



**INSTITUTO DE NEGOCIOS  
“HUMANE”**

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

**TOMO I**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN  
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
TECNÓLOGO SUPERIOR EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MARJORIE ALEXANDRA APONTE MARTINEZ**

**GUAYAQUIL - ECUADOR  
2022**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**TÍTULO:** “Plan de negocio para la creación de un restaurante de sandwiches saludables ubicado en Plaza Tía la Joya ubicado de la ciudad de Daule, a partir del año 2023”.

**AUTOR/ES:** *Marjorie Alexandra Aponte Martinez*

**TUTOR:** Ing. Marcelo Cevallos Duque, MBA

**INSTITUCIÓN:** Instituto de Negocios “HUMANE”

**FACULTAD:** Administración

**CARRERA:** *Tecnología Superior en Administración de Empresas*

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** Septiembre de 2022

**Nº DE PÁG:** 81

**ÁREA TEMÁTICA:** Plan de negocio

**PALABRAS CLAVES:** Plan de Negocio, Sandwiches saludables, nutrición, productos frescos, alimentación

**RESUMEN:** Plan de negocio para la creación de un restaurante de sandwiches saludables ubicado en Plaza Tía La Joya de la ciudad de Daule, a partir del año 2023. La inversión inicial es de \$23,823.97 donde el 50% se obtendrá por medio de aportes propios y el 50% restante por medio de un préstamo bancario en Banco Pacífico solicitado a 5 años plazo, con el 10% de interés anual con cuotas mensuales de \$253.09 respectivamente.

**Nº DE REGISTRO:** A-EC-08-01

**Nº DE CLASIFICACIÓN:** A-EC-08-01

**DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):**

**ADJUNTO PDF:**

SI

X

NO

**CONTACTO CON  
AUTOR/ES:**

**Teléfono:** 0997281481

**E-mail:** [maponte@es.humane.edu.ec](mailto:maponte@es.humane.edu.ec)

**CONTACTO EN LA  
INSTITUCIÓN:**

**Nombre:** Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA

**Teléfono:** (04) 288 2710

**Mail:** [cpazmino@humane.edu.ec](mailto:cpazmino@humane.edu.ec)

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por permitirme concluir con satisfacción mis estudios y brindarme fuerzas para continuar, a mi esposo y mis padres que siempre confiaron en mí y me han apoyado en todo este proceso, a Humane por todas las enseñanzas impartidas y a mis Jefes/Compañeros de trabajo por el empuje de convertirme en una profesional.*

## **DEDICATORIA**

*Dedico este proyecto a Dios quien siempre me ha guiado, a mi esposo y padres que han sido un pilar fundamental para continuar y a Humane junto con sus docentes quienes me han convertido en mí una profesional.*

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, 19 septiembre de 2022

Yo, **Marjorie Alexandra Aponte Martinez** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

---

Marjorie Alexandra Aponte Martinez

C.I: 0922644554

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, 19 septiembre de 2022

Certifico que el trabajo titulado **“Plan de negocio para la creación de un restaurante de sandwiches saludables ubicado en Plaza Tía la Joya ubicado de la ciudad de Daule, a partir del año 2023”.** ha sido elaborado por **Marjorie Alexandra Aponte Martínez** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

---

**Ing. Marcelo Cevallos Duque, MBA**

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente proyecto es identificar las oportunidades que existen para la puesta en marcha del negocio de comida saludable. Es así como nace la idea de un negocio de sandwiches saludables elaborados con productos mínimamente procesados y que aportarán a la salud de quienes los consuman.

Inicialmente, se podrán adquirir dentro del sector de La Joya donde actualmente residen cientos de familias y donde el plan urbanístico sigue en expansión. Se busca crear conciencia en los consumidores para que adopten nuevos hábitos de alimentación y cambien los paradigmas con respecto a comer sano.

Todo esto se logró mediante una investigación en donde se evidencia que el sobrepeso genera problemas médicos de por vida incluso en personas a temprana edad. Es así, que se pudo identificar el perfil del consumidor en base a la ubicación, costumbres, pasatiempos y preferencias al momento de consumir alimentos considerados como comida rápida.

Para ejecutar el proyecto se tomaron en cuenta los objetivos principales del mismo, el plan de negocios, plan de marketing, los principales procesos a seguir, plan de acción y el análisis financiero que determinó que el proyecto sí puede ser implementado con éxito.

Se establece que la inversión inicial será de \$23,823.97 de los cuales el 50% provendrán de aportes propios y el 50% restante serán financiados por medio de un préstamo con Banco del Pacífico a una tasa del 10% anual durante 5 años. Se estima recuperar la inversión al término del segundo año y finalmente se prevé obtener una rentabilidad de \$0.25 por cada \$1.00 invertido.

## **ABSTRACT**

The objective of this project is to publicize the opportunities that can be found in a healthy food business while still being delicious. This is how the idea of a business of healthy sandwiches made with minimally processed products was born and that will contribute to the health of those who consume them.

Initially, they can be purchased within the La Joya sector where hundreds of families currently reside and where the urban plan continues to expand. It seeks to create awareness among consumers so that they adopt new eating habits and change the paradigms regarding healthy eating.

All this was achieved through research that shows that being overweight causes lifelong medical problems even in people at an early age. Thus, it was possible to identify the consumer profile based on location, customs, hobbies and preferences when consuming food considered as fast food.

To execute the project, the main objectives of the project were taken into account, the business plan, the marketing plan, the main processes to follow, the action plan and the financial analysis that determined that the project can be successfully implemented.

It is established that the initial investment will be \$23,823.97, of which 50% will come from own contributions and the remaining 50% will be financed through a loan with Pacific Bank at an annual rate of 10% for 5 years. It is estimated that the investment will be recovered at the end of the second year and finally a return of \$0.25 is expected for every \$1.00 invested.



## ÍNDICE GENERAL

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I: Diseño de la Investigación .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>4</b>
<b>1.6 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>1.7 MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
<b>1.8 MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>16</b>
<b>Capítulo II: Propuesta Comercial.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA, ACTIVIDAD .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2 VISIÓN, MISIÓN, VALORES, OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS. MOEDLO DE NEGOCIO CANVAS.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1 Visión .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.2 Misión .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.3 Valores.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.4 Objetivo General .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.5 Objetivos específicos .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.6 CANVAS.....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 ESTRATEGIA GENÉRICA, VENTAJAS COMPETITIVAS.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3.1 Estrategia de diferenciación .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3.2 Ventajas Competitivas.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA .....</b>	<b>25</b>
<b>2.5 PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>25</b>
<b>2.5.1 Contexto general del mercado: factores clave y tamaño</b>	<b>25</b>

2.5.2 Perfil del cliente: quién es, dónde está, cómo consume....	26
2.5.3 Estrategia de Producto.....	26
2.5.4 Estrategia de Precio .....	27
2.5.5 Estrategia de Distribución .....	28
2.5.6 Estrategia de Promoción.....	29
2.5.7 Estrategia de Personas .....	30
2.5.8 Procesos.....	32
2.5.9 Estrategia de Evidencia Física .....	35
2.6 PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS.....	39
Capítulo III: Análisis Financiero del Proyecto .....	42
3.1 PRINCIPALES SUPUESTOS FINANCIEROS.....	43
3.1.2 Sueldos.....	45
3.1.3 Estimación de la demanda.....	46
.....	46
3.1.4 Ventas .....	47
3.2 FINANCIAMIENTO .....	52
3.2.1 Inversión.....	52
3.3 ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS.....	53
3.3.1 Estado de Resultados y Flujo de Caja.....	53
3.3.2 Balance General .....	55
3.4 EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	57
3.4.1 Indicadores Económicos .....	57
3.4.2 TIR Tasa interna de retorno .....	57
3.4.3 VAN Valor actual neto .....	57
3.4.4 Período de recuperación de la inversión.....	57
3.4.5 WACC Costo promedio ponderado.....	58

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES  
SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL  
AÑO 2023.”

<b>3.4.6 Punto de Equilibrio .....</b>	<b>58</b>
<b>3.5 RATIOS FINANCIEROS .....</b>	<b>59</b>
<b>3.5.1 Razón Corriente .....</b>	<b>59</b>
<b>3.5.2 Capital de trabajo .....</b>	<b>59</b>
<b>3.5.3 ROA .....</b>	<b>59</b>
<b>3.5.4 ROE .....</b>	<b>60</b>
<b>3.5.5 Endeudamiento .....</b>	<b>60</b>
<b>3.5.6 Rotación del Activo Total .....</b>	<b>60</b>
<b>3.5.8 Margen neto .....</b>	<b>60</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>61</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>62</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>63</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>64</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>67</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA #1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMAS.....</b>	<b>3</b>
<b>TABLA #2: MODELO DE NEGOCIO CANVAS.....</b>	<b>23</b>
<b>TABLA #3: LISTA DE PRECIOS.....</b>	<b>29</b>
<b>TABLA #4: PLAN DE ACCIÓN PRIMER OBJETIVO.....</b>	<b>39</b>
<b>TABLA #5: PLAN DE ACCIÓN SEGUNDO OBJETIVO.....</b>	<b>40</b>
<b>TABLA #6: PLAN DE ACCIÓN TERCER OBJETIVO.....</b>	<b>41</b>
<b>TABLA #7: SUPUESTOS FINANCIEROS.....</b>	<b>43</b>
<b>TABLA #8: INVERSIÓN.....</b>	<b>44</b>
<b>TABLA#9: SUELDOS.....</b>	<b>45</b>
<b>TABLA #10: DEMANDA.....</b>	<b>46</b>
<b>TABLA #11: PRECIOS VENTA PÚBLICO.....</b>	<b>47</b>
<b>TABLA #12: VENTAS.....</b>	<b>48</b>
<b>TABLA #13: COSTO POR PRODUCTO.....</b>	<b>49</b>
<b>TABLA #14: COSTOS TOTALES.....</b>	<b>50</b>
<b>TABLA #15: GASTOS.....</b>	<b>51</b>
<b>TABLA #16: INVERSIÓN.....</b>	<b>52</b>
<b>TABLA #17: PRÉSTAMO BANCARIO.....</b>	<b>52</b>
<b>TABLA #18: TABLA DE PAGOS.....</b>	<b>53</b>
<b>TABLA #19: ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA.....</b>	<b>54</b>
<b>TABLA #20: BALANCE GENERAL.....</b>	<b>56</b>
<b>TABLA #21: PAYBACK.....</b>	<b>58</b>
<b>TABLA #21: WACC.....</b>	<b>58</b>
<b>TABLA #22: PUNTO DE EQUILIBRIO.....</b>	<b>59</b>
<b>TABLA #23: RATIOS FINANCIEROS.....</b>	<b>60</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO #1: ORGANIGRAMA.....</b>	<b>25</b>
<b>GRÁFICO #2: PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.</b>	<b>32</b>
<b>GRÁFICO #3: PROCESO DE ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS...</b>	<b>33</b>
<b>GRÁFICO #4: PROCESO DE CIERRE Y ENTREGA DE RECAUDACIÓN DIARIA.....</b>	<b>34</b>
<b>GRÁFICO #5: LOGOTIPO.....</b>	<b>35</b>
<b>GRÁFICO #6: UNIFORME.....</b>	<b>36</b>
<b>GRÁFICO #7: MENÚ.....</b>	<b>37</b>
<b>GRÁFICO #8: MENÚ DESCARGABLE CÓDIGO QR.....</b>	<b>38</b>

## **Introducción**

El presente proyecto se basa en la creación de un local de sandwiches saludables con la finalidad de dar a conocer las nuevas tendencias en comida rápida utilizando productos bajos en grasas, azúcares y que no sean dañinos para el organismo; ya que actualmente se ha notado que existe una oferta insuficiente de lugares que ofrezcan estos alimentos. Está enfocado en personas que hoy en día cuidan de su salud y lograr cambiar el estigma que muchos tienen con respecto a la comida rápida saludable.

Según la Organización Mundial de Salud OMS (2014) cada año mueren, como mínimo 2.8 millones de personas a causa de obesidad o sobrepeso convirtiéndose en el sexto factor de muerte en el mundo; y es que la apertura y comercialización de grandes cadenas de alimentos ha hecho que este número incremente por el alto nivel de productos procesados que manejan.

Tomando en cuenta estas estadísticas, las nuevas tendencias sobre el cuidado personal y nutricional han logrado cautivar a varias personas que se preocupan por lo que comen sobre todo después de haber convivido con la pandemia por más de 2 años. Muchas personas pudieron evidenciar de que su sistema inmunológico no se encontraba lo suficientemente fuerte y esto ha fomentado en las familias una alimentación más consciente.

Por otra parte, el crecimiento urbanístico en el sector durante estos 10 años ha evolucionado y actualmente existen más de 30 urbanizaciones entre los cantones de Daule, Salitre y Samborondón; de donde se espera consolidar clientes para este nuevo negocio.

Finalmente, es una oportunidad de crecimiento para emprender en un nuevo negocio con un concepto diferente al que actualmente estamos acostumbrados; comer algo rico y saludable no tiene por qué ser malo, costoso ni estar lejos del hogar.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES  
SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL  
AÑO 2023.”

# **Capítulo I: Diseño de la Investigación**

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A continuación, la situación actual en donde se evidencia los síntomas y causas que permiten identificar a futuro un pronóstico.

**TABLA #1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

SÍNTOMAS	CAUSA	PRONÓSTICO	CONTROL AL PRONÓSTICO
Incremento de personas que se preocupan por su alimentación.	Más personas son diagnosticadas con obesidad, diabetes y problemas cardiovasculares.	El mercado de comida saludable no tendrá la aceptación deseada y los problemas de salud irreversibles seguirán en crecimiento.	Implementar una opción saludable de comida rápida, creando conciencia sobre la buena alimentación para cambiar a un mejor estilo de vida.
La población piensa que la comida saludable en general es costosa y de mal sabor.	Desinformación.		
Existe poca oferta de comida rápida saludable.	Las personas no tienen interés en consumir comida saludable.		
Dificultades para conseguir comida rápida saludable.	No existe cobertura adecuada de los negocios.		
Aumento de problemas de salud y sobrepeso en la población.	Mala alimentación.		

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez



## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles serían las estrategias para lograr el nivel de aceptación deseado de un negocio dedicado a la elaboración de sandwiches saludables ubicado en Plaza Tía La Joya para el año 2023?

## **1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿A qué se debe que más personas sean diagnosticadas con problemas de salud a causa de la mala alimentación?
- ¿Cómo se pueden dar a conocer las nuevas opciones de comida rápida saludable?
- ¿Cuáles serían las técnicas para crear interés en las personas a consumir comida rápida saludable?
- ¿Qué estrategias se podrían implementar para realizar una cobertura optima de esta oferta en el sector?
- ¿Qué oferta de comida rápida existe actualmente en el sector que derive a una mala alimentación?

## **1.4 OBJETIVO GENERAL**

Establecer las estrategias que permitan lograr el nivel de aceptación deseado para un negocio dedicado a la elaboración de sandwiches saludables ubicado en Plaza Tía La Joya para el año 2023.

## **1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN**

- Analizar a qué se debe que más personas sean diagnosticadas con problemas de salud a causa de la mala alimentación.

- Indicar cómo dar a conocer las nuevas opciones de comida rápida saludable.
- Describir las técnicas para crear interés en las personas a consumir comida rápida saludable.
- Determinar las estrategias que se deben implementar para realizar una cobertura optima de esta oferta en el sector.
- Analizar la oferta de comida rápida que existe actualmente en el sector que derive a una mala alimentación.

## **1.6 JUSTIFICACIÓN**

La población hoy en día se preocupa por su salud ya sea por estética o por recomendaciones médicas para llevar una vida plena; pero la oferta que existe actualmente es a base de productos altamente procesados y debido a esto nace la idea de crear un nuevo concepto gastronómico de comida rápida basado en alimentos saludables y no procesados sin dejar de ser una opción atractiva para todos.

Con esta propuesta se espera crear un nuevo hábito en el consumo de comidas rápidas saludables, no todo tiene que ser dañino para el organismo sin dejar de ser exquisito. Este nuevo concepto busca captar la atención de los amantes de la comida rápida y atraer a quienes cuidan de su alimentación para mejorar su estilo de vida y reducir los riesgos de contraer enfermedades a futuro.

## 1.7 MARCO TEÓRICO

Como base fundamental para la implementación de este proyecto se determinan las siguientes teorías que serán el sustento para el desarrollo de este nuevo plan de negocios.

- **Nutrición y enfermedad**

Las enfermedades cardiovasculares son consideradas unas de las principales causas de muerte y uno de los factores de riesgo modificable es tener una dieta poco saludable. Para el buen funcionamiento del organismo es necesario tener una cantidad adecuada de colesterol que en una persona que goza de buena salud la generación es perfecta y cuando consume alimentos la generación de este colesterol disminuye. Existen dos tipos, el HDL o también conocido como colesterol bueno es el que se encarga de eliminar lo que sobra por medio de hígado y sirve para reducir los niveles de colesterol en la sangre, tiene un efecto protector. El LDL o también conocido como colesterol malo se deposita en los tejidos y cuando ya existe en exceso se adhiere a las paredes de las arterias lo que genera un alto riesgo para la salud. (Carbajal Azcona, 2013)

Para lograr mantener una dieta balanceada de acuerdo con lo que el cuerpo necesita, se deben consumir alimentos de origen vegetal, hidratos de carbono complejos como el pan integral, disminuir las grasas saturadas y sustituirlas por carnes magras como el pollo y/o chanco, así como utilizar

aceite de oliva; todos estos son productos que serán la base para la elaboración de los sandwiches que podrán satisfacer los diferentes paladares a la hora de buscar una opción rica y a la vez saludable.

- **El comensal y la toma de decisiones**

Normalmente dentro de las familias quienes toman las decisiones alimentarias suelen ser las amas de casa, pero en los restaurantes son los comensales quienes tienen que tomar la decisión de que alimentos se van a servir. Existe un gran universo de opciones de alimentación incluyendo la de autoservicio y aquellos que aún mantienen los tres platos, entrada, plato fuerte y postre; pero se han venido realizando cambios y existen restaurantes donde solo se ofrecen alimentos tipo entrada, alimentos de plato fuerte o solo alimentos en base a postres. Siendo el consumidor quien tenga la difícil tarea de elegir una o algunas de las opciones antes mencionadas. (Poulin, 2019)

Debido a esto, la población busca satisfacer sus necesidades de alimentarse de forma abundante llevando a un exceso en azúcares, grasas y carbohidratos. Muchos piensan que el mejor restaurante es donde sirven el plato más grande pero inconscientemente están llenando una falsa idea de cómo alimentarse bien.

Muchas cadenas alimenticias publicitan platos grandes, rebosantes de comida, pero la realidad es que no aporta con nada positivo más que con

el placer de sentirse completamente saciados de comida. La idea de generar un cambio en la decisión del tipo de comida que se adquiere fuera de casa es que sea consciente y sea la medida que exacta que el cuerpo necesita. No se trata de cantidad sino de calidad, que los jóvenes, los deportistas, las familias puedan acceder a un producto saludable y delicioso al mismo tiempo.

- **Malnutrición en Ecuador**

La malnutrición en el país ha sido un mal que se mantiene por varios años, si bien es cierto se han buscado algunas formas de eliminar o disminuir este mal como los programas de alimentación escolar y la semaforización de casi todos los alimentos; pero no han sido suficientes. Alrededor del 23% de los niños menores a 5 años sufren de desnutrición crónica en el país mientras que en los adultos el factor común es el sobrepeso y la obesidad.

Según la UNICEF la nutrición en los niños define su desarrollo físico y cognitivo; y para los adultos la alimentación es clave para la explicación de las diferentes enfermedades por el mal consumo de alimentos.

Los factores que incitan a tener una mala nutrición son la cultura que conduce a tener malos hábitos alimenticios y la economía que limita a los consumidores a obtener mejores alimentos y así obtener una dieta más equilibrada. (Lucero, 2020)

Actualmente la población ecuatoriana no se alimenta de forma correcta y en estos dos últimos años debido a la pandemia se pudo evidenciar los kilitos de más ganados; pero no todo está perdido porque el número de establecimientos que brindan diferentes tipos de entrenamiento han venido en crecimiento. Esto quiere decir que la población si está tomando cartas en el asunto y se encuentran velando por una buena alimentación. Con este proyecto se busca fomentar estos buenos hábitos y aportar con platos a base de productos saludables.

- **Comida rápida: características y ventajas para tu negocio**

Durante los últimos años la comida rápida se ha convertido en una de las opciones alimentarias atractivas para los consumidores. Por lo que se abren nuevas plazas de oferta que brindan diferentes variedades de productos que logran atraer cada vez más a los clientes. Se debe considerar que para una buena implementación se debe contar con los equipos que permitan mejorar los procesos en la elaboración de los alimentos. Una de las características a considerar es que la comida rápida es fácil de transportar, es casi completa porque contiene proteínas, carbohidratos y grasas; considerando las opciones saludables. Así también como su precio, es más accesible que en un restaurante tradicional. Como ventajas hay que citar que los productos se preparan y se sirven en corto tiempo permitiendo de esta forma atender más clientes, es una opción atractiva para quienes no tienen suficiente tiempo para comer, tiene

acogida en casi toda la población, manteniendo las normas de higiene no son perjudiciales para la salud y se pueden ofrecer en un local, autoservicio o para llevar. (Brito, 2019)

A través de esta teoría se puede definir la aceptación que tendrán los sandwiches al ser una opción de comida rápida saludable, tomando en cuenta las ventajas para captar a más clientes; se deben definir los procesos para el pedido de la materia prima, para la elaboración y para la entrega final al consumidor.

- **Como crear una oferta gastronómica vendedora**

El primer factor que se debe tomar en cuenta para la creación de un restaurante es su identidad. Es decir, cuál es la temática o qué lo va a identificar entre los demás y a la vez que sea de fácil recordación en los consumidores. Se conoce que la oferta gastronómica es amplia y de alta competencia, pero se debe tener claro ¿qué se va a vender?, ¿qué estilo o tipo de comida se va a ofertar?

Identificar cuáles son las necesidades de los clientes, teniendo en cuenta que en la actualidad la tendencia se enfoca en llevar una vida saludable o por situaciones de tiempo algo rápido pero sano. Sin dejar a un lado el mercado y los productos/servicios que ofertan.

Otro factor importante es el personal y la capacidad en la cocina, la elaboración de los productos, contar con personal capacitado para atención

al cliente, presentación adecuada en el establecimiento y sobretodo la capacitación constante y el conocimiento sobre lo que el restaurante oferta es clave para la marca.

En cuanto al establecimiento, el consumidor se sentirá a gusto en un lugar cómodo y espacioso, fácil de moverse y de fácil comunicación con el personal; esto dará un constante feedback entre cliente – personal.

Con respecto al equipo, debe ser acorde con la capacidad productiva, así como llevar un control diario o planificar la producción según las ventas para el abastecimiento y la conservación de los ingredientes, es importante al momento de ofertar.

En la actualidad y basándose en que el consumidor se ha inclinado por la compra de artículos de cocina para la cocción sin aceite como por ejemplo las ollas airfryer, sartenes eléctricos, parrillas, etc.; se percibe como van cambiando las preferencias de la oferta gastronómica, donde se prevé una buena acogida a los sandwiches saludables. (Gastronomía, 2016)

#### ▪ **Marketing Gastronómico**

El principal objetivo es captar la atención de los consumidores satisfaciendo sus necesidades, tanto visual por la presentación y por la ingesta de los productos. Hay que basarse en tres aspectos importantes: la diferenciación, la innovación y la atención. Esta permite tener identidad ante la competencia, generando expectativa e interés de nuevos clientes.



Innovar es lo que mantiene activo y hace que el consumidor regrese para saber más.

Adicional a esto y no deja de ser importante, es la atención al cliente. El saludo, la bienvenida, un gesto de amabilidad, el conocimiento de la carta y sugerencias, harán que el cliente viva una experiencia que lleve a una próxima visita.

Otro medio estratégico es estar presente en el social media; el cual en la actualidad es una herramienta necesaria. Hacer presencia en redes sociales es tener un folder de alto tránsito, activo las 24 horas durante toda la semana. Otro medio es el posicionamiento SEO, una estrategia de gran ayuda al momento de usar los buscadores; se ingresan palabras claves para generar la interacción y el buscador mostrará al cliente/usuario el nombre del restaurante como sugerencia. Otra estrategia directa es el email marketing, en el cual se hace llegar información, promociones, nuevos productos o simplemente recordación de marca.

Llevar un plan de marketing conlleva a evaluar la situación actual del negocio en todos sus aspectos como lo existente y lo que se quiere lograr. Definir objetivos, llegar a más clientes, automatizar procesos, nuevos productos, etc. Elegir o combinar estrategias, ayudarán a tener presencia. Poniendo en marcha todo lo mencionado, se debe medir los resultados para identificar en que canal o por qué vía se tiene mayor captación de clientes y así optimizar tiempo y recursos o a su vez mejorar. (Quintal, 2022)

- **Consumidor de la Industria Gastronómica**

Partiendo del significado de la palabra consumidor, se define a la persona que compra un producto/servicio para su consumo. Y cliente es la persona que compra frecuentemente en la misma empresa.

Ahora para entender cómo actúan se debe observar quién, qué, cuándo y por qué compran, en la actualidad por el constante cambio en modalidades de trabajo, estudio u ocio; es más común ver a personas que coman fuera de sus hogares o son parte de la tendencia de vida saludable con la adquisición de artefactos de cocina light, sea por salud o por facilidad y tiempo.

Este comportamiento genera más oportunidades a propietarios de restaurantes y los compromete a hacer mejoras e innovación. El consumidor se deja persuadir mediante emociones o experiencias vividas en un restaurante. A su vez buscan menús saludables como platos recién elaborados y no de microondas, buscan la frase “como en casa”. Es decir, el punto medio entre cantidad, sabor y atención.

Otro dato importante es la tecnología usada para compartir información. Se dice esto porque actualmente el consumidor ha aumentado su gasto en su self-care, ya sean artículos personales, de salud, de entretenimiento, comida, restaurantes y está en constante búsqueda en medio digitales, referencias, opiniones o por su propia apreciación deciden el lugar,

producto o servicio, basándose en la calidad de información compartida por el establecimiento. Mientras mejor presentación llega a tener, más credibilidad y aceptación obtendrá. El consumidor será recurrente no solo por el producto sino por la atención, la materia prima utilizada, el espacio donde será ubicada y por la seguridad que preste la misma.

Por esto, es importante que los establecimientos comerciales tengan actualizadas sus cuentas en redes sociales con las novedades y cambios que existan, tener constante interacción con los comentarios y sugerencias por parte de los usuarios o clientes. (Datos del consumidor)

- **Plaza**

La plaza o punto de venta es el espacio físico o virtual en donde se exhibe el producto que se comercializa. Es importante que cumpla ciertos requisitos para que sea atractivo para los clientes. El producto deberá ser accesible para los consumidores.

Conceptualmente es donde se comercializan los productos/servicios a través del canal de distribución, con el fin de que llegue al consumidor final en óptimas condiciones.

Esta considerado ubicar el restaurante en la Plaza Tía de La Joya. Se escogió este lugar luego de un análisis de las opciones de restaurantes que existen al momento, teniendo como resultado que no existe la propuesta con esta temática de sandwiches saludables. El lugar es ventilado con un

área grande de parqueos y adecuado ya que es de alta frecuencia de público ya que existe un supermercado y tiendas de artículos diversos.

Estratégicamente se encuentra en la mitad de varias urbanizaciones como La Joya con todas sus etapas, Villa del Rey con todas sus etapas, Villa Club con todas sus etapas, Vistana y urbanizaciones aledañas. (50Minutos, 2016)

- **Promociones**

Exige un tratamiento muy riguroso en base a un fin, captar toda la atención del consumidor; existen varias técnicas como las ofertas, descuentos, cupones, etc.

La promoción será efectiva siempre y cuando el medio de comunicación sea la óptima para el producto que se está ofertando. Uno de los objetivos deseados de la promoción es la introducción al mercado de un nuevo producto, aumentar la frecuencia de consumo, generar diferenciación de la competencia, incrementar las ventas, dar fuerzas a la marca y fidelizar a los consumidores ya existentes. Otra forma de captar la atención de los consumidores es realizando regalos que para los clientes es un bien tangible y donde lo que se debe priorizar es incrementar la venta a pesar del costo que generará. (Ibañez, 2017)

Tomando en cuenta la forma de promocionar un producto se puede realizar campañas por activación del restaurante promociones de 2x1 para

que los consumidores tengan una mayor degustación de los productos y se sientan motivados a comprar más. Otra forma de generar mayor captación de clientes es bajando los precios por la semana de apertura o en la semana de aniversario.

## 1.8 MARCO CONCEPTUAL

Se detallan los diferentes términos que serán implementados en este proyecto:

- **Comida rápida**

Término que se da a los alimentos que son elaborados de forma rápida y en tiempos cortos, también son fáciles de servir como los sandwiches.

- **Consumidor**

Es la persona que hará la compra del producto de forma voluntaria, tomando en cuenta sus gustos, preferencias y que cuenta con el poder adquisitivo para realizarlo.

- **Malnutrición**

La organización mundial de la salud define la malnutrición como las carencias, excesos o desequilibrios en la alimentación de una persona. Existen tres formas de malnutrición que son la desnutrición, malnutrición y sobrepeso/obesidad. (Salud, 2021)

- **Oferta gastronómica**

Es el factor principal que caracteriza a un restaurante, definirá que tipo de restaurante es, el posicionamiento en el mercado, los clientes que serán su principal motor para generar las ventas esperadas y ser sostenibles a largo plazo. (García J. A., 2021)

- **Proyecto**

Se refiere a la planificación de un conjunto de acciones que servirán para determinar la viabilidad para conseguir los objetivos esperados. Busca generar cambios, atender necesidades económicas; de carácter privado y con la finalidad de presentar una nueva oferta. (Perez, 2021)

- **Sanduche saludable**

Nueva opción gastronómica compuesta a base de productos bajos en grasas saturadas y carbohidratos; que permitan una buena absorción de los nutrientes que necesita el cuerpo. De rápida elaboración y fácil transportación, lo pueden consumir desde niños hasta adultos.

- **Marketing**

Según Philip Kotler el marketing “es una filosofía organizacional, un proceso social y administrativo, orientado hacia la satisfacción de necesidades y deseos de individuos y organizaciones, mediante la creación y el intercambio de productos y servicios generadores de valor.” Es decir, la forma de obtener algo a cambio; es vender un producto que satisfaga las

expectativas de un individuo por medio de las estrategias que se definan dentro de cada empresa. (Kotler, 2008)

- **Hábito**

Corresponden a comportamientos de cada individuo que se van formando desde niños y que permiten organizarse en lo personal como en lo colectivo. Muchas veces son costumbres que vienen arraigadas desde casa que llegan a formar parte de las actividades diarias de las personas.

- **Problemas cardiovasculares**

Es un conjunto de enfermedades que afectan directamente al corazón, los vasos sanguíneos e incluso afectando el cerebro. Entre las principales se encuentran la arterosclerosis, infartos, aneurismas causados por la mala alimentación y por el alto consumo de grasas saturadas.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES  
SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL  
AÑO 2023.”

## **Capítulo II: Propuesta Comercial**



## **2.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA, ACTIVIDAD**

Es un negocio que busca brindar a sus clientes una opción sana al momento de consumir algún tipo de comida rápida, enfocados en ofrecer diferentes tipos de sandwiches saludables elaborados con ingredientes frescos y no procesados; con la finalidad de fomentar la correcta alimentación y aportar a un estilo de vida de calidad.

## **2.2 VISIÓN, MISIÓN, VALORES, OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS. MOEDLO DE NEGOCIO CANVAS**

### **2.2.1 Visión**

Convertirse para el 2028 en la mejor cadena de sandwiches saludables de la ciudad de Guayaquil, llegando con más locales para cubrir varios sectores de la urbe; manteniendo la misma calidad en sus ingredientes y con el compromiso de fomentar una alimentación adecuada.

### **2.2.2 Misión**

Garantizar la elaboración de productos saludables en un ambiente limpio, sano, amable y seguro que contribuyan con las metas de quienes mantienen una dieta equilibrada y cuidan de su salud; brindando sandwiches de excelente calidad y con un sabor inigualable.

### **2.2.3 Valores**

- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Innovación
- Empatía
- Puntualidad
- Diferencia

#### **2.2.4 Objetivo General**

Elaborar y comercializar sandwiches saludables con ingredientes frescos y no procesados.








#### **2.2.5 Objetivos específicos**

- Obtener \$48.000 dólares en ventas.
- Lograr 70% de captación y fidelización del mercado.
- Alcanzar un margen de utilidad neta del 8%

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**2.2.6 CANVAS**

**TABLA #2: MODELO DE NEGOCIO CANVAS**

<p><b>Asociaciones Clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Empresas de delivery (rappi, uber pedidos ya)</li> <li>-Proveedores de materia prima</li> <li>-Proveedores de envases</li> </ul>	<p><b>Actividades Claves</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Selección de proveedor</li> <li>-Selección de materia prima</li> <li>-Calidad en la producción</li> <li>-Promociones en redes sociales</li> </ul>	<p><b>Propuesta de Valor</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sandwiches saludables con ingredientes frescos</li> <li>- Elaboración en el momento del pedido</li> </ul>	<p><b>Relación con el Cliente</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistencia personal: atención en tienda física y por medio de redes sociales (Instagram y Facebook)</li> <li>- Testimonios post venta</li> </ul>	<p><b>Segmento de Clientes</b> </p> <p><b>Sexo:</b> Masculino y femenino</p> <p><b>Edad:</b> 15 a 45 años</p> <p><b>Estrato socioeconomico:</b> A , B , C+</p> <p><b>Características:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuidan de su salud</li> <li>- Practican actividades físicas</li> <li>- Deportistas</li> <li>- Tienen poco tiempo para preparar sus alimentos</li> <li>- Ubicados en ciudadelas de Daule y la Aurora</li> </ul>
<p><b>Estructura de Costes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Arriendo</li> <li>-Servicios basicos</li> <li>-Sueldos del personal</li> <li>-Material de limpieza</li> <li>-Mantenimiento de equipos de cocina</li> <li>-Publicidad en redes sociales</li> </ul>		<p><b>Fuentes de Ingreso</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Venta de sandwiches y bebidas</li> <li>-Formas de pago: efectivo, pos tarjeta de crédito, link de pago con tarjeta.</li> </ul>		

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

## 2.3 ESTRATEGIA GENÉRICA, VENTAJAS COMPETITIVAS

### 2.3.1 Estrategia de diferenciación

La estrategia genérica que encaja en este negocio es la diferenciación, ya que el producto no se encuentra con facilidad en el mercado. El enfoque saludable que se ofrecerá en los productos a comercializar será una de las principales razones por la que los consumidores se sentirán atraídos, así como la correcta elección de ingredientes; cuidando de que cada producto sea elaborado con calidad y que la atención del equipo de trabajo sea de primera.

### 2.3.2 Ventajas Competitivas

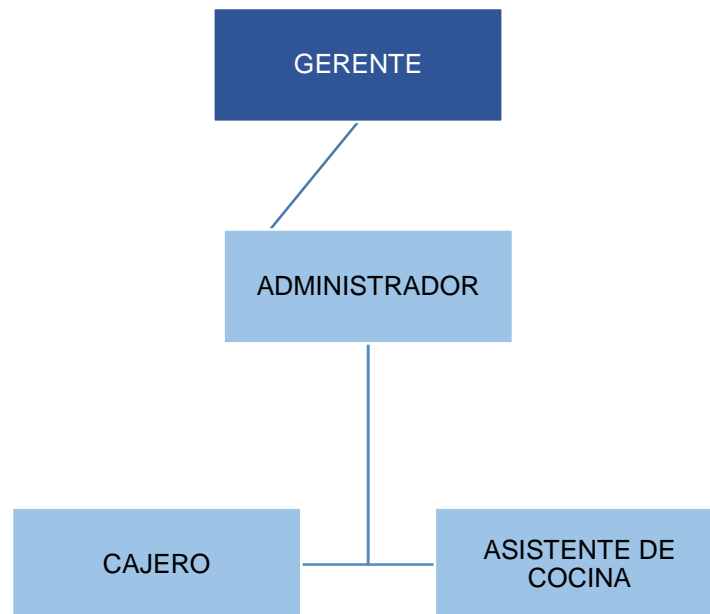
La empresa ha definido las siguientes ventajas competitivas para alcanzar los objetivos planteados:

- **Materia prima de calidad:** los productos que ofrecerá el negocio serán elaborados con ingredientes frescos y de buena calidad, cuidando siempre el tratamiento que se debe dar a los mismos para que no se pierdan sus propiedades alimenticias; tomando en cuenta la forma de almacenamiento y manipulación sea óptima para cuidar de la salud de los clientes.
- **Ubicación en zona comercial/residencial:** el negocio funcionará dentro de una plaza muy concurrida que actualmente se encuentra ubicada dentro de un conjunto de urbanizaciones, cerca de un supermercado; esto permitirá ser reconocidos con mayor rapidez y que los clientes que ya suelen visitar esta plaza tengan una nueva opción en comidas saludables.
- **Tecnología e innovación:** dentro del negocio se implementará tecnología de primera para la conservación y elaboración de los productos, se mantendrán procesos estipulados para cada actividad clave y que no existan contratiempos a futuro. El crecimiento de ventas por medio de redes sociales ha tenido un fuerte resurgimiento a raíz de la pandemia y esto beneficia al negocio que deberá

mantenerse presente en redes y afiliado a las diferentes plataformas de deliverys con la finalidad de estar al alcance de todos los clientes.

## 2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA

**GRÁFICO #1: ORGANIGRAMA**



Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

Se detalla un breve organigrama, el mismo que servirá para identificar los roles que deben desempeñar cada uno y para proyectar los gastos por sueldos.

## 2.5 PLAN DE MARKETING

### 2.5.1 Contexto general del mercado: factores clave y tamaño

El negocio iniciará dentro de un mercado nuevo en el sector pero que a nivel local se encuentra en crecimiento y cada vez más tiene la acogida esperada por diversos clientes que día a día buscan mejorar su

salud y verse bien. El sector específicamente corresponde a un conjunto de urbanizaciones privadas donde el estrato social que predomina es A, B Y C+ donde por su estilo de vida e ingresos económicos los convierte en potenciales clientes. El mercado al que se quiere llegar son hombres y mujeres adultos de edades entre los 15 a 55 años que deseen consumir productos fuera de casa y que sean saludables. La población en este sector sigue en crecimiento debido al continuo incremento habitacional que existe y gracias al nuevo estilo de vida que están llevando muchas personas ya sea por salud o por verse bien físicamente hará que el negocio tenga excelentes resultados con este nuevo concepto de sandwiches saludables.

### **2.5.2 Perfil del cliente: quién es, dónde está, cómo consume.**

El cliente ideal al que se desea llegar son hombres, mujeres, jóvenes y adultos que se mantienen en algún régimen de alimentación por salud o porque cuidan de su apariencia física, que mantienen actividad física regular y para quienes tienen deseos de probar productos nuevos bajos en calorías y grasas saturadas. El negocio se situará en Plaza Tía de La Joya y gracias a su ubicación podrá satisfacer a quienes viven en las urbanizaciones que se encuentran alrededor. Esta población se encuentra en un nivel socioeconómico A, B Y C+ en edades que oscilan desde los 15 a 55 años. El nivel de vida que la mayoría de la población tiene actualmente los canaliza a ser futuros clientes ya que el concepto de ser fitness se encuentra en la mente de todos.

### **2.5.3 Estrategia de Producto**

El producto específicamente se enfoca en la elaboración y comercialización de sandwiches con productos saludables, lo menos procesados posibles para que no pierdan sus beneficios nutricionales y puedan ser consumidos incluso por quienes cuidan de su alimentación. La finalidad del negocio es que sea un producto que no se demore en preparar, que sea fresco y fácil de transportar; por lo que se definen 5 tipos de

sanduches que serán acompañados siempre de una porción de ensalada y podrán agregar a gusto de cada cliente un tipo de carbohidrato a su elección.

La estrategia de tener un menú limitado servirá para que tanto el pedido que realice el cliente, así como la elaboración y entrega sean ágiles y poder atender a más clientes en poco tiempo. Utilizando envases que sean reciclables; es decir no se usará ningún tipo de envase que el cliente tenga que retornar. Con esto, se busca optimizar tiempo para el personal porque no habrá utensilios que lavar y tiempo para los clientes ya que podrán sentarse a comer su sanduche o se lo podrán llevar sin problema.

Con este concepto se busca implementar el modelo de negocio que utilizó Mc Donald's cuando se reinventó como opción de comida rápida y self-service, redujeron su menú de 25 platos a tan solo 9 incluyendo los acompañantes y el servicio se convirtió en self-service, implementaron procesos como especie de línea de ensamblaje para reducir los tiempos dentro de la cocina y que los clientes tengan lo que querían en el tiempo menos esperado. (Software, 2017)

#### **2.5.4 Estrategia de Precio**

La estrategia de precio que se manejará será de acuerdo con los productos que se van a ofertar, la calidad de estos, el tipo de manipulación y empackado; es decir un precio por diferenciación. Si bien es cierto hay productos sustitutos, los mismos no cumplen con la calidad de materia prima que se ofrece ni con la garantía de que efectivamente sean productos que saludables que aporten a la alimentación responsable de una persona.

Si bien es cierto, el estigma con el que se ha catalogado a la comida saludable es con “comida cara”; pero gracias al nuevo auge de personas que se preocupan por su alimentación comprar un producto caro en materia de alimentación garantiza que se está comprando un producto de calidad, aunque no necesariamente tiene que ser regla.

Como parte de las estrategias se podrán realizar descuentos por comprar en combos, descuentos por día de cumpleaños y descuentos por eventos especiales como el día del niño, día de la madre/padre, día de la mujer, etc.; de esta forma se busca atraer nuevos clientes.

La tecnología actualmente brinda algunas oportunidades de pago y se consideran el pago tradicional en efectivo y tarjeta de crédito/débito. Para las plataformas de deliverys el pago que manejan es por medio de tarjetas de crédito/débito y a futuro cuando el negocio tenga la aceptación esperada se buscará implementar una entrega a domicilio propia en donde el pago incluso lo podrán realizar vía transferencia bancaria para poder llegar a todos los consumidores.

**TABLA #3: LISTA DE PRECIOS**

PRODUCTOS	PRECIO UNITARIO
POLLO PECHUGON	\$ 3.99
LOMITO FIT	\$ 3.99
PAVITO SILVER	\$ 4.99
CHANCHO GOLD	\$ 4.99
CHAMPIÑOES SALT	\$ 3.99
PALITOS DE YUCA	\$ 2.25
PAPITAS FRANCESAS	\$ 2.25
ENSALADA DE COL	\$ 1.99
JUGO	\$ 1.99
AGUA	\$ 1.00
CEBOLLITAS CRUNCHY	\$ 2.00

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

Se detallan los precios establecidos en base al costo de producción y en base a la competencia.

### **2.5.5 Estrategia de Distribución**

La distribución y comercialización de los productos se manejará por medio de dos grandes canales:



- Canal directo: se realizará desde la tienda física ubicada en Plaza Tía La Joya, por su ubicación brinda seguridad ya que se encuentra en un lugar cerrado con más negocios comerciales alrededor, cuenta con parqueaderos para clientes y con seguridad privada; el contacto con los clientes será cuando realicen una visita al local. A futuro podrán hacer los pedidos directos por medio de redes sociales y un delivery propio hará el cobro y entregará el producto en el domicilio.
- Canal indirecto: el contacto será por medio de las diferentes plataformas de delivery como Pedidos Ya, Uber Eats y Rappi; por estas vías podrán hacer los pedidos que serán receptados en el local para su elaboración y entrega cuidando siempre los estándares de calidad.

### **2.5.6 Estrategia de Promoción**

Las estrategias de promoción se darán por etapas de acuerdo con la evolución del negocio; la finalidad es llegar a ser conocidos y tener varios consumidores.

Como primera estrategia será entregar flyers alrededor de la Plaza donde se ubicará el negocio, en las afueras del supermercado, así como en las urbanizaciones que se encuentran en el sector. Se realizarán campañas por medio de redes sociales dando a conocer poco a poco esta nueva idea de negocio, que genere en las personas curiosidad de lo que se viene. A medida que el negocio va creciendo seguir realizando campañas en redes sociales donde se den a conocer los productos y los beneficios nutricionales que posee, así como publicaciones con fotos y/o videos de clientes reales dando testimonios de lo que han consumido animando a más personas a que visiten el local. Dar a conocer las promociones que se lancen por fechas especiales para ganar más visitas durante estos días.

Finalmente, como parte de la promoción del negocio es contactar a jóvenes del medio que son Influencers a subir en sus redes sociales

campañas del negocio para que promocionen los productos, para que den a conocer sus beneficios y captar la atención de nuevos clientes.

### **2.5.7 Estrategia de Personas**

La fuerza humana con la que contará el negocio es uno de los pilares fundamentales y se deberá regir bajo un esquema de lo que la empresa quiere reflejar a sus consumidores; a continuación, se detallan las características físicas del personal que atenderá directamente en el local:

- Edad de 22 – 28 años
- Aspecto físico, en forma
- Practiquen actividades físicas y/o mantengan una correcta alimentación.

El negocio ofrece a sus clientes productos saludables y lo mismo debe reflejar el personal, en muchas ocasiones el aspecto del personal que atiende juega un papel importante ya que un colaborador mal vestido, desarreglado, sin ánimos deja mucho a la imaginación de lo que puede suceder puertas adentro en cocina.

Para el personal que no atenderá directamente a los clientes no es indispensable que cumplan las características antes mencionadas, pero de llegar a cumplirlas aportaría más para su elección.

En cuanto al conocimiento se espera que cada perfil tenga la suficiente experiencia, la misma que será corroborada; se necesita personas con sentido de pertenencia hacia la empresa para que puedan dar un buen desempeño.

Deben tener empatía para dar una buena atención tanto a los clientes externos como internos, confiables, que puedan trabajar en equipo, puntuales, con ganas de aprender, eficientes y con buena actitud.

Así mismo la empresa, a pesar de ser pequeña hará reconocimientos para mantener al personal feliz; se tendrá en consideración bonos por cumplimiento de ventas mensuales presupuestadas y por las noches tendrán expreso (de ser el caso que lo necesiten) para precautelar su

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

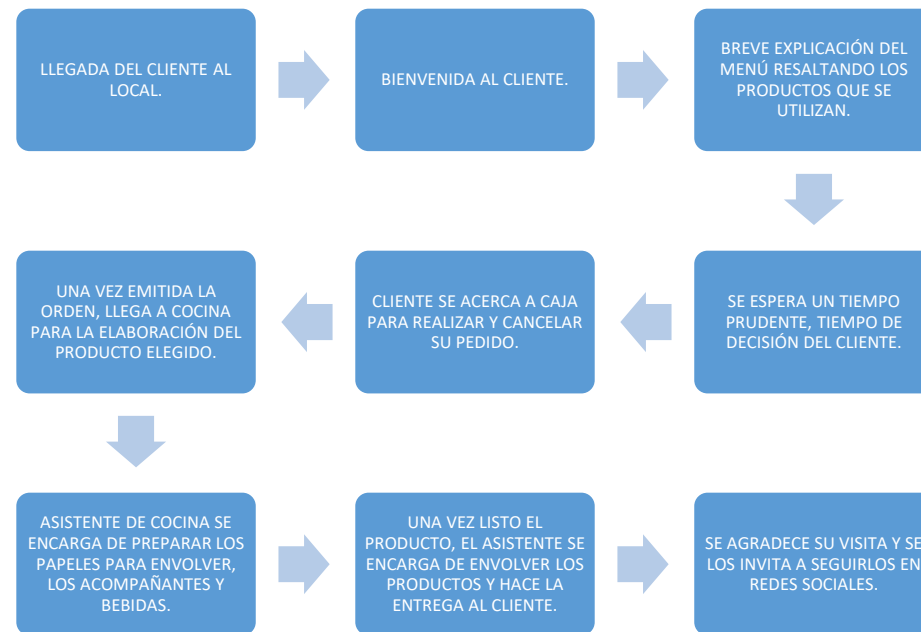
seguridad. Serán negociados días libres por eventos especiales siempre y cuando se coordine con anticipación. Se entregará el uniforme que deben llevar para mantener un equilibrio visual el cual podrá ser cambiado según el desgaste de este.

En conclusión, se busca tener los mejores perfiles dentro del negocio y así mismo ser recíprocos y brindar un extra para que se sientan motivados y con ganas de hacer su trabajo de la mejor forma.

### 2.5.8 Procesos

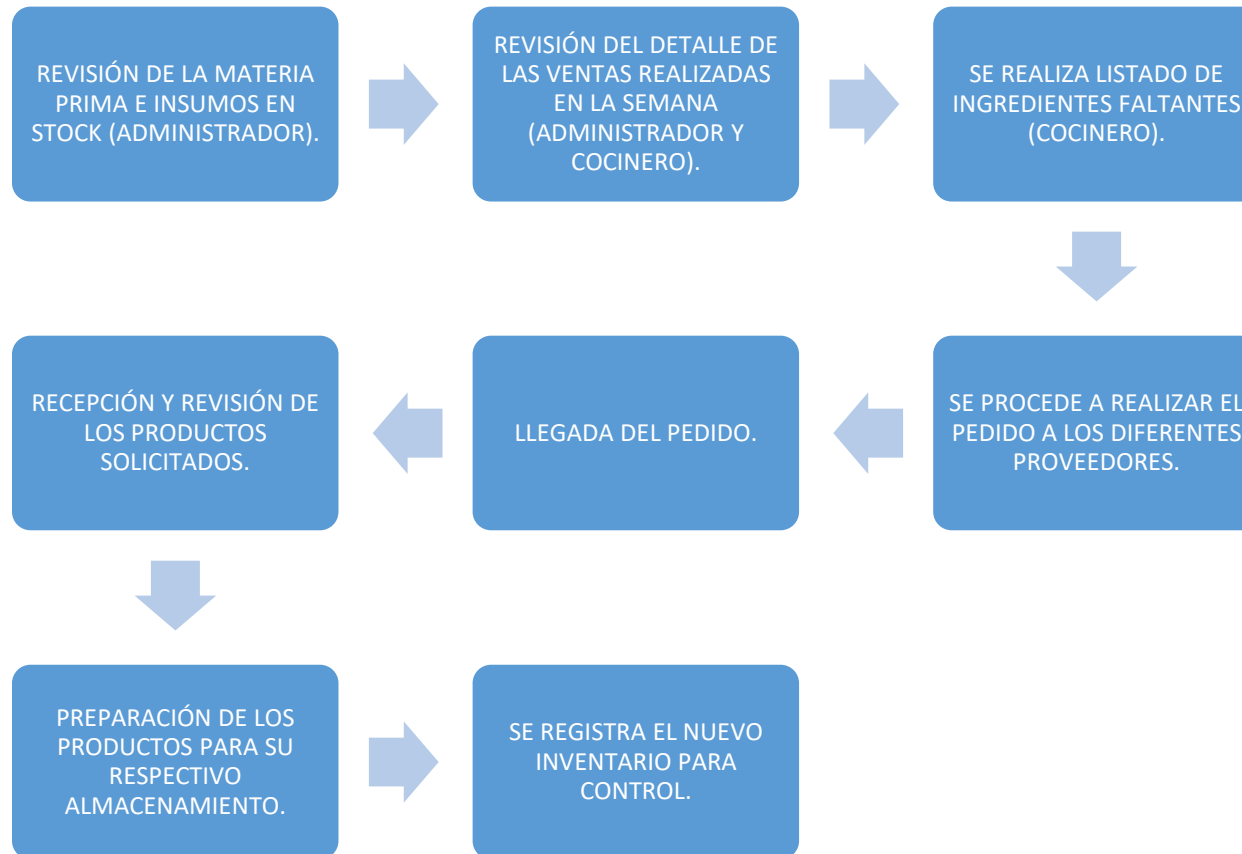
Para un buen manejo y control de las actividades que se deben cumplir dentro del negocio, se detallan a continuación los procesos relevantes con la finalidad de brindar un excelente servicio y que el personal conozca paso a paso lo que se debe realizar.

**GRÁFICO #2: PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**



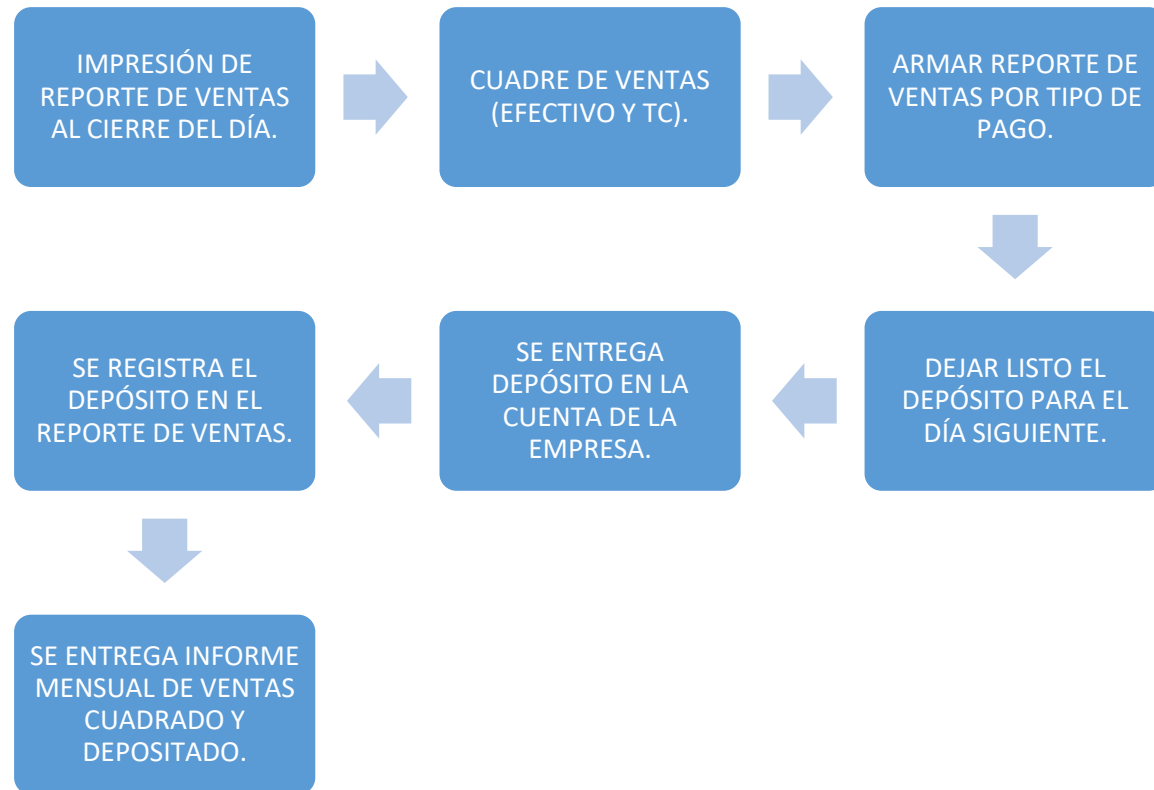
**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

### GRÁFICO #3: PROCESO DE ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS



Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

#### GRÁFICO #4: PROCESO DE CIERRE Y ENTREGA DE RECAUDACIÓN DIARIA



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

### 2.5.9 Estrategia de Evidencia Física

La ubicación del negocio será dentro de Plaza Tía La Joya un lugar acogedor, seguro y que cuenta con parqueadero para la comodidad de los clientes. Se encuentra en un espacio creado para la degustación de alimentos (patio de comidas) donde cuenta con buena iluminación, aire fresco (ventiladores) y techado. Tiene dos accesos lo que hace que el lugar sea bastante agradable y es una parada para muchas de las personas que visitan el sector. La apertura del local será a partir de las 12h00 hasta las 22h00 de lunes a domingo.

El local contará con un letrero ubicado en la parte superior con el logo de la empresa, el cual ha sido diseñado con tonalidades sobrias y de fácil recordación de marca manteniendo un estilo vanguardista sin abusar de los colores. Se espera, con este nombre que los consumidores tengan en mente la marca y se dé a conocer la finalidad del producto.

### GRÁFICO #5: LOGOTIPO



#### TIPOGRAFÍA

- FIT-SAN  
**ERAS BOLD ITC**
- SANDUCHERÍA  
**ERAS DEMI ITC**
- HEALTHY FOOD SANDWICH  
ARIAL

#### COLORES LÍNEA GRÁFICA



Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

El uniforme que usará el personal será un jean, con camisa negra de mangas cortas, con un mandil negro que cubra desde la cintura hacia abajo y usarán un pin con el logo de la empresa para la camisa; con respecto a los zapatos se solicitará que usen deportivos con la finalidad de que puedan desplazarse sin problema.

**GRÁFICO #6: UNIFORME**



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez



“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

El menú será en material de plástico resistente a la humedad, que sea fácil de limpiar y de lavar para mantenerlos limpios y desinfectados; también se creará un código QR para los clientes que no deseen coger el menú puedan acceder al menú en línea.

GRÁFICO #7: MENÚ



Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

### GRÁFICO #8: MENÚ DESCARGABLE CÓDIGO QR



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

## 2.6 PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

**TABLA #4: PLAN DE ACCIÓN PRIMER OBJETIVO**

¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
DESARROLLAR CAMPAÑAS DE LANZAMIENTO MEDIANTE REDES SOCIALES (INSTAGRAM Y FACEBOOK)	IMPULSAR VENTAS	AA	ENE-23	MAR-23	\$,TALENTO HUMANO, COMMUNITY MANAGER	\$\$ VENTAS
CREAR PROMOCIONES SEMANALES EN EL LOCAL	GENERAR VENTAS	AA	ENE-23	PERMANENTE	\$,TALENTO HUMANO, COMMUNITY MANAGER	\$\$ VENTAS
PARTICIPAR EN FERIAS DE EMPRENDIMIENTOS "MERCADITOS"	GANAR RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	AA/TH	JUN-23	AL MENOS 2 POR AÑO	\$,TALENTO HUMANO	% INCREMENTO VENTAS

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

Plan de acción para obtener \$48,000 en ventas para el año 2023.

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**TABLA #5: PLAN DE ACCIÓN SEGUNDO OBJETIVO**

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
PARTICIPAR EN EVENTOS DEPORTIVOS, MERCADITOS, FERIAS	CAPTAR CLIENTES	AA	ENE-23	AL MENOS 4 POR AÑO	\$,TALENTO HUMANO	# CLIENTES CAPTADOS
CREAR HISTORIAS/POST EN REDES SOCIALES CON TESTIMONIOS REALES DE CLIENTES	CAPTAR CLIENTES	AA	MAR-23	PERMANENTE	\$,TALENTO HUMANO, COMMUNITY MANAGER	# CLIENTES CAPTADOS
DESARROLLAR PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES CON PROMOCIONES POR DIA	GENERAR LEADS	AA	ENE-23	PERMANENTE	\$, COMMUNITY MANAGER	# LEADS

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

Plan de acción para lograr 25% captación del mercado.

**TABLA #6: PLAN DE ACCIÓN TERCER OBJETIVO**

MEDIOS	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
DESARROLLAR VENTAS POR MEDIO DE PROMOCIONES EN REDES SOCIALES	IMPULSAR VENTAS	AA	ENE-23	PERMANENTE	\$, TALENTO HUMANO	\$\$ VENTAS
REALIZAR ALIANZAS CON PROVEEDORES FIJOS	DISMINUIR GASTOS	AA	ENE-23	PERMANENTE	TALENTO HUMANO	\$\$ DISMINUCION DE GASTOS
PARTICIPAR EN FERIAS DE EMPRENDIMIENTO	GENERAR VENTAS	AA	ENE-23	AL MENOS 4 POR AÑO	\$\$, TALENTO HUMANO, COMMUNITY MANAGER	\$\$ VENTAS

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

Plan de acción para alcanzar un margen de utilidad neta del 8%

## **Capítulo III: Análisis Financiero del Proyecto**

### 3.1 PRINCIPALES SUPUESTOS FINANCIEROS

Para la ejecución del proyecto se ha considerado varios supuestos financieros que determinarán una proyección con respecto a los futuros costos, gastos y demanda esperada.

La inflación que se proyecta es en base al comportamiento que el país tiene a la fecha y conforme a las proyecciones que se prevén en 5 años. (Statista Research Department, 2022)

Con respecto a los sueldos, de acuerdo con lo ofrecido por el actual presidente se toma en cuenta un crecimiento anual de \$25 respectivamente; de esta forma se considera un incremento del 5% por año. Al ser un negocio de comida rápida se espera que la demanda crezca un 2% anual.

**TABLA #7: SUPUESTOS FINANCIEROS**

	2023	2024	2025	2026	2027
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Inflación proyectada</b>	2.38%	1.50%	1.30%	1.00%	1.00%
<b>Salarios básicos proyectados</b>	\$450.00	\$475.00	\$500.00	\$525.00	\$550.00
<b>Incremento anual de sueldos</b>		5%	5%	5%	5%
<b>Comportamiento de la demanda esperada</b>		2%	1%	1%	1%
<b>Comportamiento de los gastos</b>		3%	5%	7%	7%

#### 3.1.1 Inversión

Para iniciar este proyecto se establece una inversión inicial de \$23,823.97 que serán destinados para cubrir la compra de activos fijos, financiar gastos operativos y para capital de trabajo una vez iniciadas las operaciones. La inversión es cubierta en un 50% por aporte inicial de los accionistas que será de \$11,911.99 y el 50% restante se cubre por medio de préstamo bancario. Los activos fijos que adquieran para iniciar este negocio tienen una proyección de vida útil de hasta 5 años.

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**TABLA #8: INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00		
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2. OTROS ACTIVOS	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00		
SISTEMA CONTABLE Y FACTURACION	EQUIPOS DE COMPUTO	1	\$ 800.00	\$ 800.00	5	\$ 160.00
COMPUTADORAS/LAPTOPS	EQUIPOS DE COMPUTO	1	\$ 580.00	\$ 580.00	5	\$ 116.00
IMPRESORAS	EQUIPOS DE COMPUTO	1	\$ 240.00	\$ 240.00	5	\$ 48.00
CAJA REGISTRADORA	EQUIPOS DE COMPUTO	2	\$ 1,400.00	\$ 2,800.00	5	\$ 560.00
ESCRITORIOS	MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 54.01	\$ 54.01	10	\$ 5.40
SILLAS	MUEBLES Y ENSERES	4	\$ 19.99	\$ 79.96	10	\$ 8.00
ANAQUELES	MUEBLES Y ENSERES	2	\$ 150.00	\$ 300.00	10	\$ 30.00
ACONDICIONADOR DE AIRE	EQUIPOS DE OFICINA	2	\$ 750.00	\$ 1,500.00	5	\$ 300.00
COCINA INDUSTRIAL 2 QUEMADORES	MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 520.00	\$ 520.00	10	\$ 52.00
PLANCHA DE COCINA	MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 520.00	\$ 520.00	10	\$ 52.00
HORNO MICROONDAS	MUEBLES Y ENSERES	2	\$ 160.00	\$ 320.00	10	\$ 32.00
AIR FRYER	MUEBLES Y ENSERES	2	\$ 169.00	\$ 338.00	10	\$ 33.80
BALANZA	MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 40.00	\$ 40.00	10	\$ 4.00
LICUADORA INDUSTRIAL	MUEBLES Y ENSERES	2	\$ 140.00	\$ 280.00	10	\$ 28.00
BANDEJAS	MUEBLES Y ENSERES	8	\$ 19.00	\$ 152.00	10	\$ 15.20
HORNO	MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 280.00	\$ 280.00	10	\$ 28.00
JUEGO DE ESPATULAS	MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 100.00	\$ 100.00	10	\$ 10.00
JUEGO DE UTENSILIOS DE COCINA	MUEBLES Y ENSERES	2	\$ 100.00	\$ 200.00	10	\$ 20.00
CHAROLAS	MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 10.00	\$ 100.00	10	\$ 10.00
BOLWS/RECIPIENTES	MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 12.00	\$ 120.00	10	\$ 12.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>				<b>23,823.97</b>		<b>1,524.40</b>

Fuente: Investigación  
 Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez



### 3.1.2 Sueldos

Para determinar el presupuesto de sueldos se consideran a todos los empleados bajo relación de dependencia con los que contará el negocio y se toman en cuenta todos los beneficios sociales que por ley se deben incluir.

En la parte administrativa se considera una persona quien será la encargada del correcto funcionamiento del local, de los pedidos a proveedores, pagos, realizar seguimientos diarios y de rendir cuentas a los inversionistas. Será el responsable de la correcta gestión de la empresa ante los entes de control. El cajero quien será responsable de realizar los cobros de clientes, registrarlos correctamente y cuadrar caja al cierre de la jornada y será soporte para el asistente de cocina.

En la parte operativa se cuenta con dos asistentes de cocina que se encargan de la preparación de los alimentos, de la verificación del estado de la materia prima, almacenaje y reporte de productos que hagan falta.

**TABLA#9: SUELDOS**

Nómina	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Administrador	\$ 10,570.60	\$ 12,429.40	\$ 12,429.40	\$ 13,050.87	\$ 13,702.17	\$ 62,182.45
Cajero	\$ 6,956.10	\$ 8,168.90	\$ 8,168.90	\$ 8,577.35	\$ 9,004.96	\$ 40,876.21
Asistente de cocina	\$ 6,956.10	\$ 7,817.36	\$ 8,228.80	\$ 8,640.24	\$ 9,071.00	\$ 40,713.50
Asistente de cocina	\$ 6,956.10	\$ 7,817.36	\$ 8,228.80	\$ 8,640.24	\$ 9,071.00	\$ 40,713.50

Fuente: Investigación

Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

Se detalla un cuadro resumen de los valores que se deben considerar para los 5 años del proyecto, en el [anexo](#) #1 se especifica los valores mensualizados por año.

### 3.1.3 Estimación de la demanda

De acuerdo con el plan de negocio y conforme se proyecta la inflación para los próximos 5 años, se determinaron los costos directos de cada producto. Las unidades proyectadas por año serán una guía para la proyección de los ingresos y gastos que se obtendrán del negocio.

**TABLA #10: DEMANDA**

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
POLLO PECHUGON	1,981	2,638	3,141	3,570	4,002
LOMITO FIT	1,845	2,472	2,893	3,270	3,702
PAVITO SILVER	1,554	2,056	2,448	2,736	3,045
CHANCHO GOLD	1,845	2,472	2,893	3,270	3,702
CHAMPIÑONES SALT	547	702	846	990	1,134
PALITOS DE YUCA	2,838	3,802	4,548	5,124	5,766
PAPITAS FRANCESAS	4,257	5,674	6,730	7,587	8,550
ENSALADA DE COL	4,257	5,674	6,730	7,587	8,550
JUGO	4,972	6,642	7,881	8,884	10,014
AGUA	1,413	1,890	2,244	2,532	2,820
CEBOLLITAS CRUNCHY	2,838	3,802	4,548	5,124	5,766
<b>TOTAL UNIDADES</b>	<b>28,347</b>	<b>37,824</b>	<b>44,902</b>	<b>50,674</b>	<b>57,051</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

Demanda proyectada por los 5 años de proyecto, los valores mensualizados por año se podrán observar en el [anexo #2](#)

### 3.1.4 Ventas

Para el análisis de ventas se estima los precios a aplicar por los próximos 5 años en base al comportamiento del mercado y se considera iniciar con un precio base y posteriormente se realice el incremento de acuerdo con la siguiente tabla.

**TABLA #11: PRECIOS VENTA PÚBLICO**

PRECIO PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
POLLO PECHUGON	3.99	3.99	4.25	4.25	4.25
LOMITO FIT	3.99	3.99	4.25	4.25	4.25
PAVITO SILVER	4.99	4.99	5.25	5.25	5.25
CHANCHO GOLD	4.99	4.99	5.25	5.25	5.25
CHAMPIÑOS SALT	3.99	3.99	4.25	4.25	4.25
PALITOS DE YUCA	2.25	2.25	2.50	2.50	2.50
PAPITAS FRANCESAS	2.25	2.25	2.50	2.50	2.50
ENSALADA DE COL	1.99	1.99	2.15	2.15	2.15
JUGO	1.99	1.99	2.15	2.15	2.15
AGUA	1.00	1.00	1.25	1.25	1.25
CEBOLLITAS CRUNCHY	2.00	2.00	2.25	2.25	2.25

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

Tanto para el primer año como para el segundo año se prevé mantener los precios como parte de una estrategia para aptar mercado, para el resto de los años en adelante se realiza un incremento acorde a los indicadores antes mencionados.

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

Con los precios de venta detallados anteriormente y con la demanda estimada se obtiene el total de ventas para los próximos 5 años de proyecto con el que se espera. A continuación, el detalle de ventas que se espera alcanzar.

**TABLA #12: VENTAS**

<b>OFERTA PRODUCTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
POLLO PECHUGON	\$ 7,904.19	\$ 10,525.62	\$ 13,349.25	\$ 15,172.50	\$ 17,008.50
LOMITO FIT	\$ 7,361.55	\$ 9,863.28	\$ 12,295.25	\$ 13,897.50	\$ 15,733.50
PAVITO SILVER	\$ 7,754.46	\$ 10,259.44	\$ 12,852.00	\$ 14,364.00	\$ 15,986.25
CHANCHO GOLD	\$ 9,206.55	\$ 12,335.28	\$ 15,188.25	\$ 17,167.50	\$ 19,435.50
CHAMPIÑONES SALT	\$ 2,182.53	\$ 2,800.98	\$ 3,595.50	\$ 4,207.50	\$ 4,819.50
PALITOS DE YUCA	\$ 6,385.50	\$ 8,554.50	\$ 11,370.00	\$ 12,810.00	\$ 14,415.00
PAPITAS FRANCESAS	\$ 9,578.25	\$ 12,766.50	\$ 16,825.00	\$ 18,967.50	\$ 21,375.00
ENSALADA DE COL	\$ 8,471.43	\$ 11,291.26	\$ 14,469.50	\$ 16,312.05	\$ 18,382.50
JUGO	\$ 9,894.28	\$ 13,217.58	\$ 16,944.15	\$ 19,100.60	\$ 21,530.10
AGUA	\$ 1,413.00	\$ 1,890.00	\$ 2,805.00	\$ 3,165.00	\$ 3,525.00
CEBOLLITAS CRUNCHY	\$ 5,676.00	\$ 7,604.00	\$ 10,233.00	\$ 11,529.00	\$ 12,973.50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 75,827.74</b>	<b>\$ 101,108.44</b>	<b>\$ 129,926.90</b>	<b>\$ 146,693.15</b>	<b>\$ 165,184.35</b>

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

Se detalla un resumen total por los 5 años de proyecto, los valores mensualizados por año se podrán observar en el [anexo #3](#)

### 3.1.5 Costos

Para poder estimar los costos totales asociados con las ventas, se calculó el costo de cada producto en base a cada sanduche y a los ingredientes que debe contener; a continuación, el costo por producto.

**TABLA #13: COSTO POR PRODUCTO**

POLO PECHUGON	
PAN	0.15
POLLO	0.35
SALSA DE LA CASA	0.20
CEBOLLAS CARAMELIZAD/	0.22
<b>TOTAL</b>	<b>0.92</b>

CHANCHO GOLD	
PAN	0.15
CERDO DESMECHADO	0.55
SALSA DE LA CASA	0.20
ENSALADA COL	0.20
<b>TOTAL</b>	<b>1.10</b>

LOMITO FIT	
PAN	0.15
LOMO FINO/ASADO	0.45
SALSA DE LA CASA	0.20
VEGETALES SALTEADOS	0.28
<b>TOTAL</b>	<b>1.08</b>

CHAMPIÑONES SALT	
PAN	0.15
CHAMPIÑONES	0.40
SALSA DE LA CASA	0.20
VEGETALES SALTEADOS	0.28
<b>TOTAL</b>	<b>1.03</b>

PAVITO SILVER	
PAN	0.15
PAVO	0.55
SALSA DE LA CASA	0.20
ENSALADA COL	0.20
<b>TOTAL</b>	<b>1.10</b>

ENSALADA DE COL	
COL BLANCA	0.10
COL MORADA	0.10
ZANAHORIA	0.05
SALSA	0.10
<b>TOTAL</b>	<b>0.35</b>

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

Una vez identificados los costos unitarios por cada producto a comercializar y conociendo la demanda estimada, se pudo encontrar el total de costos para los próximos 5 años.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

**TABLA #14: COSTOS TOTALES**

OFERTA PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
POLLO PECHUGON	1,822.52	2,463.36	2,971.20	3,410.77	3,861.74
LOMITO FIT	1,992.60	2,709.81	3,212.53	3,667.49	4,193.52
PAVITO SILVER	1,709.40	2,295.52	2,768.72	3,125.40	3,513.16
CHANCHO GOLD	2,029.50	2,759.99	3,272.02	3,735.40	4,271.17
CHAMPIÑONES SALT	563.41	733.91	895.95	1,058.93	1,225.09
PALITOS DE YUCA	1,220.34	1,659.38	2,010.78	2,288.10	2,600.53
PAPITAS FRANCESAS	1,362.24	1,842.92	2,214.32	2,521.26	2,869.69
ENSALADA DE COL	1,489.95	2,015.69	2,421.91	2,757.62	3,138.72
JUGO	2,734.60	3,707.90	4,456.76	5,074.21	5,776.82
AGUA	339.12	460.40	553.74	631.06	709.87
CEBOLLITAS CRUNCHY	1,248.72	1,697.97	2,057.54	2,341.31	2,661.00
SUELDOS	13,912.20	15,634.72	16,457.60	17,280.48	18,142.00
<b>TOTAL</b>	<b>30,424.60</b>	<b>37,981.57</b>	<b>43,293.09</b>	<b>47,892.03</b>	<b>52,963.31</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

Todos los costos que se detallan se calculan por año y para revisar el mensualizado de forma específica en el [anexo #4](#).

### 3.1.6 GASTOS

Para determinar los gastos se tuvo que analizar los supuestos financieros donde año a año se evidencia crecimiento producto de la inflación proyectada.

**TABLA #15: GASTOS**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
SUELDOS	17,526.70	19,615.05	20,598.30	21,628.22	22,707.13
ALQUILER	9,600.00	9,888.00	10,382.40	11,109.17	11,886.81
SERVICIOS BÁSICOS	1,440.00	1,483.20	1,557.36	1,666.38	1,783.02
SEGURIDAD	4,800.00	4,944.00	5,191.20	5,554.58	5,943.40
PUBLICIDAD	2,100.00	2,163.00	2,271.15	2,430.13	2,600.24
CAPACITACIÓN	300.00	309.00	324.45	347.16	371.46
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	450.00	463.50	486.68	520.74	557.19
MOVILIZACIÓN	1,800.00	1,854.00	1,946.70	2,082.97	2,228.78
SUMINISTROS DE OFICINA	310.00	319.30	335.27	358.73	383.84
EMPAQUES	3,000.00	3,090.00	3,244.50	3,471.62	3,714.63
<b>TOTAL</b>	<b>41,326.70</b>	<b>44,129.05</b>	<b>46,338.00</b>	<b>49,169.70</b>	<b>52,176.51</b>

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

El detalle de gastos es en base a los 5 años del proyecto tomando en cuenta todos los rubros para la ejecución, el mensualizado por año se puede observar en el anexo #5.

## 3.2 FINANCIAMIENTO

### 3.2.1 Inversión

La inversión total que el proyecto necesita para iniciar sus actividades es de \$23,823.97 los mismos que serán cubiertos en un 50% por aporte propio y el 50% restante por medio de préstamo bancario. El préstamo bancario será solicitado a Banco Pacífico por un monto de \$11,911.99 a una tasa de interés anual del 10% y a un plazo de 5 años; cuyos pagos serán mensuales.

**TABLA #16: INVERSIÓN**

<b>Inversión Requerida</b>	<b>\$23,823.97</b>	
<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Aportes propios	\$11,911.99	50%
Aportes de terceros (Bancos)	\$11,911.99	50%
<b>Total financiamiento</b>		
Tasa a pagar	10.00%	
Plazo de deuda (años)	5	

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

**TABLA #17: PRÉSTAMO BANCARIO**

<b>Préstamo</b>	<b>\$11,911.99</b>
<b>Tasa anual</b>	10.00%
<b>Pagos por año</b>	12
<b>Tasa por período</b>	0.83%
<b>Plazo Deuda (años)</b>	5
<b>Cuotas (número)</b>	60
<b>Diviendo</b>	<b>\$253.09</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

El valor mensual que se debe cancelar es de \$253.09 durante 60 meses, acorde al préstamo bancario.



“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

**TABLA #18: TABLA DE PAGOS**

Periodos anuales	0	1	2	3	4	5
Interés		\$1,104.20	\$901.80	\$678.20	\$431.19	\$158.31
Capital Pagado		\$1,932.94	\$2,135.34	\$2,358.94	\$2,605.95	\$2,878.83
Dividendos		\$3,037.14	\$3,037.14	\$3,037.14	\$3,037.14	\$3,037.14
Saldo	\$11,911.99	\$9,979.05	\$7,843.71	\$5,484.78	\$2,878.83	\$0.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

Se detalla la tabla de pagos donde se puede observar que los pagos serán fijos anuales por un monto de \$3037.14 por los 5 años que dura el préstamo.

### 3.3 ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

#### 3.3.1 Estado de Resultados y Flujo de Caja

Para poder evaluar la rentabilidad del proyecto se realizó una proyección del estado de resultado para los 5 primeros años del proyecto.

Considerando las ventas, costos, gastos proyectados, así como el pago de utilidades a trabajadores, el pago al impuesto a la renta y la reserva legal se evidencia que el negocio será rentable a pesar de que en el primer año el negocio termina en negativo; se espera que con el posicionamiento de la marca y con el crecimiento del mercado se logre subir las ganancias a futuro.

Con respecto al flujo de caja, la empresa necesita conocer el grado de liquidez que tendrá el negocio para los próximos años. Se evidencia que para el primer año el flujo de caja no es el valor esperado; sin embargo, para el resto de los años y tomando en cuenta el préstamo que se debe pagar mes a mes el flujo de caja empieza a tener mayor liquidez.

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**TABLA #19: ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA**

ESTADOS FINANCIEROS		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		75,827.74	101,108.44	129,926.90	146,693.15	165,184.35
- Costo de Ventas		30,424.60	37,981.57	43,293.09	47,892.03	52,963.31
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>45,403.14</b>	<b>63,126.87</b>	<b>86,633.81</b>	<b>98,801.12</b>	<b>112,221.04</b>
- Gastos desembolsables		41,326.70	44,129.05	46,338.00	49,169.70	52,176.51
- Gastos no desembolsables		4,024.40	1,524.40	1,524.40	1,524.40	1,524.40
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>52.04</b>	<b>17,473.42</b>	<b>38,771.41</b>	<b>48,107.03</b>	<b>58,520.13</b>
- Gastos financiamiento		1,104.20	901.80	678.20	431.19	158.31
<b>+/- Ing/Eg. No operacionales</b>						
<b>Utilidad antes de Reparto a Trabajadores</b>		<b>- 1,052.16</b>	<b>16,571.63</b>	<b>38,093.21</b>	<b>47,675.84</b>	<b>58,361.82</b>
- 15% Reparto Ut. Trabajadores		-	2,485.74	5,713.98	7,151.38	8,754.27
<b>Utilidad antes de Impuesto Renta</b>		<b>- 1,052.16</b>	<b>14,085.88</b>	<b>32,379.23</b>	<b>40,524.46</b>	<b>49,607.55</b>
- 25% Impuesto Renta		-	3,521.47	8,094.81	10,131.12	12,401.89
<b>Utilidad antes de Reserva Legal</b>		<b>- 1,052.16</b>	<b>10,564.41</b>	<b>24,284.42</b>	<b>30,393.35</b>	<b>37,205.66</b>
- 10% Reserva Legal		-	1,056.44	2,428.44	3,039.33	3,720.57
<b>Utilidad del ejercicio</b>		<b>- 1,052.16</b>	<b>9,507.97</b>	<b>21,855.98</b>	<b>27,354.01</b>	<b>33,485.09</b>
+ Gastos no desembolsables		4,024.40	1,524.40	1,524.40	1,524.40	1,524.40
+ Reserva Legal		-	1,056.44	2,428.44	3,039.33	3,720.57
+ Deudas no pagadas en el periodo		-	6,007.21	13,808.79	17,282.49	21,156.16
- Deudas pagadas			-	- 6,007.21	- 13,808.79	- 17,282.49
- Amortización (cap.pagado)		- 1,932.94	- 2,135.34	- 2,358.94	- 2,605.95	- 2,878.83
+ Valor en Libros (si se vende)						
Inversión	- 23,823.97					
Préstamo a largo plazo	11,911.99					
<b>Flujo de Caja</b>	<b>- 11,911.99</b>	<b>1,039.30</b>	<b>15,960.68</b>	<b>31,251.46</b>	<b>32,785.50</b>	<b>39,724.90</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

### **3.3.2 Balance General**

Para la ejecución de este proyecto se hizo una estimación con respecto a los saldos deudores y acreedores con los que la empresa iniciará sus operaciones.

El siguiente balance detalla los activos, pasivos y patrimonio que forman parte del negocio, las cuentas y valores con los que la empresa arrancarías sus actividades. Con respecto a sus activos se evidencia que existe crecimiento y que efectivamente el negocio es rentable al ver que la cuenta de efectivo aumenta cada año. Los pasivos de igual forma van creciendo, así como las ventas, pero al quinto año se estima haber culminado de cancelar el préstamo bancario inicial. Así mismo, el patrimonio del negocio crece junto con las cuentas de utilidades y reserva legal lo indica que el proyecto es viable y sostenible en el tiempo.

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**TABLA #20: BALANCE GENERAL**

		<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
EFFECTIVO	12,000.00	13,039.30	28,999.99	60,251.45	93,036.94	132,761.84
A/F NETOS	11,823.97	7,799.57	6,275.18	4,750.78	3,226.38	1,701.99
<b>ACTIVOS</b>	<b>23,823.97</b>	<b>20,838.88</b>	<b>35,275.16</b>	<b>65,002.23</b>	<b>96,263.33</b>	<b>134,463.83</b>
CTAS.DOC. X PAGAR		-	6,007.21	13,808.79	17,282.49	21,156.16
PRÉSTAMO BCARIO.	11,911.99	9,979.05	7,843.71	5,484.77	2,878.82	- 0.01
<b>PASIVOS</b>	<b>11,911.99</b>	<b>9,979.05</b>	<b>13,850.92</b>	<b>19,293.56</b>	<b>20,161.31</b>	<b>21,156.15</b>
CAPITAL SOCIAL	11,911.99	11,911.99	11,911.99	11,911.99	11,911.99	11,911.99
RESERVA LEGAL		-	1,056.44	3,484.88	6,524.22	10,244.78
UTILIDADES RETENIDAS		- 1,052.16	8,455.82	30,311.80	57,665.81	91,150.90
<b>PATRIMONIO</b>	<b>11,911.99</b>	<b>10,859.83</b>	<b>21,424.24</b>	<b>45,708.66</b>	<b>76,102.01</b>	<b>113,307.67</b>
<b>PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>23,823.97</b>	<b>20,838.88</b>	<b>35,275.16</b>	<b>65,002.23</b>	<b>96,263.33</b>	<b>134,463.83</b>

Fuente: Investigación  
 Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

### 3.4 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

#### 3.4.1 Indicadores Económicos

Para obtener una mayor certeza de que el proyecto será rentable y viable se analizan diferentes indicadores para una correcta toma de decisión.

#### 3.4.2 TIR Tasa interna de retorno

Con este indicador se mide la rentabilidad del proyecto. La TIR para este negocio es del 98.83% lo que indica que la inversión dará resultados favorecedores.

<b>TIR</b>	<b>98.83%</b>
------------	---------------

#### 3.4.3 VAN Valor actual neto

Para el análisis del VAN se consideraron los ingresos y egresos, descontando la inversión inicial calculados para los 5 años de proyección del negocio. El valor actual neto es de \$64,373.92 lo que indica que el proyecto es viable luego y que se obtendrá ganancias del mismo.

<b>VAN</b>	<b>\$ 64,373.92</b>
------------	---------------------

#### 3.4.4 Período de recuperación de la inversión

Al realizar el análisis de los flujos de caja, se estima que el tiempo de recuperación de la inversión es a partir del segundo año; lo que se convierte en un tiempo atractivo para los inversionistas.

**TABLA #21: PAYBACK**

<b>PAYBACK</b>	<b>1 AÑO 11 MESES</b>
----------------	-----------------------

	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO</b>	-\$ 11,911.99	\$ 1,039.30	\$ 15,960.68	\$ 31,251.46	\$ 32,785.50	\$ 39,724.90
<b>VALOR PRESENTE FLUJO</b>	-\$ 11,911.99	\$ 918.22	\$ 12,458.18	\$ 21,551.37	\$ 19,975.05	\$ 21,383.09
<b>PAYBACK</b>	<b>-\$ 11,911.99</b>	<b>-\$ 10,993.77</b>	<b>\$ 1,464.41</b>	\$ 23,015.78	\$ 42,990.83	\$ 64,373.92

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Marjorie Aponte Martinez

### 3.4.5 WACC Costo promedio ponderado

Se analiza este indicador en vista de que el proyecto es de financiamiento mixto (capital propio y capital por medio de un préstamo bancario). El porcentaje establecido que se utilizó para descontar los flujos de caja futuros y la tasa de descuento fue del 13%

**TABLA #22: WACC**

<b>% Tasa de retorno esperada</b>	20%	<b>% Aportes Propios</b>	50%
<b>% Interes del Banco</b>	10.00%	<b>% Aportes otros</b>	50%
<b>Impuestos</b>	36.25%	<b>WACC</b>	13%

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

### 3.4.6 Punto de Equilibrio

Para obtener el punto de equilibrio en donde no se obtenga ni ganancias ni pérdidas, se consideraron los costos fijos, variables y las ventas estimadas para los 5 años del proyecto. Para el primer año el nivel de exigencia es del 93% lo que indica que es alto y así poder cubrir los costos y gastos. Mientras que para los futuros años el nivel de exigencia va disminuyendo lo que demuestra un mejor escenario para el proyecto.

**TABLA #23: PUNTO DE EQUILIBRIO**

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 42,430.90	\$ 45,030.85	\$ 47,016.20	\$ 49,600.88	\$ 52,334.82
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 45,403.14	\$ 63,126.87	\$ 86,633.81	\$ 98,801.12	\$ 112,221.04
<b>% Equilibrio</b>	<b>93%</b>	<b>71%</b>	<b>54%</b>	<b>50%</b>	<b>47%</b>
VENTAS	\$ 75,827.74	\$ 101,108.44	\$ 129,926.90	\$ 146,693.15	\$ 165,184.35
COSTOS VARIABLES	\$ 30,424.60	\$ 37,981.57	\$ 43,293.09	\$ 47,892.03	\$ 52,963.31
COSTOS FIJOS	\$ 42,430.90	\$ 45,030.85	\$ 47,016.20	\$ 49,600.88	\$ 52,334.82
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 2,972.24</b>	<b>\$ 18,096.02</b>	<b>\$ 39,617.61</b>	<b>\$ 49,200.24</b>	<b>\$ 59,886.22</b>
<b>VERIFICACIÓN</b>					
VENTAS	\$ 70,863.80	\$ 72,124.57	\$ 70,511.38	\$ 73,644.00	\$ 77,034.52
COSTOS VARIABLES	\$ 28,432.90	\$ 27,093.73	\$ 23,495.18	\$ 24,043.12	\$ 24,699.70
COSTOS FIJOS	\$ 42,430.90	\$ 45,030.85	\$ 47,016.20	\$ 49,600.88	\$ 52,334.82
<b>UTILIDAD</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>

Fuente: Investigación  
Elaborado por: Marjorie Aponte Martinez

### 3.5 RATIOS FINANCIEROS

A continuación, se detallan los ratios financieros del proyecto.

**TABLA #24: RATIOS FINANCIEROS**

RATIOS FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE		\$ 4.83	\$ 4.36	\$ 5.38	\$ 6.28
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 13,039.30	\$ 22,992.77	\$ 46,442.66	\$ 75,754.45	\$111,605.68
ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	\$ 3.64	\$ 2.87	\$ 2.00	\$ 1.52	\$ 1.23
ENDEUDAMIENTO	48%	39%	30%	21%	16%
LEVERAGE TOTAL	\$ 0.92	\$ 0.65	\$ 0.42	\$ 0.26	\$ 0.19
COBERTURA PASIVO FINANCIERO	\$ 0.13	\$ 0.08	\$ 0.04	\$ 0.02	\$ -0.00
COBERTURA GASTO FINANCIERO	\$ 0.05	\$ 19.38	\$ 57.17	\$ 111.57	\$ 369.66
MARGEN BRUTO	\$ 0.60	\$ 0.62	\$ 0.67	\$ 0.67	\$ 0.68
MARGEN OPERATIVO	\$ 0.00	\$ 0.17	\$ 0.30	\$ 0.33	\$ 0.35
MARGEN NETO	-1%	9%	17%	19%	20%
ROA	\$ -0.05	\$ 0.27	\$ 0.34	\$ 0.28	\$ 0.25
ROE	\$ -0.10	\$ 0.44	\$ 0.48	\$ 0.36	\$ 0.30

#### 3.5.1 Razón Corriente

A través de este indicador el proyecto tiene un respaldo de \$6.28 al quinto año. Significa que por cada \$1.00 que tiene en las cuentas del pasivo corriente, el negocio contará con suficiente liquidez para atender y cumplir sus obligaciones y estar listo por cualquier imprevisto que se presente durante los 5 años de proyecto.

#### 3.5.2 Capital de trabajo

Aquí se observa el crecimiento año a año del negocio, existe un equilibrio entre sus activos y sus pasivos; generando una ganancia. Gran parte de este aumento se debe al impulso en redes para ganar más clientes.

#### 3.5.3 ROA

Se evidencia que a partir del segundo año la rentabilidad con respecto a sus activos totales, es decir, por cada \$1.00 invertido se obtiene una ganancia de \$0.25

### **3.5.4 ROE**

Indica la capacidad del negocio, cuanto mayor sea el número mayor será la rentabilidad del negocio en relación con sus recursos propios para financiarse, en este caso a partir del segundo año es de \$0.44 por cada \$1.00 del patrimonio.

### **3.5.5 Endeudamiento**

Como se pudo observar la inversión inicial será 50% por medio de préstamo bancario y al término del primer año la tasa de endeudamiento es del 48% la misma que irá en descenso a lo largo de los 5 años del proyecto hasta llegar al 16%

### **3.5.6 Rotación del Activo Total**

Durante el primer año se obtendrá un activo de \$3.64 por cada \$1.00 invertido, se puede evidenciar la eficacia de la empresa en la gestión de sus activos para mejorar la venta.

### **3.5.7 Cobertura Gasto Financiero**

A través de este indicador se mide la capacidad que tendrá el proyecto para generar ganancias y en el primer año la cobertura será de \$0.05 considerando que no se espera utilidad para ese periodo; sin embargo, para el resto de los años se espera que este indicador suba su cobertura.

### **3.5.8 Margen neto**

Para establecer la rentabilidad del proyecto y durante el primero año este indicador es negativo debido a que no se espera utilidad, pero para el segundo año este indicador sube al 9% y se espera al quinto año alcanzar un 20%



# **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **Conclusiones**

Una vez concluido el plan de negocios junto con el análisis de mercado, las estrategias de venta, el plan de marketing y las estimaciones en los estados financieros; permitirá definir si es viable la ejecución del proyecto.

La investigación realizada concluye que la creación de un restaurante de sandwiches saludables si es atractiva y viable en el sector de la Joya ya que es un mercado relativamente joven y los problemas encontrados en las investigaciones por sobrepeso ha creado en la mente de las consumidores una alerta a cuidar de lo que comen; se ha convertido en una tendencia fuerte el tema de cuidarse tanto en lo físico como en lo alimenticio.

Se pudo determinar que el mercado meta al que se desea alcanzar oscila entre los 15 a 45 años, lo que permite que toda la familia pueda acceder a los productos. Se encuentran en un nivel socioeconómico A B Y C+ debido a los ingresos promedios del sector.

Dentro de la propuesta comercial se toma en cuenta la calidad de los productos y sobretodo que sea apto para todas las personas inclusive si padecen de problemas ocasionados por el sobrepeso.

Se desarrolla un plan de marketing para impulsar el posicionamiento de la marca y se definen las estrategias de diferenciación, así como los procesos más importantes para la correcta ejecución de las actividades.

Finalmente, el estudio financiero realizado determina una inversión inicial de \$23,823.97 entre aportes propios y préstamo bancario. Se estima el retorno de la inversión al término del segundo año y genera un VAN de \$64,373.92 con una TIR de 98.83% lo que convierte al proyecto en factible y viable de ejecutar.

## **Recomendaciones**

Una vez concluido el proyecto, se toman en consideración varios aspectos que aportarán al crecimiento del negocio y a mantenerse a futuro.

Es recomendable seguir los lineamientos anteriormente revisados a fin de que se cumplan conforme a lo escrito y que se revisen periódicamente para no afectar los resultados esperados.

Con respecto a la atención y comercialización se deberán realizar encuestas aleatorias para conocer la satisfacción de los clientes y conocer su punto de vista.

Es importante mantener las relaciones comerciales con los proveedores a fin de que llegue un desabastecimiento por algún caso fortuito y para que los precios de los insumos puedan ser discutidos amigablemente.

Se recomienda mantener un plan de marketing continuo a fin de que la marca sea recordada, considerar a futuro incluir Influencers para captar mayor mercado. Hacer presencia en ferias y eventos de afluencia masiva, hay que considerar que será en estos eventos donde se logre tener mayor reconocimiento de nuevos clientes.

Tener en cuenta capacitar al personal con temas referentes a atención al cliente y en procesos de mejora; buscar incentivos que sirvan como beneficios especiales como día libre por cumpleaños, empleado del mes, actividades fuera del horario laboral. Esto sin duda hará que haya mas compromiso y mejor desempeño de los colaboradores.

Se recomiendo la creación de la empresa Fit San Sanduchería ya que es un nuevo concepto de negocio saludable que ayuda a crear conciencia en los consumidores de que lo importante no es la cantidad sino la calidad de los productos.

## REFERENCIAS

- 50Minutos. (2016). *El marketing mix: Las 4Ps para aumentar sus ventas*. 50Minutos.
- Brito, G. (22 de Noviembre de 2019). *Metal Boss*. Obtenido de <https://www.metalboss.com.mx/blog/comida-rapida>
- Carbajal Azcona, A. (2013). *Manual de Nutrición y Dietética*. Madrid.
- Datos del consumidor*. (s.f.).
- García, H. (2010). Business Lifestyle. *Emprendimiento & Marketing*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Espíritu Santo.
- García, J. A. (20 de Junio de 2021). *Joinposter*. Obtenido de <https://joinposter.com/mx/post/oferta-gastronomica-que-es>
- Gastronomía, I. I. (5 de Diciembre de 2016). *TheForkManager*. Obtenido de <https://www.theforkmanager.com/es-es/blog/como-crear-una-oferta-gastronomica-vendedor>
- Ibañez, M. d. (2017). *Marketing y promoción en el punto de venta*. Editorial CEP, SL.
- Kotler, P. (2008). *Principios de Marketing*. Pearson.
- La Rosa, M. (2013). *Hay que educar a las empresas en el mundo digital de las web 2.0*. Universidad de Especialidades Espíritu Santo.
- Lucero, K. (2020). El Ecuatoriano transita entre la desnutrición y el sobrepeso. *Revista Gestión*.
- Perez, A. (25 de Abril de 2021). *OBSbusinessschool*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-un-proyecto-una-definicion-practica>

Poulin, J. P. (2019). *Sociologías de la alimentación: los comensales y el espacio social alimentario*. Barcelona: Editorial UOC.

Quintal, P. (25 de Mayo de 2022). *Cooking Depot*. Obtenido de Link:<https://blog.cookingdepot.com/que-es-el-marketing-gastronomico>

Salud, O. M. (9 de Junio de 2021). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/malnutrition>

Software, A. R. (13 de Septiembre de 2017). *RP3 Retail Software*. Obtenido de <https://rp3.com.ec/la-historia-de-mcdonalds-y-como-paso-de-restaurante-de-barrio-a-lider-mundial/>

Statista Research Department. (Mayo de 2022). <https://es.statista.com/>. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1190037/tasa-de-inflacion-ecuador/>

venta, M. y. (2017). *María del Mar Soria Ibañez*. Editorial CEP, SL.

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES  
SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL  
AÑO 2023.”

# **ANEXOS**

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES  
SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL  
AÑO 2023."

### ANEXOS 1: DETALLE ANUAL DE SUELDOS

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Administrador	\$700.00	\$58.33	\$37.50		\$85.05	\$880.88
Cajero	\$450.00	\$37.50	\$37.50		\$54.68	\$579.68
<b>Total mensual</b>	<b>\$1,150.00</b>	<b>\$95.83</b>	<b>\$75.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$139.73</b>	<b>\$1,460.56</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Administrador	\$735.00	\$61.25	\$39.58	\$61.23	\$89.30	\$986.36
Cajero	\$472.50	\$39.38	\$39.58	\$39.36	\$57.41	\$648.23
<b>Total mensual</b>	<b>\$1,207.50</b>	<b>\$100.63</b>	<b>\$79.17</b>	<b>\$100.58</b>	<b>\$146.71</b>	<b>\$1,634.59</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Administrador	\$771.75	\$64.31	\$41.67	\$64.29	\$93.77	\$1,035.78
Cajero	\$496.13	\$41.34	\$41.67	\$41.33	\$60.28	\$680.74
<b>Total mensual</b>	<b>\$1,267.88</b>	<b>\$105.66</b>	<b>\$83.33</b>	<b>\$105.61</b>	<b>\$154.05</b>	<b>\$1,716.53</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Administrador	\$810.34	\$67.53	\$43.75	\$67.50	\$98.46	\$1,087.57
Cajero	\$520.93	\$43.41	\$43.75	\$43.39	\$63.29	\$714.78
<b>Total mensual</b>	<b>\$1,331.27</b>	<b>\$110.94</b>	<b>\$87.50</b>	<b>\$110.89</b>	<b>\$161.75</b>	<b>\$1,802.35</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Administrador	\$850.85	\$70.90	\$45.83	\$70.88	\$103.38	\$1,141.85
Cajero	\$546.98	\$45.58	\$45.83	\$45.56	\$66.46	\$750.41
<b>Total mensual</b>	<b>\$1,397.83</b>	<b>\$116.49</b>	<b>\$91.67</b>	<b>\$116.44</b>	<b>\$169.84</b>	<b>\$1,892.26</b>

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES  
SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL  
AÑO 2023.”

### ANEXOS 1: DETALLE ANUAL DE SUELDOS

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Asistente de cocina	\$450.00	\$37.50	\$37.50		\$54.68	\$579.68
Asistente de cocina	\$450.00	\$37.50	\$37.50		\$54.68	\$579.68
<b>Total mensual</b>	<b>\$900.00</b>	<b>\$75.00</b>	<b>\$75.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$109.35</b>	<b>\$1,159.35</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Asistente de cocina	\$475.00	\$39.58	\$39.58	\$39.57	\$57.71	\$651.45
Asistente de cocina	\$475.00	\$39.58	\$39.58	\$39.57	\$57.71	\$651.45
<b>Total mensual</b>	<b>\$950.00</b>	<b>\$79.17</b>	<b>\$79.17</b>	<b>\$79.14</b>	<b>\$115.43</b>	<b>\$1,302.89</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Asistente de cocina	\$500.00	\$41.67	\$41.67	\$41.65	\$60.75	\$685.73
Asistente de cocina	\$500.00	\$41.67	\$41.67	\$41.65	\$60.75	\$685.73
<b>Total mensual</b>	<b>\$1,000.00</b>	<b>\$83.33</b>	<b>\$83.33</b>	<b>\$83.30</b>	<b>\$121.50</b>	<b>\$1,371.47</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Asistente de cocina	\$525.00	\$43.75	\$43.75	\$43.73	\$63.79	\$720.02
Asistente de cocina	\$525.00	\$43.75	\$43.75	\$43.73	\$63.79	\$720.02
<b>Total mensual</b>	<b>\$1,050.00</b>	<b>\$87.50</b>	<b>\$87.50</b>	<b>\$87.47</b>	<b>\$127.58</b>	<b>\$1,440.04</b>

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total
Asistente de cocina	\$551.25	\$45.94	\$45.83	\$45.92	\$66.98	\$755.92
Asistente de cocina	\$551.25	\$45.94	\$45.83	\$45.92	\$66.98	\$755.92
<b>Total mensual</b>	<b>\$1,102.50</b>	<b>\$91.88</b>	<b>\$91.67</b>	<b>\$91.84</b>	<b>\$133.95</b>	<b>\$1,511.83</b>



"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**ANEXOS 2: DEMANDA ESPERADA ANUAL**

**AÑO 1**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
POLLO PECHUGON	140	144	148	152	157	162	167	172	177	182	187	193	1,981
LOMITO FIT	130	134	138	142	146	150	155	160	165	170	175	180	1,845
PAVITO SILVER	110	113	116	119	123	127	131	135	139	143	147	151	1,554
CHANCHO GOLD	130	134	138	142	146	150	155	160	165	170	175	180	1,845
CHAMPIÑONES SALT	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	52	547
PALITOS DE YUCA	200	206	212	218	225	232	239	246	253	261	269	277	2,838
PAPITAS FRANCESAS	300	309	318	328	338	348	358	369	380	391	403	415	4,257
ENSALADA DE COL	300	309	318	328	338	348	358	369	380	391	403	415	4,257
JUGO	350	361	372	383	394	406	418	431	444	457	471	485	4,972
AGUA	100	103	106	109	112	115	118	122	126	130	134	138	1,413
CEBOLLITAS CRUNCHY	200	206	212	218	225	232	239	246	253	261	269	277	2,838
<b>TOTAL</b>	<b>2,000</b>	<b>2,060</b>	<b>2,120</b>	<b>2,182</b>	<b>2,248</b>	<b>2,315</b>	<b>2,384</b>	<b>2,457</b>	<b>2,530</b>	<b>2,605</b>	<b>2,683</b>	<b>2,763</b>	<b>28,347</b>

**AÑO 2**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
POLLO PECHUGON	197	201	205	209	213	217	221	225	230	235	240	245	2,638
LOMITO FIT	184	188	192	196	200	204	208	212	216	220	224	228	2,472
PAVITO SILVER	154	157	160	163	166	169	172	175	179	183	187	191	2,056
CHANCHO GOLD	184	188	192	196	200	204	208	212	216	220	224	228	2,472
CHAMPIÑONES SALT	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	702
PALITOS DE YUCA	283	289	295	301	307	313	319	325	332	339	346	353	3,802
PAPITAS FRANCESAS	423	431	440	449	458	467	476	486	496	506	516	526	5,674
ENSALADA DE COL	423	431	440	449	458	467	476	486	496	506	516	526	5,674
JUGO	495	505	515	525	536	547	558	569	580	592	604	616	6,642
AGUA	141	144	147	150	153	156	159	162	165	168	171	174	1,890
CEBOLLITAS CRUNCHY	283	289	295	301	307	313	319	325	332	339	346	353	3,802
<b>TOTAL</b>	<b>2,820</b>	<b>2,877</b>	<b>2,936</b>	<b>2,995</b>	<b>3,055</b>	<b>3,115</b>	<b>3,175</b>	<b>3,237</b>	<b>3,303</b>	<b>3,370</b>	<b>3,437</b>	<b>3,504</b>	<b>37,824</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

### AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
POLLO PECHUGON	247	249	251	254	257	260	263	266	269	272	275	278	3,141
LOMITO FIT	230	232	234	236	238	240	242	244	246	248	250	253	2,893
PAVITO SILVER	193	195	197	199	201	203	205	207	209	211	213	215	2,448
CHANCHO GOLD	230	232	234	236	238	240	242	244	246	248	250	253	2,893
CHAMPIÑONES SALT	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	846
PALITOS DE YUCA	357	361	365	369	373	377	381	385	389	393	397	401	4,548
PAPITAS FRANCESAS	531	536	541	546	551	557	563	569	575	581	587	593	6,730
ENSALADA DE COL	531	536	541	546	551	557	563	569	575	581	587	593	6,730
JUGO	622	628	634	640	646	652	659	666	673	680	687	694	7,881
AGUA	176	178	180	182	184	186	188	190	192	194	196	198	2,244
CEBOLLITAS CRUNCHY	357	361	365	369	373	377	381	385	389	393	397	401	4,548
<b>TOTAL</b>	<b>3,539</b>	<b>3,574</b>	<b>3,609</b>	<b>3,645</b>	<b>3,681</b>	<b>3,719</b>	<b>3,758</b>	<b>3,797</b>	<b>3,836</b>	<b>3,875</b>	<b>3,914</b>	<b>3,955</b>	<b>44,902</b>

### AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
POLLO PECHUGON	281	284	287	290	293	296	299	302	305	308	311	314	3,570
LOMITO FIT	256	259	262	265	268	271	274	277	280	283	286	289	3,270
PAVITO SILVER	217	219	221	223	225	227	229	231	233	235	237	239	2,736
CHANCHO GOLD	256	259	262	265	268	271	274	277	280	283	286	289	3,270
CHAMPIÑONES SALT	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	990
PALITOS DE YUCA	405	409	413	417	421	425	429	433	437	441	445	449	5,124
PAPITAS FRANCESAS	599	605	611	617	623	629	635	641	647	653	660	667	7,587
ENSALADA DE COL	599	605	611	617	623	629	635	641	647	653	660	667	7,587
JUGO	701	708	715	722	729	736	743	750	758	766	774	782	8,884
AGUA	200	202	204	206	208	210	212	214	216	218	220	222	2,532
CEBOLLITAS CRUNCHY	405	409	413	417	421	425	429	433	437	441	445	449	5,124
<b>TOTAL</b>	<b>3,996</b>	<b>4,037</b>	<b>4,078</b>	<b>4,119</b>	<b>4,160</b>	<b>4,201</b>	<b>4,242</b>	<b>4,283</b>	<b>4,325</b>	<b>4,367</b>	<b>4,411</b>	<b>4,455</b>	<b>50,674</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**AÑO 5**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
POLLO PECHUGON	317	320	323	326	329	332	335	338	341	344	347	350	4,002
LOMITO FIT	292	295	298	301	304	307	310	313	316	319	322	325	3,702
PAVITO SILVER	241	243	245	247	249	251	254	257	260	263	266	269	3,045
CHANCHO GOLD	292	295	298	301	304	307	310	313	316	319	322	325	3,702
CHAMPIÑOES SALT	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	1,134
PALITOS DE YUCA	453	458	463	468	473	478	483	488	493	498	503	508	5,766
PAPITAS FRANCESAS	674	681	688	695	702	709	716	723	730	737	744	751	8,550
ENSALADA DE COL	674	681	688	695	702	709	716	723	730	737	744	751	8,550
JUGO	790	798	806	814	822	830	838	846	854	863	872	881	10,014
AGUA	224	226	228	230	232	234	236	238	240	242	244	246	2,820
CEBOLLITAS CRUNCHY	453	458	463	468	473	478	483	488	493	498	503	508	5,766
<b>TOTAL</b>	<b>4,499</b>	<b>4,545</b>	<b>4,591</b>	<b>4,637</b>	<b>4,683</b>	<b>4,729</b>	<b>4,776</b>	<b>4,823</b>	<b>4,870</b>	<b>4,918</b>	<b>4,966</b>	<b>5,014</b>	<b>57,051</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**ANEXOS 3: VENTA ESTIMADA ANUAL**

**AÑO 1**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
POLLO PECHUGON	558.60	574.56	590.52	606.48	626.43	646.38	666.33	686.28	706.23	726.18	746.13	770.07	7,904.19
LOMITO FIT	518.70	534.66	550.62	566.58	582.54	598.50	618.45	638.40	658.35	678.30	698.25	718.20	7,361.55
PAVITO SILVER	548.90	563.87	578.84	593.81	613.77	633.73	653.69	673.65	693.61	713.57	733.53	753.49	7,754.46
CHANCHO GOLD	648.70	668.66	688.62	708.58	728.54	748.50	773.45	798.40	823.35	848.30	873.25	898.20	9,206.55
CHAMPIÑOS SALT	159.60	163.59	167.58	171.57	175.56	179.55	183.54	187.53	191.52	195.51	199.50	207.48	2,182.53
PALITOS DE YUCA	450.00	463.50	477.00	490.50	506.25	522.00	537.75	553.50	569.25	587.25	605.25	623.25	6,385.50
PAPITAS FRANCESAS	675.00	695.25	715.50	738.00	760.50	783.00	805.50	830.25	855.00	879.75	906.75	933.75	9,578.25
ENSALADA DE COL	597.00	614.91	632.82	652.72	672.62	692.52	712.42	734.31	756.20	778.09	801.97	825.85	8,471.43
JUGO	696.50	718.39	740.28	762.17	784.06	807.94	831.82	857.69	883.56	909.43	937.29	965.15	9,894.28
AGUA	100.00	103.00	106.00	109.00	112.00	115.00	118.00	122.00	126.00	130.00	134.00	138.00	1,413.00
CEBOLLITAS CRUNCHY	400.00	412.00	424.00	436.00	450.00	464.00	478.00	492.00	506.00	522.00	538.00	554.00	5,676.00
<b>TOTAL</b>	<b>5,353.00</b>	<b>5,512.39</b>	<b>5,671.78</b>	<b>5,835.41</b>	<b>6,012.27</b>	<b>6,191.12</b>	<b>6,378.95</b>	<b>6,574.01</b>	<b>6,769.07</b>	<b>6,968.38</b>	<b>7,173.92</b>	<b>7,387.44</b>	<b>75,827.74</b>

**AÑO 2**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
POLLO PECHUGON	786.03	801.99	817.95	833.91	849.87	865.83	881.79	897.75	917.70	937.65	957.60	977.55	10,525.62
LOMITO FIT	734.16	750.12	766.08	782.04	798.00	813.96	829.92	845.88	861.84	877.80	893.76	909.72	9,863.28
PAVITO SILVER	768.46	783.43	798.40	813.37	828.34	843.31	858.28	873.25	893.21	913.17	933.13	953.09	10,259.44
CHANCHO GOLD	918.16	938.12	958.08	978.04	998.00	1,017.96	1,037.92	1,057.88	1,077.84	1,097.80	1,117.76	1,137.72	12,335.28
CHAMPIÑOS SALT	211.47	215.46	219.45	223.44	227.43	231.42	235.41	239.40	243.39	247.38	251.37	255.36	2,800.98
PALITOS DE YUCA	636.75	650.25	663.75	677.25	690.75	704.25	717.75	731.25	747.00	762.75	778.50	794.25	8,554.50
PAPITAS FRANCESAS	951.75	969.75	990.00	1,010.25	1,030.50	1,050.75	1,071.00	1,093.50	1,116.00	1,138.50	1,161.00	1,183.50	12,766.50
ENSALADA DE COL	841.77	857.69	875.60	893.51	911.42	929.33	947.24	967.14	987.04	1,006.94	1,026.84	1,046.74	11,291.26
JUGO	985.05	1,004.95	1,024.85	1,044.75	1,066.64	1,088.53	1,110.42	1,132.31	1,154.20	1,178.08	1,201.96	1,225.84	13,217.58
AGUA	141.00	144.00	147.00	150.00	153.00	156.00	159.00	162.00	165.00	168.00	171.00	174.00	1,890.00
CEBOLLITAS CRUNCHY	566.00	578.00	590.00	602.00	614.00	626.00	638.00	650.00	664.00	678.00	692.00	706.00	7,604.00
<b>TOTAL</b>	<b>7,540.60</b>	<b>7,693.76</b>	<b>7,851.16</b>	<b>8,008.56</b>	<b>8,167.95</b>	<b>8,327.34</b>	<b>8,486.73</b>	<b>8,650.36</b>	<b>8,827.22</b>	<b>9,006.07</b>	<b>9,184.92</b>	<b>9,363.77</b>	<b>101,108.44</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**AÑO 3**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
POLLO PECHUGON	1,049.75	1,058.25	1,066.75	1,079.50	1,092.25	1,105.00	1,117.75	1,130.50	1,143.25	1,156.00	1,168.75	1,181.50	13,349.25
LOMITO FIT	977.50	986.00	994.50	1,003.00	1,011.50	1,020.00	1,028.50	1,037.00	1,045.50	1,054.00	1,062.50	1,075.25	12,295.25
PAVITO SILVER	1,013.25	1,023.75	1,034.25	1,044.75	1,055.25	1,065.75	1,076.25	1,086.75	1,097.25	1,107.75	1,118.25	1,128.75	12,852.00
CHANCHO GOLD	1,207.50	1,218.00	1,228.50	1,239.00	1,249.50	1,260.00	1,270.50	1,281.00	1,291.50	1,302.00	1,312.50	1,328.25	15,188.25
CHAMPIÑONES SALT	276.25	280.50	284.75	289.00	293.25	297.50	301.75	306.00	310.25	314.50	318.75	323.00	3,595.50
PALITOS DE YUCA	892.50	902.50	912.50	922.50	932.50	942.50	952.50	962.50	972.50	982.50	992.50	1,002.50	11,370.00
PAPITAS FRANCESAS	1,327.50	1,340.00	1,352.50	1,365.00	1,377.50	1,392.50	1,407.50	1,422.50	1,437.50	1,452.50	1,467.50	1,482.50	16,825.00
ENSALADA DE COL	1,141.65	1,152.40	1,163.15	1,173.90	1,184.65	1,197.55	1,210.45	1,223.35	1,236.25	1,249.15	1,262.05	1,274.95	14,469.50
JUGO	1,337.30	1,350.20	1,363.10	1,376.00	1,388.90	1,401.80	1,416.85	1,431.90	1,446.95	1,462.00	1,477.05	1,492.10	16,944.15
AGUA	220.00	222.50	225.00	227.50	230.00	232.50	235.00	237.50	240.00	242.50	245.00	247.50	2,805.00
CEBOLLITAS CRUNCHY	803.25	812.25	821.25	830.25	839.25	848.25	857.25	866.25	875.25	884.25	893.25	902.25	10,233.00
<b>TOTAL</b>	<b>10,246.45</b>	<b>10,346.35</b>	<b>10,446.25</b>	<b>10,550.40</b>	<b>10,654.55</b>	<b>10,763.35</b>	<b>10,874.30</b>	<b>10,985.25</b>	<b>11,096.20</b>	<b>11,207.15</b>	<b>11,318.10</b>	<b>11,438.55</b>	<b>129,926.90</b>

**AÑO 4**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
POLLO PECHUGON	1,194.25	1,207.00	1,219.75	1,232.50	1,245.25	1,258.00	1,270.75	1,283.50	1,296.25	1,309.00	1,321.75	1,334.50	15,172.50
LOMITO FIT	1,088.00	1,100.75	1,113.50	1,126.25	1,139.00	1,151.75	1,164.50	1,177.25	1,190.00	1,202.75	1,215.50	1,228.25	13,897.50
PAVITO SILVER	1,139.25	1,149.75	1,160.25	1,170.75	1,181.25	1,191.75	1,202.25	1,212.75	1,223.25	1,233.75	1,244.25	1,254.75	14,364.00
CHANCHO GOLD	1,344.00	1,359.75	1,375.50	1,391.25	1,407.00	1,422.75	1,438.50	1,454.25	1,470.00	1,485.75	1,501.50	1,517.25	17,167.50
CHAMPIÑONES SALT	327.25	331.50	335.75	340.00	344.25	348.50	352.75	357.00	361.25	365.50	369.75	374.00	4,207.50
PALITOS DE YUCA	1,012.50	1,022.50	1,032.50	1,042.50	1,052.50	1,062.50	1,072.50	1,082.50	1,092.50	1,102.50	1,112.50	1,122.50	12,810.00
PAPITAS FRANCESAS	1,497.50	1,512.50	1,527.50	1,542.50	1,557.50	1,572.50	1,587.50	1,602.50	1,617.50	1,632.50	1,650.00	1,667.50	18,967.50
ENSALADA DE COL	1,287.85	1,300.75	1,313.65	1,326.55	1,339.45	1,352.35	1,365.25	1,378.15	1,391.05	1,403.95	1,419.00	1,434.05	16,312.05
JUGO	1,507.15	1,522.20	1,537.25	1,552.30	1,567.35	1,582.40	1,597.45	1,612.50	1,629.70	1,646.90	1,664.10	1,681.30	19,100.60
AGUA	250.00	252.50	255.00	257.50	260.00	262.50	265.00	267.50	270.00	272.50	275.00	277.50	3,165.00
CEBOLLITAS CRUNCHY	911.25	920.25	929.25	938.25	947.25	956.25	965.25	974.25	983.25	992.25	1,001.25	1,010.25	11,529.00
<b>TOTAL</b>	<b>11,559.00</b>	<b>11,679.45</b>	<b>11,799.90</b>	<b>11,920.35</b>	<b>12,040.80</b>	<b>12,161.25</b>	<b>12,281.70</b>	<b>12,402.15</b>	<b>12,524.75</b>	<b>12,647.35</b>	<b>12,774.60</b>	<b>12,901.85</b>	<b>146,693.15</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**AÑO 5**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
POLLO PECHUGON	1,347.25	1,360.00	1,372.75	1,385.50	1,398.25	1,411.00	1,423.75	1,436.50	1,449.25	1,462.00	1,474.75	1,487.50	17,008.50
LOMITO FIT	1,241.00	1,253.75	1,266.50	1,279.25	1,292.00	1,304.75	1,317.50	1,330.25	1,343.00	1,355.75	1,368.50	1,381.25	15,733.50
PAVITO SILVER	1,265.25	1,275.75	1,286.25	1,296.75	1,307.25	1,317.75	1,333.50	1,349.25	1,365.00	1,380.75	1,396.50	1,412.25	15,986.25
CHANCHO GOLD	1,533.00	1,548.75	1,564.50	1,580.25	1,596.00	1,611.75	1,627.50	1,643.25	1,659.00	1,674.75	1,690.50	1,706.25	19,435.50
CHAMPIÑONES SALT	378.25	382.50	386.75	391.00	395.25	399.50	403.75	408.00	412.25	416.50	420.75	425.00	4,819.50
PALITOS DE YUCA	1,132.50	1,145.00	1,157.50	1,170.00	1,182.50	1,195.00	1,207.50	1,220.00	1,232.50	1,245.00	1,257.50	1,270.00	14,415.00
PAPITAS FRANCESAS	1,685.00	1,702.50	1,720.00	1,737.50	1,755.00	1,772.50	1,790.00	1,807.50	1,825.00	1,842.50	1,860.00	1,877.50	21,375.00
ENSALADA DE COL	1,449.10	1,464.15	1,479.20	1,494.25	1,509.30	1,524.35	1,539.40	1,554.45	1,569.50	1,584.55	1,599.60	1,614.65	18,382.50
JUGO	1,698.50	1,715.70	1,732.90	1,750.10	1,767.30	1,784.50	1,801.70	1,818.90	1,836.10	1,855.45	1,874.80	1,894.15	21,530.10
AGUA	280.00	282.50	285.00	287.50	290.00	292.50	295.00	297.50	300.00	302.50	305.00	307.50	3,525.00
CEBOLLITAS CRUNCHY	1,019.25	1,030.50	1,041.75	1,053.00	1,064.25	1,075.50	1,086.75	1,098.00	1,109.25	1,120.50	1,131.75	1,143.00	12,973.50
<b>TOTAL</b>	<b>13,029.10</b>	<b>13,161.10</b>	<b>13,293.10</b>	<b>13,425.10</b>	<b>13,557.10</b>	<b>13,689.10</b>	<b>13,826.35</b>	<b>13,963.60</b>	<b>14,100.85</b>	<b>14,240.25</b>	<b>14,379.65</b>	<b>14,519.05</b>	<b>165,184.35</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**ANEXOS 4: COSTO ESTIMADO ANUAL**

**AÑO 1**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
POLLO PECHUGON	128.80	132.48	136.16	139.84	144.44	149.04	153.64	158.24	162.84	167.44	172.04	177.56	1,822.52
LOMITO FIT	140.40	144.72	149.04	153.36	157.68	162.00	167.40	172.80	178.20	183.60	189.00	194.40	1,992.60
PAVITO SILVER	121.00	124.30	127.60	130.90	135.30	139.70	144.10	148.50	152.90	157.30	161.70	166.10	1,709.40
CHANCHO GOLD	143.00	147.40	151.80	156.20	160.60	165.00	170.50	176.00	181.50	187.00	192.50	198.00	2,029.50
CHAMPIÑONES SALT	41.20	42.23	43.26	44.29	45.32	46.35	47.38	48.41	49.44	50.47	51.50	53.56	563.41
PALITOS DE YUCA	86.00	88.58	91.16	93.74	96.75	99.76	102.77	105.78	108.79	112.23	115.67	119.11	1,220.34
PAPITAS FRANCESAS	96.00	98.88	101.76	104.96	108.16	111.36	114.56	118.08	121.60	125.12	128.96	132.80	1,362.24
ENSALADA DE COL	105.00	108.15	111.30	114.80	118.30	121.80	125.30	129.15	133.00	136.85	141.05	145.25	1,489.95
JUGO	192.50	198.55	204.60	210.65	216.70	223.30	229.90	237.05	244.20	251.35	259.05	266.75	2,734.60
AGUA	24.00	24.72	25.44	26.16	26.88	27.60	28.32	29.28	30.24	31.20	32.16	33.12	339.12
CEBOLLITAS CRUNCHY	88.00	90.64	93.28	95.92	99.00	102.08	105.16	108.24	111.32	114.84	118.36	121.88	1,248.72
SUELDOS	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	1,159.35	13,912.20
<b>TOTAL</b>	<b>2,325.25</b>	<b>2,360.00</b>	<b>2,394.75</b>	<b>2,430.17</b>	<b>2,468.48</b>	<b>2,507.34</b>	<b>2,548.38</b>	<b>2,590.88</b>	<b>2,633.38</b>	<b>2,676.75</b>	<b>2,721.34</b>	<b>2,767.88</b>	<b>30,424.60</b>

**AÑO 2**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
POLLO PECHUGON	183.96	187.69	191.43	195.16	198.90	202.63	206.37	210.11	214.77	219.44	224.11	228.78	2,463.36
LOMITO FIT	201.70	206.09	210.47	214.86	219.24	223.62	228.01	232.39	236.78	241.16	245.55	249.93	2,709.81
PAVITO SILVER	171.94	175.29	178.64	181.99	185.34	188.69	192.04	195.39	199.85	204.32	208.79	213.25	2,295.52
CHANCHO GOLD	205.44	209.90	214.37	218.83	223.30	227.77	232.23	236.70	241.16	245.63	250.10	254.56	2,759.99
CHAMPIÑONES SALT	55.41	56.45	57.50	58.55	59.59	60.64	61.68	62.73	63.77	64.82	65.86	66.91	733.91
PALITOS DE YUCA	123.52	126.13	128.75	131.37	133.99	136.61	139.23	141.85	144.90	147.96	151.01	154.07	1,659.38
PAPITAS FRANCESAS	137.39	139.99	142.91	145.84	148.76	151.68	154.60	157.85	161.10	164.35	167.60	170.84	1,842.92
ENSALADA DE COL	150.27	153.11	156.31	159.51	162.70	165.90	169.10	172.65	176.20	179.76	183.31	186.86	2,015.69
JUGO	276.33	281.92	287.50	293.08	299.22	305.36	311.50	317.64	323.79	330.48	337.18	343.88	3,707.90
AGUA	34.35	35.08	35.81	36.54	37.27	38.00	38.73	39.46	40.19	40.92	41.66	42.39	460.40
CEBOLLITAS CRUNCHY	126.39	129.07	131.75	134.43	137.11	139.79	142.47	145.15	148.27	151.40	154.52	157.65	1,697.97
SUELDOS	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	1,302.89	15,634.72
<b>TOTAL</b>	<b>2,969.58</b>	<b>3,003.62</b>	<b>3,038.33</b>	<b>3,073.04</b>	<b>3,108.31</b>	<b>3,143.59</b>	<b>3,178.86</b>	<b>3,214.81</b>	<b>3,253.69</b>	<b>3,293.14</b>	<b>3,332.58</b>	<b>3,372.02</b>	<b>37,981.57</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

### AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
POLLO PECHUGON	233.65	235.54	237.43	240.27	243.11	245.94	248.78	251.62	254.46	257.30	260.13	262.97	2,971.20
LOMITO FIT	255.40	257.62	259.85	262.07	264.29	266.51	268.73	270.95	273.17	275.39	277.61	280.94	3,212.53
PAVITO SILVER	218.29	220.55	222.81	225.07	227.33	229.60	231.86	234.12	236.38	238.64	240.91	243.17	2,768.72
CHANCHO GOLD	260.13	262.40	264.66	266.92	269.18	271.44	273.71	275.97	278.23	280.49	282.75	286.15	3,272.02
CHAMPIÑONES SALT	68.84	69.90	70.96	72.01	73.07	74.13	75.19	76.25	77.31	78.37	79.43	80.49	895.95
PALITOS DE YUCA	157.84	159.61	161.38	163.14	164.91	166.68	168.45	170.22	171.99	173.75	175.52	177.29	2,010.78
PAPITAS FRANCESAS	174.71	176.36	178.00	179.65	181.29	183.27	185.24	187.21	189.19	191.16	193.14	195.11	2,214.32
ENSALADA DE COL	191.09	192.89	194.69	196.49	198.29	200.45	202.61	204.77	206.92	209.08	211.24	213.40	2,421.91
JUGO	351.75	355.14	358.53	361.92	365.32	368.71	372.67	376.63	380.59	384.54	388.50	392.46	4,456.76
AGUA	43.43	43.92	44.42	44.91	45.41	45.90	46.39	46.89	47.38	47.87	48.37	48.86	553.74
CEBOLLITAS CRUNCHY	161.51	163.32	165.13	166.94	168.75	170.56	172.37	174.18	175.99	177.80	179.61	181.41	2,057.54
SUELDOS	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	1,371.47	16,457.60
<b>TOTAL</b>	<b>3,488.10</b>	<b>3,508.70</b>	<b>3,529.31</b>	<b>3,550.86</b>	<b>3,572.41</b>	<b>3,594.65</b>	<b>3,617.46</b>	<b>3,640.26</b>	<b>3,663.07</b>	<b>3,685.87</b>	<b>3,708.68</b>	<b>3,733.72</b>	<b>43,293.09</b>

### AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
POLLO PECHUGON	268.47	271.33	274.20	277.07	279.93	282.80	285.66	288.53	291.40	294.26	297.13	300.00	3,410.77
LOMITO FIT	287.12	290.48	293.85	297.21	300.58	303.94	307.31	310.67	314.04	317.40	320.76	324.13	3,667.49
PAVITO SILVER	247.88	250.17	252.45	254.74	257.02	259.31	261.59	263.88	266.16	268.45	270.73	273.02	3,125.40
CHANCHO GOLD	292.44	295.86	299.29	302.72	306.14	309.57	313.00	316.42	319.85	323.28	326.70	330.13	3,735.40
CHAMPIÑONES SALT	82.36	83.43	84.50	85.57	86.64	87.71	88.78	89.85	90.92	91.99	93.06	94.13	1,058.93
PALITOS DE YUCA	180.85	182.64	184.42	186.21	188.00	189.78	191.57	193.35	195.14	196.93	198.71	200.50	2,288.10
PAPITAS FRANCESAS	199.06	201.05	203.04	205.04	207.03	209.02	211.02	213.01	215.01	217.00	219.33	221.65	2,521.26
ENSALADA DE COL	217.72	219.90	222.08	224.26	226.44	228.62	230.80	232.98	235.16	237.34	239.89	242.43	2,757.62
JUGO	400.38	404.38	408.38	412.38	416.38	420.38	424.37	428.37	432.94	437.51	442.08	446.65	5,074.21
AGUA	49.85	50.35	50.84	51.34	51.84	52.34	52.84	53.34	53.83	54.33	54.83	55.33	631.06
CEBOLLITAS CRUNCHY	185.06	186.88	188.71	190.54	192.37	194.20	196.02	197.85	199.68	201.51	203.33	205.16	2,341.31
SUELDOS	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	1,440.04	17,280.48
<b>TOTAL</b>	<b>3,851.22</b>	<b>3,876.51</b>	<b>3,901.81</b>	<b>3,927.11</b>	<b>3,952.41</b>	<b>3,977.70</b>	<b>4,003.00</b>	<b>4,028.30</b>	<b>4,054.17</b>	<b>4,080.04</b>	<b>4,106.60</b>	<b>4,133.16</b>	<b>47,892.03</b>



“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023.”

**AÑO 5**

OFERTA PRODUCTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
POLLO PECHUGON	305.89	308.78	311.68	314.57	317.47	320.36	323.26	326.15	329.05	331.94	334.84	337.73	3,861.74
LOMITO FIT	330.77	334.17	337.57	340.96	344.36	347.76	351.16	354.56	357.96	361.35	364.75	368.15	4,193.52
PAVITO SILVER	278.05	280.36	282.67	284.98	287.28	289.59	293.05	296.51	299.97	303.44	306.90	310.36	3,513.16
CHANCHO GOLD	336.89	340.36	343.82	347.28	350.74	354.20	357.66	361.12	364.58	368.05	371.51	374.97	4,271.17
CHAMPIÑONES SALT	96.15	97.23	98.31	99.39	100.47	101.55	102.63	103.71	104.79	105.87	106.95	108.03	1,225.09
PALITOS DE YUCA	204.31	206.56	208.82	211.07	213.33	215.58	217.84	220.09	222.35	224.60	226.86	229.11	2,600.53
PAPITAS FRANCESAS	226.22	228.57	230.92	233.27	235.62	237.97	240.32	242.66	245.01	247.36	249.71	252.06	2,869.69
ENSALADA DE COL	247.43	250.00	252.57	255.14	257.71	260.28	262.84	265.41	267.98	270.55	273.12	275.69	3,138.72
JUGO	455.73	460.35	464.96	469.58	474.19	478.81	483.42	488.04	492.65	497.84	503.03	508.23	5,776.82
AGUA	56.39	56.89	57.39	57.90	58.40	58.90	59.41	59.91	60.41	60.92	61.42	61.92	709.87
CEBOLLITAS CRUNCHY	209.06	211.37	213.67	215.98	218.29	220.60	222.90	225.21	227.52	229.83	232.13	234.44	2,661.00
SUELDOS	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	1,511.83	18,142.00
<b>TOTAL</b>	<b>4,258.72</b>	<b>4,286.46</b>	<b>4,314.20</b>	<b>4,341.95</b>	<b>4,369.69</b>	<b>4,397.43</b>	<b>4,426.33</b>	<b>4,455.22</b>	<b>4,484.12</b>	<b>4,513.59</b>	<b>4,543.07</b>	<b>4,572.54</b>	<b>52,963.31</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**ANEXOS 5: GASTO ESTIMADO ANUAL**

**AÑO 1**

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	1,460.56	17,526.70
ALQUILER	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	9,600.00
SERVICIOS BÁSICOS	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	1,440.00
SERVICIOS PRESTADOS/CONTADOR	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00
PUBLICIDAD	300.00	150.00	150.00	150.00	150.00	200.00	200.00	150.00	200.00	150.00	150.00	150.00	2,100.00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	200.00	-	-	-	250.00	-	-	-	-	-	-	-	450.00
MOVILIZACIÓN	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
SUMINISTROS DE OFICINA	100.00	15.00	15.00	30.00	15.00	15.00	15.00	30.00	15.00	15.00	30.00	15.00	310.00
EMPAQUES	200.00	200.00	200.00	200.00	250.00	250.00	250.00	250.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>3,730.56</b>	<b>3,295.56</b>	<b>3,295.56</b>	<b>3,460.56</b>	<b>3,595.56</b>	<b>3,395.56</b>	<b>3,395.56</b>	<b>3,510.56</b>	<b>3,445.56</b>	<b>3,395.56</b>	<b>3,410.56</b>	<b>3,395.56</b>	<b>41,326.70</b>

**AÑO 2**

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	1,634.59	19,615.05
ALQUILER	824.00	824.00	824.00	824.00	824.00	824.00	824.00	824.00	824.00	824.00	824.00	824.00	9,888.00
SERVICIOS BÁSICOS	123.60	123.60	123.60	123.60	123.60	123.60	123.60	123.60	123.60	123.60	123.60	123.60	1,483.20
SERVICIOS PRESTADOS/CONTADOR	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	412.00	4,944.00
PUBLICIDAD	309.00	154.50	154.50	154.50	154.50	206.00	206.00	154.50	206.00	154.50	154.50	154.50	2,163.00
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	206.00	-	-	-	257.50	-	-	-	-	-	-	-	463.50
MOVILIZACIÓN	154.50	154.50	154.50	154.50	154.50	154.50	154.50	154.50	154.50	154.50	154.50	154.50	1,854.00
SUMINISTROS DE OFICINA	103.00	15.45	15.45	30.90	15.45	15.45	15.45	30.90	15.45	15.45	30.90	15.45	319.30
EMPAQUES	206.00	206.00	206.00	206.00	257.50	257.50	257.50	257.50	309.00	309.00	309.00	309.00	3,090.00
<b>TOTAL</b>	<b>3,972.69</b>	<b>3,524.64</b>	<b>3,524.64</b>	<b>3,694.59</b>	<b>3,833.64</b>	<b>3,627.64</b>	<b>3,627.64</b>	<b>3,746.09</b>	<b>3,679.14</b>	<b>3,627.64</b>	<b>3,643.09</b>	<b>3,627.64</b>	<b>44,129.05</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**AÑO 3**

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	1,716.53	20,598.30
ALQUILER	865.20	865.20	865.20	865.20	865.20	865.20	865.20	865.20	865.20	865.20	865.20	865.20	10,382.40
SERVICIOS BÁSICOS	129.78	129.78	129.78	129.78	129.78	129.78	129.78	129.78	129.78	129.78	129.78	129.78	1,557.36
SERVICIOS PRESTADOS/CONTADOR	432.60	432.60	432.60	432.60	432.60	432.60	432.60	432.60	432.60	432.60	432.60	432.60	5,191.20
PUBLICIDAD	324.45	162.23	162.23	162.23	162.23	216.30	216.30	162.23	216.30	162.23	162.23	162.23	2,271.15
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	216.30	-	-	-	270.38	-	-	-	-	-	-	-	486.68
MOVILIZACIÓN	162.23	162.23	162.23	162.23	162.23	162.23	162.23	162.23	162.23	162.23	162.23	162.23	1,946.70
SUMINISTROS DE OFICINA	108.15	16.22	16.22	32.45	16.22	16.22	16.22	32.45	16.22	16.22	32.45	16.22	335.27
EMPAQUES	216.30	216.30	216.30	216.30	270.38	270.38	270.38	270.38	324.45	324.45	324.45	324.45	3,244.50
<b>TOTAL</b>	<b>4,171.53</b>	<b>3,701.08</b>	<b>3,701.08</b>	<b>3,879.53</b>	<b>4,025.53</b>	<b>3,809.23</b>	<b>3,809.23</b>	<b>3,933.60</b>	<b>3,863.30</b>	<b>3,809.23</b>	<b>3,825.45</b>	<b>3,809.23</b>	<b>46,338.00</b>

**AÑO 4**

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	1,802.35	21,628.22
ALQUILER	925.76	925.76	925.76	925.76	925.76	925.76	925.76	925.76	925.76	925.76	925.76	925.76	11,109.17
SERVICIOS BÁSICOS	138.86	138.86	138.86	138.86	138.86	138.86	138.86	138.86	138.86	138.86	138.86	138.86	1,666.38
SERVICIOS PRESTADOS/CONTADOR	462.88	462.88	462.88	462.88	462.88	462.88	462.88	462.88	462.88	462.88	462.88	462.88	5,554.58
PUBLICIDAD	347.16	173.58	173.58	173.58	173.58	231.44	231.44	173.58	231.44	173.58	173.58	173.58	2,430.13
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	231.44	-	-	-	289.30	-	-	-	-	-	-	-	520.74
MOVILIZACIÓN	173.58	173.58	173.58	173.58	173.58	173.58	173.58	173.58	173.58	173.58	173.58	173.58	2,082.97
SUMINISTROS DE OFICINA	115.72	17.36	17.36	34.72	17.36	17.36	17.36	34.72	17.36	17.36	34.72	17.36	358.73
EMPAQUES	231.44	231.44	231.44	231.44	289.30	289.30	289.30	289.30	347.16	347.16	347.16	347.16	3,471.62
<b>TOTAL</b>	<b>4,429.21</b>	<b>3,925.82</b>	<b>3,925.82</b>	<b>4,116.76</b>	<b>4,272.98</b>	<b>4,041.54</b>	<b>4,041.54</b>	<b>4,174.62</b>	<b>4,099.40</b>	<b>4,041.54</b>	<b>4,058.90</b>	<b>4,041.54</b>	<b>49,169.70</b>

"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE SANDUCHES SALUDABLES UBICADO EN PLAZA TÍA LA JOYA DE LA CIUDAD DE DAULE, A PARTIR DEL AÑO 2023."

**AÑO 5**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>TOTAL AÑO 5</b>
SUELDOS	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	1,892.26	22,707.13
ALQUILER	990.57	990.57	990.57	990.57	990.57	990.57	990.57	990.57	990.57	990.57	990.57	990.57	11,886.81
SERVICIOS BÁSICOS	148.59	148.59	148.59	148.59	148.59	148.59	148.59	148.59	148.59	148.59	148.59	148.59	1,783.02
SERVICIOS PRESTADOS/CONTADOR	495.28	495.28	495.28	495.28	495.28	495.28	495.28	495.28	495.28	495.28	495.28	495.28	5,943.40
PUBLICIDAD	371.46	185.73	185.73	185.73	185.73	247.64	247.64	185.73	247.64	185.73	185.73	185.73	2,600.24
PERMISOS FUNCIONAMIENTO	247.64	-	-	-	309.55	-	-	-	-	-	-	-	557.19
MOVILIZACIÓN	185.73	185.73	185.73	185.73	185.73	185.73	185.73	185.73	185.73	185.73	185.73	185.73	2,228.78
SUMINISTROS DE OFICINA	123.82	18.57	18.57	37.15	18.57	18.57	18.57	37.15	18.57	18.57	37.15	18.57	383.84
EMPAQUES	247.64	247.64	247.64	247.64	309.55	309.55	309.55	309.55	371.46	371.46	371.46	371.46	3,714.63
<b>TOTAL</b>	<b>4,703.00</b>	<b>4,164.38</b>	<b>4,164.38</b>	<b>4,368.68</b>	<b>4,535.84</b>	<b>4,288.20</b>	<b>4,288.20</b>	<b>4,430.59</b>	<b>4,350.11</b>	<b>4,288.20</b>	<b>4,306.77</b>	<b>4,288.20</b>	<b>52,176.51</b>