO # 1	AÑO # 2	AÑO # 3	AÑO # 4	AÑO # 5
Costo de ventas	27.759,00	29022,03	30342,54	31723,12	33166,52
Gastos administrativos	36.415,71	38.072,62	39.804,93	41.616,05	43509,58
Total de costos y gastos	64.174,71	67094,66	70147,47	73339,18	76676,11

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

10.3. Ingresos.

Es todo el dinero que ingresa a la empresa por su actividad productiva y de servicio

Tabla # 82. Unidades de platos

Producto	Platos diarios	Platos. mensual	Platos anual
Arvejas y guineo	31	155	1.860
Cecina	31	155	1.860
Repe	33	165	1.980
Chicharrón	33	165	1.980
Locro papas	34	170	2.040
Costilla	34	170	2.040
Caldo de gallina	33	165	1.980
Cuy asado	33	165	1.980
Total		1.310	15.720

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 83. Producción, ingreso anual

Producto	Producción anual	P.V.P.	Ingreso anual
Arvejas con guineo	1.860	\$ 1,75	\$ 3.254,45
Cecina	1.860	\$ 6,00	\$ 11.151,86
Repe	1.980	\$ 1,25	\$ 2.480,61
Chicharrón	1.980	\$ 6,00	\$ 11.884,79
Locro de papas	2.040	\$ 1,25	\$ 2.554,14
Costilla	2.040	\$ 6,00	\$ 12.252,24
Caldo de gallina	1.980	\$ 3,50	\$ 6.931,14
Cuy asado	1.980	\$ 9,00	\$ 17.820,00
Total	15.720		\$ 68.329,23

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

10.3.1. Ingresos proyectados

Tabla # 84. Ingresos proyectados

Producto/ingreso	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arvejas con guineo	\$ 3.254	\$ 3.402,53	\$ 3.557	\$ 3.719,20	\$ 3.888,43
Cecina	\$ 11.152	\$11.659,27	\$ 12.190	\$12.744,40	\$12.744,40
Repe	\$ 2.481	\$2.593,48	\$ 2.711	\$2.834,85	\$2.834,85
Chicharrón	\$ 11.885	\$12.425,55	\$ 12.991	\$13.582,00	\$14.199,98
Locro de papa	\$ 2.554	\$2.670,35	\$ 2.792	\$2.918,88	\$3.051,69
Costilla	\$ 12.252	\$12.809,72	\$ 13.393	\$14.001,92	\$14.639,01
Caldo de gallina	\$ 6.931	\$13.862,33	\$ 14.493	\$15.152,50	\$15.841,93
Cuy	\$ 17.820	\$18.630,81	19.478,51	\$20.364,78	\$21.291,38
TOTAL	\$ 68.329	\$78.054,03	\$ 81.605	\$85.318,54	\$88.491,67

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Los ingresos proyectados se calculan del primer año poniendo el porcentaje de 4,55 %, igual para el segundo, y así sucesivamente, teniendo el resultado total por cada año.

10.4. Estados de resultados

Estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

Tabla # 85. Estados de resultados

	Estados de resultados de Costillita Lojana				
Rubros	Año # 1	Año # 2	Año # 3	Año # 4	Año # 5
Ventas	68.329,23	71438,21	74688,65	78086,98	81639,94
(-) Costos ventas	27.279,60	28520,82	29818,52	31175,26	32593,74
(=) Utilidad bruta	41.049,63	42917,39	44870,13	46911,72	49046,20
(-) Gastos de administración	36.415,71	38072,62	39804,93	41616,05	43509,58
(=) Utilidad antes del impuesto	4.633,92	4844,76	5065,20	5295,67	5536,62
(-) Participación de los trabajadores	695,09	726,71	759,78	794,35	830,49
(=) Utilidad antes del impuesto	3.938,83	4118,05	4305,42	4501,32	4706,13
(-) Impuesto a la renta	984,71	1029,51	1076,36	1125,33	1176,53
Utilidad neta del ejercicio	2.954,12	3088,54	3229,07	3375,99	3529,59
Utilidad efectiva	2.954,12	3088,54	3229,07	3375,99	3529,59

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

11.5. Balance general.

Es un informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado.

Tabla # 86. Balance general

"Costillita Lojana"			
BALANCE GENERAL			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
Suministros de limpieza	358,09	PRESTAMO FINANCIERO	7.379,43
Bienes de menor cuantía	992,00		
Implementos de cocina	1.937,34		
Total activo corriente	3.287,43	Total pasivo corriente	7.379,43
Activos no corrientes		Total pasivos	7.379,43
Maquinaria y equipos	2.605,00		
Muebles y enseres de cocina	390,00		
Equipo del restaurante	417,00	PATRIMONIO	
Equipo de computación	680,00		
Total activo no corriente	4.092,00		
Total de activos	7.379,43	Total pasivo y patrimonio	7.379,43

Elaborado por: Luis Benítez

11.6 Flujo de caja

La expresión "flujo de caja" es un término económico financiero que indica el registro documentado de las entradas y salidas de dinero que una empresa tiene en determinado lapso temporal, y sirve para determinar su solvencia y liquidez, si el saldo que resulta de restar los egresos a los ingresos, resulta favorable.

Tabla # 87. Flujo de caja

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO " COSTILLITA LOJANA"						
(dólares)						
Indicadores Financieros y/o Económicos y (TIR, VAN y Otros)						
RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INVERSION	8.599,43					
SALDO INICIAL		-	2.853,09	5.769,90	9.720,76	13.851,38
INGRESOS POR VENTAS		68.329,23	71.438,21	74.688,65	78.086,98	81.639,94
COSTOS TOTALES		60.234,53	62.674,79	69.623,44	72.791,31	76.103,32
FLUJO OPERACIONAL	(8.599,43)	8.094,70	8.763,42	5.065,20	5.295,67	5.536,62
IMPUESTOS	-	1.780,83	1.927,95	1.114,34	1.165,05	1.218,06
RENTABILIDAD/PERDIDA OPERACIONAL	(8.599,43)	6.313,87	6.835,47	3.950,86	4.130,62	4.318,56
FLUJO NETO	(8.599,43)	6.313,87	9.688,55	9.720,76	13.851,38	18.169,95
Pago de Principal del crédito		3.460,78	3.918,65			
Ingreso por financiamiento (Crédito)	7.379,43					
Ingreso por autofinanciamiento	1.220,00					
Flujo de caja	-	2.853,09	5.769,90	9.720,76	13.851,38	18.169,95

Fuente: La indagación
Elaborado por Luis Benítez

Tabla # 88. Indicadores y / o financiero

Indicadores económico y/o financiero	AÑOS					
	-	1	2	3	4	5
$VA = VF/(1+i)^n$	-8.599,43	4.901,34	6.075,89	4.801,99	5.679,16	6.167,24
VAN =	19.026,20					
TIR _e =	88,37%					
C/B		1,13	1,13	1,06	1,06	1,06

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

11.7. Periodo recuperación de la inversión

Tabla # 89. Periodo de recuperación

	AÑOS	MESES	DÍAS
PERIODO RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	1	8	14

Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 90. Costo / beneficio

COSTO / BENEFICIO	
SUMA DE INGRESOS TOTALES	143.136,41
SUMA DE EGRESOS TOTALES	131.610,64
COSTO / BENEFICIO	1,09

Fuente: la indagación

Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 91. Costo de capital

Costo de capital		
Tasa de descuento	12,49%	58,94%
Costo de oportunidad	8,70%	41,06%
Costo de capital	21,19%	

Elaborado por: Luis Benítez

Tasa de Descuento para proyectos de inversión Banco del Estado

Tasa de Interés Pasiva Abril/15. BCE

Tabla # 92. Periodo de recuperación de la inversión.

Años		Flujo de Fondos (Netos de Caja)		Ingresos Acumulados	
0	-	8.599,43	B		
1		5.939,93		5.939,93	C
2	A	8.923,68		14.863,61	
3		8.547,15	D	23.410,76	
4		12.250,44		35.661,19	
5		16.122,23		51.783,42	

Fuente: La indagación

Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 93. Fórmulas de periodo de recuperación

PRI	A + (B - C)
=	D

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 94. Definición formula

A =	Año donde el ingreso acumulado es menor y no superior a la Inversión Inicial
B =	Inversión Inicial
C =	Ingreso acumulado, menor y no mayor a la Inversión Inicial
D =	Flujo de Caja del año donde se recupera la Inversión

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 95. Resuelve la formula

PRI =	1	+	8.599,43	-	5.939,93
	8.923,68				
PRI =	1		2.659,50		
			8.923,68		

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

PRI = 1,30

Tabla # 96. Calculo de los meses

CALCULO DE LOS MESES	
1	12
0,705	8,46
CALCULO DE LOS DIAS	
1	30
0,46	14

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Tabla # 97. Resuelto el cálculo

AÑOS	1
MESES	8
DÍAS	14

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

VAN. (Valor Actual Neto), el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la existencia útil del proyecto.

TIR. (Tasa Interna de Retorno), la tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

11. INFORME TÉCNICO

TEMA:

Creación de restaurante de comida típica “Costillita Lojana” en la ciudad de Loja.

INTRODUCCIÓN:

Con miras a un emprendimiento se desarrolló el proyecto de comida típica, en el cual presenta producto y servicio de mejor calidad que exige la colectividad lojana.

Ya no es novedad, porque existen restaurantes de comida típica que ofrece sus productos, la única diferencia es la innovación y servicio excelente el objetivo principal de nuestra empresa.

No es fácil manejar un negocio tampoco imposible, siempre actuar con estrategias para enfrentarse ante la competitividad

El proyecto de comida típica está basado en un plan de negocios, para detallar paso a paso cada capítulo, se trata de disminuir a un mínimo de inseguridad de la empresa, y tener cuenta que el producto sea de lo mejor, una rentabilidad positiva, que no haya gastos asombrosos, que los inversionistas lo vean como un proyecto de comida típica, provechoso.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA.

EVALUACIÓN DE LA IDEA NEGOCIO:

Análisis crítico de la idea de negocio, de comida típica no hay especialización en esta área, es ser aficionado, para el desarrollo de producto se contratara un chef especializado en la materia, se contribuye en el manejo administrativo, es decir control del personal, ingresos y egresos del presupuesto y otros.

NOMBRE DE LA EMPRESA:

Se describió varios nombres en la cual se procedió a escoger a un grupo de personas de para hacer la selección del nombre, Costillita Lojana, para el proyecto.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA:

El restaurante costillita lojana, ofrecer un producto y servicio atractivo, al cliente hacer alianzas con empresas públicas y privadas, es una herramienta precisa

para la publicidad la más precisa para ello se valdrá del internet para emprender también en procesos publicitarios.

ANÁLISIS DEL SECTOR Y ENTORNO

Todo depende de estas faces externas que están en constante cambios, es decir no hay una estabilidad, seguridad, para las microempresas, la tramitología es muy exagerada que amilana al microempresario.

ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO

Observación de las variables que pueden cambiar de una manera instantánea y afecten al desarrollo de la micro empresa, por ejemplo el GRAN AKI, es un negocio de grandes dimensiones que puede afectar a otras de menor tamaño, pese a crear fuente de trabajo que sería una ventaja para ciudad de Loja, pero las empresas se verían afectadas, importune a las ofertas que puedan canalizarse.

ANÁLISIS FODA

Es una herramienta esencial que provee de los dispositivos, necesarios al proceso planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos proyectos o mejorarlos si es el caso.

MERCADEO O MARKETING

Se utilizará una estrategia clara, precisa en sus aspectos sin incomodarle al cliente.

FILOSOFÍA EMPRESARIAL

La filosofía empresarial responde a dos términos que define tales como

Visión:

Constituirse en el restaurante de mayor prestigio de la región sur del país, (provincia de Loja), y crecer a nivel nacional como ejemplo de superación y notoriedad.

Misión:

Lograr el rescate de la comida típica lojana, como recurso gastronómico de la región sur del país, (provincia de Loja), mediante el posicionamiento de sus productos de calidad y calidez en servicios.

RECURSOS HUMANOS Y LEGALES

El organigrama estructural está compuesto por cuatro personas, donde se indica lo que cada persona desempeñará las funciones que se asignen, para lograr los objetivos y resultados propuestos por la empresa.

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES.

En esta área dispondrá de personal altamente capacitado, a más de que la selección de la materia prima estará a su cargo para la elaboración de productos de calidad.

RECURSOS MATERIALES Y ECONÓMICOS.

Será analizados los recursos materiales y económicos no influyan inconvenientes en la empresa Costillita Lojana

COSTOS Y GASTOS.

El dinero que emplea la empresa en la fabricación y venta de sus productos y servicios

PRECIO.

Es la cantidad de dinero que se requiere para adquirir un producto o servicio y satisfacer una necesidad partiendo de esta frase se ha hecho un análisis de precio, con la encuesta y la observación a la competitividad, costos fijos y variables de la empresa, en este sentido se pondrá un costo al producto que sea accesible, que no afecte a los consumidores.

INGRESO.

Al ofrecer el producto y servicio al cliente se obtendrán ingresos suficientes para la empresa Costillita Lojana

EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir no existe utilidad ni pérdida, la empresa deberá actuar en función de los rubros de ingresos o egresos.

ESTADOS FINANCIEROS.

El plan de negocios de empresa Costillita Lojana, admite los estados financieros económicos para evaluarlo de manera técnica con finalidad de lograr ganancias, aunque de seguro existirán rubros que puedan generar en un momento dado pérdidas, pero que no serán un gran obstáculo para el funcionamiento de la empresa.

FLUJO DE CAJA.

La empresa Costillita Lojana, tendrá sin duda los recursos necesarios para cubrir los requerimientos de manera efectiva en función de compras y ventas.

INDICADORES FINANCIEROS

Desde el más pequeño de los proyectos o complejos deben ser evaluados para definir su viabilidad y su durabilidad en este plan de negocios.

(VAN), valor actual neto que evalúa la relación entre los flujos futuros descontados y la inversión inicial.

(TIR), Tasa interna de retorno, que identifica la máxima tasa que se permite como tasa de descuento sin que la inversión inicial sea menor a la suma de flujos futuros.

(PRI), Periodo de recuperación de la inversión, indicador que busca identificar el tiempo en que se recuperaría la inversión.

MATERIALES

En el proyecto de comida típica, se utilizaron los siguientes materiales, internet, libros, y otros, que permite dar luz en ese campo indagador.

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Tabla # 98. Presupuesto

INVERSION DE "COSTILLITA LOJANA"	
Detalle	Valor total
Maquinaria y equipo	\$ 2.780,00
Muebles y enseres de cocina	\$ 615,00
Implementos de cocina	\$ 1762,34
Equipo industrial	\$ 358,09
Equipo del restaurant	\$ 1.244,00
Equipo de computación	\$ 680,00
Gasto	\$ 1.220,00
TOTAL	\$ 8.659,43

Elaborado por: Luis Benítez

PROCESO METODOLÓGICO.

En el presente proyecto se utilizaron métodos y técnicas

Método inductivo.- Permite obtener información general en el campo motivo de indagación.

Método deductivo.- Se utiliza para hacer la deducción de la información general a una particular.

Método analítico.- Se hace un análisis crítico de los temas antes mencionados luego tomar una decisión clara y precisa que permita desarrollar adecuadamente el proyecto.

RESULTADOS:

Concluido el plan de negocios estarán presentes con sus respectivos cuadros y gráficos estadísticos.

Según la encuesta que se hizo el 79% de las personas califica como positivo la implementación de este proyecto, aunque existen porcentajes menores que determinan falencias, sin embargo aquello habrá que considerarlos también para buscar una alternativa. Los consultados afirman que es positiva la idea, pero para ello se tendrá que entregarse productos de calidad y buena atención en cuestión de servicio.

CONCLUSIONES

En Loja no existe un restaurante que ofrezca platos exclusivos a bajo costo, donde el cliente se sienta satisfecho al momento de consumirlos.

Se concluye que el presente proyecto de comida típica tendría una aceptación en toda la colectividad lojana al ofrecer productos y servicios de calidad.

El nombre del negocio es llamativo y se lo ubicará en un sector estratégico para atender a clientes tanto locales como nacionales.

Una gran cantidad de personas acuden a los restaurantes una vez a la semana, donde se deleitan de la variedad de platillos con contenido de comida típica que se ofertan.

El plato más apetecido es la cecina, acompañado de repe con guineo, delicias favoritas para muchos clientes.

Existen otros negocios que ofrecen una variedad de platos típicos, con los que debe competir el restaurante Costillita Lojana.

El restaurante Costillita Lojana tiene precios módicos por cada producto que se oferta en el mercado con relación a otros que también los ofrecen.

RECOMENDACIONES

Se recomienda ejecutar el presente plan de negocios con la finalidad de instaurar el restaurante Costillita Lojana y de esta manera satisfacer las demandas del cliente en cuestión de gustos.

La ciudadanía lojana debería acudir al restaurante de comida Costillita Lojana porque ahí encontrará una variedad de platos para los diferentes gustos.

Se recomienda al administrador del negocio colocar el nombre del restaurante en un sitio visible con la finalidad de que los clientes pueden observarlo plenamente.

Se sugiere a los clientes acudir frecuentemente al restaurante, allí encontrarán los platos más deliciosos y económicos.

Se sugiere al chef del restaurante mantener la materia prima fresca, eso dará más deleite al paladar de los clientes lojanos.

Se sugiere al administrador estar atento a la competencia con la finalidad de ir innovando y mejorando cada día, eso dará prestigio al restaurante.

Se sugiere mantener siempre los precios módicos eso garantizará el crecimiento de la clientela, consecuentemente éxito y desarrollo de la microempresa

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ CONSEJO PROVINCIAL DE LOJA, (2012). Platos típicos, Loja-Ecuador
- ✓ INEC, (2010). Censo económico, Quito-Ecuador.
- ✓ INEC, (2010). VII Censo de Población y VI de Vivienda. Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- ✓ MUNICIPIO DE LOJA, (2012). Gastronomía. Disponible en www.municipioloja.com.
- ✓ PORTER, (1979). Las cinco fuerzas de Porter, New York, EE.UU.
- ✓ SALAZAR, (1994) El Marketing y su importancia en el mercado. I edición, Buenos Aires. GHF.

Recursos electrónicos

- ✓ www.bce.fin.ec www.google.com (www.lojanos.com)
- ✓ <http://www.montanita.com/que-hacer-informacion/monta%C3%B1ita-canopy/234>
- ✓ <http://educavital.blogspot.com/2013/04/insumo-definicion-de-insumo-concepto-de.html>
- ✓ www.laylita.com
- ✓ www.google.com
- ✓ www.smartupmarketing.com
- ✓ <http://www.emprendepyme.net/conceptos-a-saber-en-el-estado-de-resultados.html>
- ✓ <https://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+locro+con+papa&biw>
- ✓ [Laylita.com](http://www.laylita.com)

- ✓ <http://www.ecuadorturismo.com.ec/index.php/2015/08/21/cuy-asado/>
 - ✓ <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>
 - ✓ <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
 - ✓ http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda
 - ✓ <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
 - ✓ <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>
 - ✓ <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-las-fuerzas-de-porter>
 - ✓ <http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter>
 - ✓ <http://www.aulafacil.com/estrategia/Lecc-20.htm>
 - ✓ www.ecuadorencifras.com
 - ✓ www.marketing.com
- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa>

ANEXOS



ANEXOS

Anexo # 1 La encuesta



Estimado señor/a como EGRESADO de la carrera Gestión micro empresarial del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO, la siguiente encuesta se la realiza con el fin de determinar la posibilidad de introducir en el mercado de la ciudad de Loja un restaurante de comida típica, 100 % de la serranía ecuatoriana. Gracias por su gentil colaboración.

I. Sexo.

1	2
Masculino	Femenino

ii. Edad.

iii. ¿Cuál es su ocupación?

iv. ¿Lugar de residencia?

1	2	3	4
Local	Provincial	Nacional	OTROS

1.- ¿Conoce usted el sector de san Cayetano Alto, que esta atrás de la U.T.P.L?

1

2.- ¿Pensando en restaurants de comida típica en la ciudad de Loja cuál usted conoce?

1	2	3

3.- ¿Usted acude a los restaurantes que antes los ha mencionado?

1	2	3

4.- ¿qué platos típicos usted prefiere o quisiera que se ofrezcan en un nuevo restaurant de comida típica?

1	2	3	4	5
Cecina	Fritada	Cuy	Caldo de gallina	Otro

5.- ¿Cuánto pagaría usted por cada plato típico tamaño normal?

1	2	3	4	5
Cecina	Fritada	Cuy	Caldo de gallina	Otro

6.- ¿al mes cuantas veces consumiera los platos mencionados en la siguiente tabla?

1	2
SI Porque.....	NO Porque.....

7.- ¿De los siguientes atributos cuales cree que son más importantes para usted pensando en un restaurant de comida típica en san Cayetano alto?

1	2	3	4
Espacioso	Higiene	Mobiliario	Costos
5	6	7	8
Parqueo	Rapidez Atención	Cordialidad	Horario
9	10	11	12
Seguro	Buena Sazón	Cantidad	Servicio Wifi

8.- ¿Con qué frecuencia usted come fuera de casa?

1	2	3	4
Por lo menos una vez a la semana	Dos o tres veces por mes	Todas las semanas	Nunca

9.- ¿De los siguientes platos cada qué tiempo, usted consume?

1	2	3
Restaurants	Fondas	Otros

10- ¿Dónde concurre usted a comer cuando está fuera de su casa?

1	2
SI Porque.....	NO Porque.....

11.- ¿Usted comería en un restaurant de comida típica ubicado en el sector de san Cayetano alto U.T.P.L?

1	2
SI Porque.....	NO Porque.....

12.- ¿Usted volverá utilizar este servicio del restaurante de comida típica?

Anexo # 2

Materia prima y elaborada, los precios unitarios de cada uno de ellos

N°	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Precio unitario.
1	Cecina Pura	Lb.	1	\$ 3,00
2	Costilla	Lb.	1	\$ 2,80
3	Lonja pura	Lb.	1	\$ 3,00
4	Cuy en pie	U	1	\$ 10,00
5	Maíz mote	Lb.	1	\$ 1,20
6	Arroz	Lb.	1	\$ 0,55
7	Yuca	Lb.	1	\$ 0,30
8	Tomate	Lb.	1	\$ 0,40
9	Cebolla	Lb.	1	\$ 0,40
10	Gallina	lb	1	\$ 2,60
11	Guineo	U	1	\$ 0,10
12	Plátano	U	1	\$ 0,15
13	Pimienta	U	1	\$ 0,20
14	Perejil	Manojo	1	\$ 0,45
15	Cilantro	Manojo	1	\$ 0,45
16	Achiote	Lb.	1	\$ 1,00
17	Arvejas	Lb.	1	\$ 1,10
18	Ajo	Lb.	1	\$ 2,00
19	Papas	Lb.	1	\$ 0,35
20	Zanahoria	Lb.	1	\$ 0,30
21	Orégano	Manojo	1	\$ 0,45
22	Quesillo	Lb.	1	\$ 2,00
23	Sal	Funda	1	\$ 1,00
24	Cebolla	Manojo	1	\$ 0,40
25	Limón	U	1	\$ 0,10
26	Tomate.	U	1	\$ 0,15
27	Queso	Lb.	1	\$ 2,20
28	Manteca	Lb.	1	\$ 2,00
29	Aceite	Lit.	1	\$ 2,20
30	Azúcar	Lb.	1	\$ 0,50

Fuente: mercado Gran Colombia
Elaborado por: Luis Benítez

Anexo # 3 Tipo de carta

<i>Platos a</i>  <i>la carta</i>		
Menú del día		
Descripción	Precio	Platos
Repe de guineo	1,25	
Platos fuertes		
Descripción	Precio	Platos
Chicharrón frito	6,00	
Chicharrón	6,00	
Chicharrón		

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Platos a la carta

Menú del día

Descripción	Precio	Platos
Locro de papa	1,25	
Platos fuertes		
Descripción	Precio	Platos
Costilla frita	6,00	
Costilla asada	6,00	
Costilla a la barbacoa	6,00	





Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Platos a



la carta

Menú del día

Descripción	Precio	Platos
Caldo de gallina	3,50	
platos fuertes		
Descripción	Precio	Platos
Cuy al jugo	9,00	
Cuy guisado	9,00	
Cuy asado	9,00	

Fuente: La indagación
Elaborado por Luis Benítez

Platos a



la carta

Menú del día		
Descripción	Precio	Platos
Alverja con guineo	1,75	
Platos fuertes		
Descripción	Precio	Platos
Cecina asada	6,00	
Cecina bistec	6,00	
Cecina frita	6,00	
Postres		

Fuente: La indagación
Elaborado por: Luis Benítez

Anexo # 4 Publicidad, promoción, y vehículo de ejecutivo de ventas

Todos estas configuras con el logotipo del restaurante Costillita Lojana		
 <p>"COSTILLITA LOJANA" Restaurante</p> <p>Facebook</p> <p>Dirección: Ecuador – Loja – San Cayetano Teléf.: 02711036 – Cel: 0997482544 E- mail: brudivico21@gmail.com</p>		
		
		

Fuente la indagación
Elaborado por: Luis Benítez