

# **UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**

ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



## **PROYECTO DE GRADO**

### **PLAN DE NEGOCIO**

Plan de negocio para una plaza de comidas en la ciudad de cobija

Postulantes: Alexander López Chapiama

Daniel Freitas Solano

Tutor: Mgr. Eilen R.Saavedra P.

COBIJA - BOLIVIA

2021

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
<b>1. ANTECEDENTES.</b>	<b>1</b>
<b>2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.</b>	<b>1</b>
<b>3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.</b>	<b>2</b>
<b>4. JUSTIFICACIÓN.</b>	<b>2</b>
<b>5. OBJETIVOS.</b>	<b>2</b>
5.1. Objetivo general.	2
5.2. Objetivos específicos.	3
<b>6. MARCO CONCEPTUAL.</b>	<b>3</b>
6.1. Conjunto de restaurantes	3
6.2. Tipos de restaurantes.	3
6.3. Plaza de comidas.	3
6.4. Plan de negocios.	4
6.5. Innovación.	4
6.6. Ventaja Competitiva.	4
6.7. Nichos de mercado deseados.	4
6.8. Estudio de mercado.	5
<b>7. METODOLOGÍA.</b>	<b>5</b>
<b>CAPITULO II</b>	<b>7</b>
<b>8. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.</b>	<b>7</b>
8.1. Misión.	7
8.2. Visión.	8
8.3. Declaración de ética.	8
8.4. Metas.	8
8.5. Estructura legal.	8
<b>9. MERCADO.</b>	<b>9</b>
9.1. Variables a investigar.	9
9.1.1. Segmento del mercado.	9
9.1.2. Perfil del consumidor.	10
9.2. Estrategias de marketing.	11
9.2.1. Plan de marketing.	11

9.2.2.	Análisis FODA.	12
9.2.3.	Estrategia FODA.	13
9.2.4.	Matriz BCG.	14
9.3.	Estrategias.	14
9.3.1.	Estrategias intensivas.	14
9.3.2.	Estrategias genéricas de Michael Porter.	15
9.4.	Marketing MIX.	15
9.4.1.	Servicio.	15
9.4.2.	Precio.	16
9.4.3.	Plaza.	17
9.4.4.	Promoción.	17
9.5.	Implementación.	18
9.6.	Control.	18
9.7.	Proyección del mercado meta.	19
<b>10.</b>	<b>OPERACIONES.</b>	20
10.1.	Plan de operaciones.	20
10.1.1.	Diagrama de flujo.	20
10.1.2.	Diseño de la localización.	21
10.1.3.	Diseño y descripción de equipos y maquinarias.	23
10.1.4.	Análisis de materias primas, productos intermedios y productos terminados.	23
10.1.5.	Análisis de requerimiento de recursos humanos.	24
<b>CAPITULO III.</b>		25
<b>11.</b>	<b>FINANZAS.</b>	25
11.1.	Presupuesto de inversión.	25
11.2.	Financiamiento.	26
11.3.	Detalle de ingresos.	27
11.3.1.	Detalle de ingresos escenario optimista.	27
11.3.2.	Detalle de ingresos escenario neutro.	28
11.3.3.	Detalle de ingresos escenario pesimista.	28
11.4.	Presupuesto de operaciones.	29
11.4.1.	Detalle de costos escenario optimista.	29
11.4.2.	Detalle de costos escenario neutro.	29
11.4.3.	Detalle de costos escenario pesimista.	30

11.5.	Punto de equilibrio.	30
11.6.	Flujo de caja proyectado.	31
11.7.	Evaluación financiera escenario optimista.	31
11.8.	Evaluación financiera escenario neutro.	32
11.9.	Evaluación financiera escenario pesimista.	33
<b>12.</b>	<b>SUPUESTOS Y ESCENARIOS.</b>	<b>35</b>
12.1.	Supuestos sobre ventas, insumos, costos, variables externas.	35
12.1.1.	Estado de resultado escenario optimista.	35
12.1.2.	Estado de resultado escenario neutro.	35
12.1.3.	Estado de resultado escenario pesimista.	36
<b>CAPITULO IV.</b>		<b>37</b>
<b>13.</b>	<b>ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.</b>	<b>37</b>
13.1.	Personería jurídica.	37
13.1.1.	Requerimientos normativos y legales del negocio.	37
13.2.	Registro legal.	38
13.3.	Organización empresarial.	38
13.4.	Personal.	39
13.4.1.	Descripción de cargos.	39
13.5.	Procedimientos técnicos – administrativos.	40
<b>14.</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN.</b>	<b>41</b>
14.1.	Investigación probabilística.	41
14.2.	Diseño de la ficha de investigación.	41
14.3.	Métodos e instrumentos de investigación.	41
14.4.	Conclusiones de las encuestas aplicadas al plan de negocio.	42
<b>CAPITULO V.</b>		<b>46</b>
<b>15.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.</b>	<b>46</b>
15.1.	Conclusión.	46
15.2.	Recomendación.	46
<b>Bibliografía.</b>		<b>47</b>
<b>Anexos.</b>		<b>49</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	<b>9</b>
<b>Tabla 2</b>	<b>10</b>
<b>Tabla 3</b>	<b>12</b>
<b>Tabla 4</b>	<b>13</b>
<b>Tabla 5</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 6</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 7</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 8</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 9</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 10</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 11</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 12</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 13</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 14</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 15</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 16</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 17</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 18</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 19</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 20</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 21</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 22</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 23</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 24</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 25</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 26</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 27</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 28</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 29</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 30</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 31</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 32</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 33</b>	<b>41</b>

## Indicie de figuras

<b>Figura 1</b>	<b>16</b>
<b>Figura 2</b>	<b>20</b>
<b>Figura 3</b>	<b>21</b>
<b>Figura 4</b>	<b>22</b>
<b>Figura 5</b>	<b>38</b>
<b>Figura 6</b>	<b>42</b>
<b>Figura 7</b>	<b>42</b>
<b>Figura 8</b>	<b>43</b>
<b>Figura 9</b>	<b>43</b>
<b>Figura 10</b>	<b>44</b>
<b>Figura 11</b>	<b>44</b>
<b>Figura 12</b>	<b>45</b>
<b>Figura 13</b>	<b>45</b>

## **ABSTRAC**

Smoke on your plate. Plaza de comidas, is a company that aims to redirect the concept of fast food in the region for this purpose will be established in the city of the shelter department of Pando, Bolivia with the aim of offering a good service in attention and comfort in the city.

With sophisticated infrastructure, solid facilities and modern safety nets, we have the capacity to host up to 10 independent fast food stalls providing a pleasant and wide place to carry out your activities.

The mission of the company is to introduce into the gastronomic market of the city, a preference that generates curiosity in the people because it is so diverse, the capacity of the square is 23 spaces available in total. Initially our goal is to cover 50% of the total in the first year this would be 10 fast food stalls gradually increasing by 5% year, an initial investment of 572.781,00

In the first five years the internal rate of return is 18% being higher than any financial option in the market and higher than the minimum rate of return 7%. Its current value of projected 5-year flows is Bs. 536.880,00 higher than the initial investment 458.224,80 showing positive flows from the first year, which allows the initial investment to be recovered in the third year since the start of its operations and is estimated to be attractive.

Smoke is presented as a new commitment in the gastronomic sector of the city which is based on the results of the research as an innovation company since the most significant investment will be made at the beginning of the project.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Smoke on your plate. Plaza de comidas, es una empresa que pretende redirigir el concepto de comida rápida en la región para ello se establecerá en la ciudad de Cobija departamento Pando – Bolivia, con la finalidad de ofrecer un buen servicio en atención y confort para los visitantes y habitantes en la ciudad.

Contando con una infraestructura sofisticada, instalaciones sólidas y redes de seguridad modernas, que tendrá la capacidad inicial de acoger hasta 10 puestos de comida rápida independientes brindando un agradable y amplio lugar en donde desempeñar sus actividades.

La misión de la empresa es introducir en el mercado gastronómico de la ciudad, una preferencia que genere curiosidad en las personas al ser tan diverso, la capacidad de la plaza será de 23 espacios disponibles en total, Inicialmente nuestra meta es abarcar el 50% del total en el primer año esto sería 10 puestos de comida rápida incrementando gradualmente en un 5% año, se requiere una inversión inicial de Bs. 572.781,00 de los cuales el 80% será financiado por el banco y el 20% será aporte de capital por parte de los dueños.

En los primero 5 años la tasa interna de retorno es de 18% siendo superior a cualquier opción financiera del mercado y mayor a la tasa mínima de retorno 7%. Su valor actual de flujos proyectados a 5 años es de Bs. 536.880,00 mayor al financiamiento bancario de Bs. 458.224,80 mostrando flujos positivos desde el primer año lo que permite recuperar la inversión inicial en el tercer año desde el inicio de sus operaciones por lo que se lo estima de manera atractiva.

Smoke se presenta como una nueva apuesta en el sector gastronómico de la ciudad el cual se fundamenta en los resultados de la investigación como una empresa con innovación ya que la inversión más significativa se la realizará al principio del proyecto.

## **CAPÍTULO I**

### **1. ANTECEDENTES.**

Plaza de comidas es una agrupación de restaurantes en lo que se denomina en inglés food court (puede ser interior o exterior) de diferentes ofertas culinarias, en la que existe un espacio común para sentarse.

Las personas en la actualidad buscan propuestas auténticas, experimentales y creativas, así como también quieren sentirse que forman parte de algo. Los conceptos urbanos forman más que comunidades, construyen tribus que comparten gustos e intereses.

En nuestro negocio, se ofertaran comidas rápidas a preferencia del cliente en un ambiente fuera de lo común haciendo hincapié en la calidad y en la eficiencia del servicio. Complementariamente en fechas especiales, nuestros servicios serán a domicilio o donde el cliente así lo desee, en este aspecto la empresa contara con personal altamente calificado, especialmente en esa área.

### **2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.**

El presente trabajo tiene como objeto de estudio, realizar un plan de negocios para una plaza de comidas en la ciudad de Cobija. Si bien hablamos de comida rápida, nos referimos a un mercado en el que actualmente la mayoría de las personas tienen acceso a ella, a través de ambientes adecuados como inadecuados, y como es de nuestro conocimiento en la ciudad de Cobija existen puestos de comidas esparcidos en diferentes zonas, que no tienen un espacio propio en donde ofrecer su servicio de venta de comidas, haciendo uso de las vías públicas, tales como calles, avenidas y aceras, exponiendo a la inseguridad e inocuidad alimenticia, de la integridad material y sobre todo física de sus clientes, por lo que trae como consecuencia una mala imagen estética de organización en la ciudad, poniendo en riesgo de accidentes de tránsito a las personas que frecuentan estos lugares en busca de alimentos ya elaborados. Hoy en día en la ciudad de Cobija tanto como en muchos otros lugares del país, sin duda atraviesan esta similar situación en donde las personas cuando se les apetece degustar de una comida diferente del hogar, o por cuestión del tiempo debido al trabajo, acuden a estos puestos inadecuados de comidas exponiéndose a los riesgos existentes e incomodidades. La existencia de diferentes puestos de comidas

esparcidos en diferentes puntos de la ciudad que hacen uso de las vías públicas se consideran un problema, ya que son locales inadecuados que en la mayoría no siguen las medidas básicas de higiene para la preparación de los alimentos, debido a las limitaciones que tienen estos puestos por encontrarse en lugares inapropiados, y al estar en las vías públicas los alimentos quedan expuestos a factores que pueden ser contaminantes de alimentos y bebidas si no se brinda la adecuada atención, cabe mencionar que por consecuencia si se ingiere alimentos y bebidas en estas condiciones representa un riesgo para la salud.

### **3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿Cuáles son los elementos técnicos, administrativos y financieros necesarios que permitirán la elaboración de un plan de negocios?

### **4. JUSTIFICACIÓN.**

Una de las razones por la cual se suscita esta idea de negocio es que hoy en día la industria de comidas rápidas cada vez más va en aumento; las familias, los trabajadores y hasta los mismos niños, comen cada vez menos en sus casas, además con el pasar del tiempo la tendencia está en alimentarse fuera del hogar, así que recurren a restaurantes o puestos de comidas en donde se les brinde un servicio de mejor calidad, innovación y adecuada preparación de los alimentos, algo que nos facilite, donde podamos socializar con la familia y amigos pero también a la vez donde se nos ahorre tiempo, de acuerdo a estos factores es que se puede observar una gran oportunidad puesto que es un negocio que genera empleo y a la vez utilidades.

En este plan de negocios, se quiere mostrar de una manera muy práctica, sin alejarse de la realidad, la disposición de diferentes alimentos elaborados en un solo sitio y listos para el consumo de las personas.

### **5. OBJETIVOS.**

#### **5.1. Objetivo general.**

Elaborar un plan de negocio para una plaza de comidas en la Ciudad de Cobija.

## **5.2. Objetivos específicos.**

- Desarrollar un estudio de mercado para determinar el grado de aceptación de la idea del negocio.
- Establecer un proceso operativo para el más óptimo funcionamiento de la idea de negocio.
- Preparar un plan financiero adecuado para la proyección de inversión general de la idea del negocio.
- Tramitar la documentación para la legalización de la puesta en marcha del negocio.

## **6. MARCO CONCEPTUAL.**

### **6.1. Conjunto de restaurantes**

En la actualidad existe una gran cantidad de restaurantes diferentes, que ofrecen distintos servicios y especialidades. De acuerdo al tipo de cocina que sirven, puede hablarse de restaurantes chinos, restaurantes italianos, restaurantes mexicanos, etc. Pérez, J. y Merino, M. (2014).

### **6.2. Tipos de restaurantes.**

La lista de tipos de restaurantes es amplísima, destacando especialmente las siguientes clasificaciones: - Según la clase de comida que se sirve, están los vegetarianos y macrobióticos, los de carnes, los de aves o los de pescados y mariscos. - Según los servicios nos encontramos con restaurantes a la carta, restaurantes de menú, restaurantes de autoservicio. Pérez, J. y Merino, M. (2014).

### **6.3. Plaza de comidas.**

Plaza de comidas es una agrupación de restaurantes en lo que se denomina en inglés food court (puede ser interior o exterior) de diferentes ofertas culinarias, en la que existe un espacio común para sentarse. Otro de los servicios que también se ofertan en estas plazas son los cajeros automáticos, máquinas de auto recarga de crédito y en algunos casos también se cuentan con tiendas comerciales de artículos en general. Pérez, J. y Merino, M. (2014).

#### **6.4. Plan de negocios.**

Según Pérez, J., Gardey, A. (2009). El plan de negocios es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito. En este sentido, el plan de negocios presenta un análisis del mercado y establece el plan de acción que seguirá para alcanzar el conjunto de objetivos que se ha propuesto.

Como tal, el plan de negocios tiene un uso interno, desde el punto de vista de gestión y planificación, y otro externo, como herramienta de promoción y comunicación de la idea del negocio, bien sea para venderla, bien para obtener financiamiento.

#### **6.5. Innovación.**

La innovación se entiende como la generación de ideas, selección e implementación con el fin de crear o modificar un producto o servicio, y su introducción al mercado haciendo que la vida de la población sea más fácil. La innovación se acostumbra a asociar con la idea de progreso y búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, dar solución a un problema o facilitar una actividad. Kotler, P. y Armstrong, G. (2003).

#### **6.6. Ventaja Competitiva.**

La ventaja competitiva es una ventaja que posee una empresa en comparación a sus competidores generando recordación y preferencia en los consumidores. Para que sea efectiva debe ser difícil de igualar, única, posible de mantener y aplicable a varias situaciones en el mercado. Esta ventaja puede orientarse a diferentes áreas de la empresa como hacia el cliente, producto, distribución, marca, costo, patentes entre otras. Kotler, P. y Armstrong, G. (2003).

#### **6.7. Nichos de mercado deseados.**

Define claramente el perfil del cliente al que quieres venderle. Si es persona moral, Nacional Financiera te recuerda tres criterios básicos: plaza, giro y número de empleados. Si es persona física piensa en su edad, sexo, estado civil, actividad, nivel socioeconómico, pasatiempos y en algunos casos la religión. Kotler, P. y Armstrong, G. (2003).

## **6.8. Estudio de mercado.**

Un estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto.

A través del estudio de mercado, se analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio. Para ello, necesita de conclusiones precisas acerca del entorno en el que se quiere desenvolver y el resultado que tendría una entrada en él dadas las características del bien o servicio en el que han trabajado. Toda la información obtenida supondrá una previsión de la empresa, útil a la hora de plantear una inversión o la entrada a un mercado. Kotler, P. y Armstrong, G. (2003).

## **7. METODOLOGÍA.**

Basado en el enfoque cualitativo; se utilizará la recolección y análisis de toda la documentación existente para realizar todas las preguntas relevantes referentes a la investigación a desarrollar.

La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica, la investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. Trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede.

Se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación (Grinnell, 1997).

Bajo la búsqueda cualitativa, en lugar de iniciar con una teoría particular y luego "voltagear" al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los hechos, el investigador comenzará examinando el mundo social y en este proceso desarrolla una teoría coherente con que observa que ocurre -con frecuencia denominada teoría fundamentada (Esterberg, 2002)

Dicho de otra forma, las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Por ejemplo; el investigador entrevistara a una persona, analizará los datos que obtuvo y sacará algunas conclusiones; posteriormente, entrevista a otra persona, analiza esta nueva información y

revisará sus resultados y conclusiones; del mismo modo, efectuara y analizara más entrevistas para comprender a los grupos sociales. Es decir, procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva más general.

El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados. No se afectaría una medición numérica, el análisis no es estadístico. La recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos). También resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades. El investigador pregunta cuestiones generales y abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe y analiza y los convierte en temas, esto es, conduce la indagación de una manera subjetiva y reconoce sus tendencias personales (Todd, Nerlich & McKeown, 2004).

La investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de seres vivos, principalmente los humanos y sus instituciones.

El investigador se introduce en las experiencias individuales de los participantes y construye el conocimiento, siempre consciente de que es parte del fenómeno estudiado. Así, en el centro de la investigación es situada la diversidad de ideologías y cualidades únicas de los individuos.

Las indagaciones cualitativas no pretenden generalizar de manera probabilística los resultados a poblaciones más amplias ni necesariamente obtener muestras representativas; incluso, no buscan que sus estudios lleguen a replicarse.

El enfoque cualitativo puede definirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia a los objetos y seres vivos en sus contextos ambientes naturales) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les otorguen).

## **CAPITULO II**

### **8. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.**

SMOKE ON YOUR PLATE “PLAZA DE COMIDAS” será una empresa con un estilo novedoso en la que se pretende ofrecer, diferentes tipos de comida rápida en un solo lugar, se caracterizara por tener un autoservicio, es decir, no contara con meseros para la atención de clientes, esto para una distinta experiencia del cliente fuera de lo común, ofrecerá un exquisito y variado menú, enfocando nuestra actividad de servicio a la población en general que procuren algo innovador, pero sobre todo hacia la comunidad universitaria de la U.A.P., por su próxima localización al negocio.

La plaza ofertará productos alimenticios, donde contará con una variedad de puestos de comida independientes, en los que darán un abanico de opciones para los consumidores; prestará un servicio de calidad eficiente y novedosa de una manera diferente, se empleará como canales de distribución, las diferentes redes sociales (Facebook, Whatssap), spot publicitarios mediante la televisión y radio. Además según el éxito del negocio y según a exigencia del cliente buscara llevar a cabo en el futuro, la asistencia de delivery (entregas a domicilios). La Plaza de Comidas contará con diez diferentes puestos de venta de comida rápida, el cual comenzara a emprender sus servicios, con 5 puestos el primer año, también contara con un amplio espacio libre y opcional en donde sentarse a degustar su comida, servicio básico de internet mediante red wifi gratuito, baños públicos gratuitos, parqueos de movilidad de dos y cuatro ruedas.

Para el buen funcionamiento y conservación del local; habrá una oficina de administración, se hará la contratación de personal administrativo y de mantenimiento altamente calificado en todo el proceso del servicio.

#### **8.1. Misión.**

Satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, ofreciendo una variedad de comidas rápidas en un solo lugar; con accesibles precios, eficiente y alto nivel de calidad en el servicio.

## 8.2. Visión.

Ser una empresa líder en la producción de comidas rápidas de la región, con una alta y, eficiente calidad en el servicio, y transformarla en una gran cadena con presencia en todo el país complaciendo el gusto del consumidor a través de la innovación.

## 8.3. Declaración de ética.

- **Profesionalidad.** Actitud de servicio eficiente, leal, honesto y responsable en el trabajo.
- **Compromiso.** Con las metas de la empresa y los clientes.
- **Calidad.** Lo que hacemos, hacerlo bien.
- **Respeto.** Por la empresa, por los compañeros y por los clientes.
- **Consciencia.** Hacer todo lo posible por no dañar el medio ambiente y el entorno.
- **Innovación.** Búsqueda constante de nuevas expectativas, con el fin de cubrir las necesidades de los clientes.

## 8.4. Metas.

Una de las más importantes metas es el de posicionarnos en el mercado como una empresa que dispone una amplia y variada cadena de comida de buena calidad a un costo accesible, así como también una progresiva acogida de los clientes, con un fuerte impacto positivo en los primeros 4 meses.

## 8.5. Estructura legal.

En este punto determinaremos el tipo de empresa según su forma jurídica la cual se ajusta a nuestro negocio, en función de sus necesidades y expectativas.

Analizando los diferentes tipos de empresas que existen. Extraemos la información suficiente para determinar que la mejor opción, es ser una Sociedad de Responsabilidad Limitada, ya que este es un tipo de sociedad comercial regulada por el Código de Comercio Boliviano, cuya principal característica es que los socios participan en la misma a través de cuotas de capital, y su responsabilidad se limita al valor de sus aportes.

## 9. MERCADO.

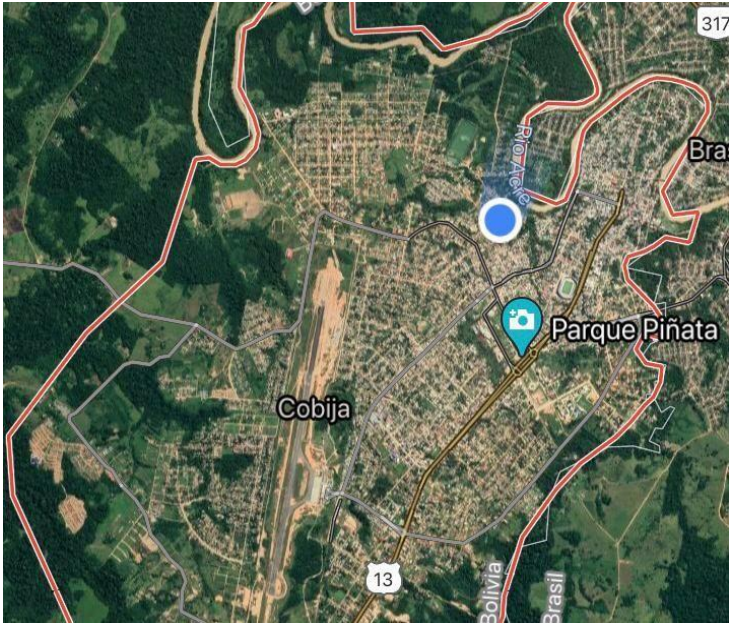
### 9.1. Variables a investigar.

Lo que se requiere saber del cliente es la frecuencia con la que estaría dispuesto a visitar nuestro establecimiento, esto para definir la oferta de puestos de comida con la que iniciaríamos logrando así una óptima inversión inicial resaltando los datos del previo estudio.

#### 9.1.1. Segmento del mercado.

**Tabla 1**

*Segmentación de mercado.*

Segmentación geográfica	
Lugar/Habitantes: Cobija / 78.555 personas. (INE. 2012)	
	
Fuente: Google maps.	
Segmentación demografica	Segmentación psicográfica
Género: Hombres y Mujeres	Personalidad: persona que gusta de alimentarse al aire libre o fuera de casa y sea abierta a diferentes opciones.
Edad: 18 años en adelante	
Ingresos. Bajo-medio-alto	Estilo de vida: cualquier tipo de persona que desee satisfacer la necesidad diaria de ingerir alimentos y líquidos.
Segmentation conductual.	
Actitudes: personas que una vez probado el producto, consideren repetir con frecuencia siempre y cuando haya sido de su agrado, incluyendo a distintos profesionales, empresarios y estudiantes universitarios que les guste la cocina innovadora.	

**Fuente:** elaboración propia


### 9.1.2. Perfil del consumidor.

Buyer persona, Definido como una “representación” de nuestro consumidor final (o potencial) construida a partir de su información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones. Al final se trata de ponernos aún más en los zapatos de nuestro público objetivo para entender qué necesitan de nosotros.

#### Buyer persona de “SMOKE ON YOUR PLATE”

**Tabla 2**

*Buyer persona*

<p><b>Tom:</b></p> <p>Un milenial determinado y en busca del éxito</p> <p><b>Acerca de Tom:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Define sus días con la frase “un día más para tener éxito”.</li> <li>• Está por terminar su carrera técnica en gastronomía.</li> <li>• Ocupa la mayor parte de su tiempo en buscar nuevas formas de crecer su negocio.</li> <li>• Vive en la av. Pando con su esposa e hijos.</li> <li>• Desea lograr convertir su puesto de comida rápida en un gran referente de calidad y buen gusto en la región.</li> <li>• Le gustaría ser parte de algo más grande que comparta su misma pasión por el sector gastronómico.</li> <li>• Lo que más le molesta de su negocio son las limitaciones que se le impone debido a que su puesto de comida es independiente y no cuenta con estructura legal.</li> <li>• Le gusta compartir ideas con sus demás colegas dueños de distintos negocios de este tipo.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>“Las oportunidades deben ser aprovechadas”</b></p> 
	<p><b>Objetivos claves:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener su negocio a flote cueste lo que cueste.</li> <li>• Brindar su apoyo a organizaciones referentes a la conservación del medio ambiente.</li> <li>• Llegar a tener la oportunidad de formar parte de un negocio estable y sin estorbosas limitaciones.</li> <li>• Culminar su carrera gastronómica y conseguir nuevos conocimientos</li> <li>• Ser parte de un equipo en su sector.</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia.

## **9.2. Estrategias de marketing.**

### **9.2.1. Plan de marketing.**

El objetivo del plan de marketing es introducir en el mercado gastronómico de la ciudad, una preferencia que genere curiosidad en las personas al ser tan diverso, así mismo poner en marcha estrategias que atraigan la atención directa de los mismos apelando a sus percepciones visuales, olfativas y gustativas al igual que a las emociones detrás de la toma de decisiones de un consumidor.

La capacidad de la plaza es de 23 espacios disponibles en total, Inicialmente nuestra meta es abarcar el 50% del total en el primer año esto sería 10 uestos de comida rápida incrementando gradualmente en un 5% anual.

A través de los objetivos orientados al posicionamiento, procuramos dar a conocer nuestra marca, llegando al público adecuado con estrategias muchos más reales y cercanos al consumidor, creando un notable porcentaje de eficiencia.

Para esto será necesario ampliar la demanda de clientes del puesto de comida al final del primer año, incrementando de manera real sus ventas en un 10% para proporcionar a la plaza una mejor generación de flujo de efectivo, de esta manera incluso se dará un impulso de sana competencia a los demás dueños de quioscos pertenecientes a la plaza.

### 9.2.2. Análisis FODA.

**Tabla 3**  
*Matriz FODA.*

<p><b>Fortaleza:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer una estructura amplia en la que el cliente arrendatario prepare y ofrezca sus servicios de comidas de la forma más cómoda posible.</li> <li>• Ubicación en un lugar transitable, es decir de fácil acceso a nuestras instalaciones (empresa).</li> <li>• Contar con cámaras de seguridad e instalación contra incendios.</li> </ul>	<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio en la manera que la sociedad acostumbra ver al sector de comida rápida.</li> <li>• Escaso poder de negociación con los proveedores.</li> <li>• Buena postura y competencia por parte de los diferentes restaurantes de la región.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistencia de agrupaciones de plazas de comida rápida con gran amplitud en la ciudad.</li> <li>• Amplia adquisición y combinación de aperitivos y platos debido a la unión de puestos de comida rápida.</li> <li>• Innovación en el sector de comida rápida y seguridad peatonal, tanto para los socios como para los consumidores.</li> </ul>	<p><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia en la negociación de espacios en la plaza de comida por parte de las diferentes organizaciones de comida rápida existentes en la ciudad.</li> <li>• Implementación inmediata de nuevas plazas de comida en diferentes lugares.</li> <li>• Limitación financiera.</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia.

### 9.2.3. Estrategia FODA.

**Tabla 4**  
*Matriz de estrategias FODA.*

	Fortalezas	Debilidades
	Estrategia F.O.	Estrategia D.O.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar la exclusividad del negocio, por medio de la propuesta de ser una opción de comida rápida muy completa y de buena calidad.</li> <li>• Reducir los costes que implica tener una diversidad de platos para el consumo combinando los puestos de comida.</li> <li>• Garantizamos la seguridad del consumidor y la de sus vehículos gracias a poseer un ambiente propio con lugares de parqueos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar el flujo de caja proyectado del negocio entre los alquileres y nuestro propio puesto de comida para conseguir un financiamiento con mayores condiciones.</li> <li>• Combinar la buena atención con la variedad de opciones a degustar en la plaza a fin de que la concurrencia del consumidor sea la más placentera y su deseo de volver sea casi intuitivo.</li> <li>• Realizar reuniones de negocios con los proveedores para llegar a acuerdos de negociación de los productos.</li> </ul>
	Estrategia F.A.	Estrategia D.A.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinguir nuestro negocio a través de la variedad de alimentos y bebidas no alcohólicas disponibles.</li> <li>• Aprovechar el amplio espacio propio del negocio organizando los puestos de comida en coordinación con los diferentes dueños y encargados.</li> <li>• Afrontar las posibles alianzas de los competidores apoyándonos en la buena localización de la plaza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer frente a la competencia de los diferentes restaurantes con atención de calidad y publicidad de boca a boca gracias a la experiencia de los clientes.</li> <li>• Buscar productos de calidad pero a precios razonables, con proveedores de primera como también distintos alternos para los insumos más esenciales; la calidad de los productos no disputa con sus precios.</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia.

### 9.2.4. Matriz BCG.

**Tabla 5**  
Matriz BCG plaza de comidas.

	Producto Estrella.	Producto interrogante.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio individual de puestos de comida rápida en zonas estratégicas dentro de la plaza.</li> </ul>	
Tasa de crecimiento de Mercado	Producto vaca.	Producto perro.
	Alto	Bajo
		Cuota de mercado

**Fuente:** elaboración propia.

## 9.3. Estrategias.

### 9.3.1. Estrategias intensivas.

Se realizara diversos estudios a los competidores sobre sus debilidades y así lograr penetrar en el mercado actual, creando favorables ventajas competitivas como la de introducir nuevas líneas de tendencias culinarias variadas, hasta lograr crear una gran diversidad de sabores para abarcar todos los gustos, otro importante factor es la implementación de una mejora en los empaques; volviéndolos más personalizados y que tengan más ventajas como la conservación de calor y mantener la frescura del alimento dando así la sensación como si estuviera en el restaurante.

Desarrollar el mercado con la implementación de un plan de investigación y de promociones e incentivos para los clientes.

### **9.3.2. Estrategias genéricas de Michael Porter.**

Brindar un servicio diferenciado de asistencia técnica para satisfacer requerimientos y necesidades adicionales de los clientes.

Enfocarnos en nuestra segmentación demográfica de mercado captado en su previo análisis el cual se sitúa en personas que radican en la ciudad con un rango de edad partiendo de 18 años de edad hasta los 30 con ingresos medio altos, lo que representa una mayor participación y mayores ingresos.

## **9.4. Marketing MIX.**

### **9.4.1. Servicio.**

Smoke on your plate plaza de comidas dispone un establecimiento con un amplio espacio y lugares disponibles para la instalación de puestos de comida rápida. Ofreciendo un ambiente funcional, adaptado objetivamente para la concentración de negocios en el ámbito de las comidas rápidas. Buscando ser una opción de servicio práctico, manteniendo un estricto control de calidad en el proceso de atención de los clientes. De esta manera brindaremos la oportunidad de ser parte del grupo de comida rápidas más renombrado de la ciudad caracterizado por los beneficios extras que se tendrá, como por ejemplo el cuidado y resguardo de sus puestos y utensilios en la propia plaza, la seguridad de sus clientes al estar en un sitio cerrado, la unificación de diversas opciones de comidas, la pertenencia a un grupo particular y bien señalado en el sector gastronómico y por ende una amplia demanda de clientes.

Pasamos a indicar la línea de servicio ofrecido:

- Optimo espacio.
- Pertenencia a la plaza.
- Ser integrante de todo un grupo del sector de comida rápida.
- Comodidad para realizar su actividad económica.

## Logotipo.

**Figura 1**

*Nota: logotipo plaza de comida.*



**Fuente:** Elaboración propia.

Smoke on your plate representa el inicio de una nueva serie de plazas de comida rápida en la región. Es una combinación de palabras en inglés (que significa humo en tu plato). Se utiliza el inglés debido a que este tipo de marcas suelen tener más aceptación en el mercado y una gran intriga a saber de lo que se trata. Los colores de la gama del naranja encendido y rojo son colores que incitan el apetito, por lo que las personas tienden a comer cuando ven este tipo de colores, juntamente a esto se ve conveniente que el logotipo lleve un máximo de tres a cuatro palabras de esta manera hacer llegar un mensaje corto, claro y conciso a nuestro público objetivo. Mejía, J. (2020).

### Eslogan de la plaza de comidas SMOKE ON YOUR PLATE.

Juntos alcanzamos metas...

#### 9.4.2. Precio.

**Tabla 6**

*Portafolio de alquiler en la plaza de comida.*

Servicio	Rango de precio de alquiler en smoke on your plate por mes.	Precios de alquiler mensual de sitios privados en diferentes lugares de la ciudad.
Alquiler de espacio en la plaza	3.500,00 - 4.000,00	4.200,00 – 4.800,00

**Fuente:** elaboración propia.

### 9.4.3. Plaza.

Smoke on your plate estará ubicado en el Barrio Pantanal a una cuadra del Prado de la Av. Pando y Banco Sol. Cabe mencionar que la zona es constantemente transitable y accesible a la vista y al alcance de la clientela.

Aplicaremos la estrategia de servicio directo, sin intermediarios, los espacios ofrecidos serán acondicionados por el personal de la plaza y entregados directamente al dueño del puesto en cuestión.

### 9.4.4. Promoción.

**Tabla 7**

*Matriz - canales de comunicación.*

<b>Redes sociales.</b>	<b>Definición de la red.</b>	<b>Como se utilizará la red.</b>
Facebook ads.	Compañía que ofrece servicios de redes sociales y medios en línea más utilizada en la actualidad.	Se configurará una campaña de Facebook ads para informar acerca de nuestro negocio, nuestros productos y promociones, así como mantener contacto con el público en general mostrando fotos de las instalaciones, productos, beneficios de nuestros insumos entre otra información.
Instagram	Es una aplicación y red social cuya función es poder compartir fotografías y videos con otros usuarios.	Esta nos ayudará a colocar las ilustraciones de nuestros productos como también las del negocio en general, logrando mantener la relación con nuestros clientes.
Whatsapp business	Es una app gratuita que permite a los pequeños y medianos negocios conectar de forma instantánea con sus clientes.	Es un medio muy directo de comunicación que con la creación de un grupo particular de la plaza de comidas podremos interactuar con los clientes y satisfacer sus necesidades y dudas o consultas referentes al negocio.

**Fuente:** elaboración propia.

## 9.5. Implementación.

**Tabla 8**

*Implementación de canales de comunicación.*

¿Qué se hará?	¿Cuándo se hará?	¿Quién será el encargado?	¿Cuánto costará?
Publicidad en Facebook.	Se configurará una campaña de Facebook ads mensual creando una página comercial.	Departamento de administración.	46,67bs.
Publicidad en Instagram.	Con la creación y continua actualización de una página oficial de la plaza.	El encargado de marketing y canales de comunicación.	46,67bs.
Contacto directo a través de Whatsapp Business.	Esta app nos ofrece muchos beneficios que se pueden aplicar al negocio, uno de ellos es el de poder imprimir nuestro código QR y colocarlo en tickets y tarjetas del negocio para que de esta manera solo con escanearlo; los clientes podrán iniciar una conversación con nosotros.	El encargado de marketing y canales de comunicación.	46,67bs.

**Fuente:** elaboración propia.

## 9.6. Control.

Con la ayuda de herramientas de análisis de redes sociales tales como google analytics recopilaremos datos de las campañas y cuentas en las redes sociales para lograr tener un seguimiento de su rendimiento y ver cuales aplicaciones generan mayor tráfico; ésta información nos ayudara a determinar las estrategias que están funcionando mejor y darle los ajustes necesarios para el negocio.

A partir de esto llevar a cabo las juntas mensuales en las que se debe compartir los distintos informes por departamentos y analizar el buen funcionamiento del negocio en general evaluando todos los indicadores financieros que se generen durante todo el periodo.

### 9.7. Proyección del mercado meta.

**Tabla 9**

*Proyección del mercado meta.*

Demanda Esperada	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	10 puestos	13 puestos	16 puestos	19 puestos	23 puestos

**Fuente:** elaboración propia.

Tomando muy en cuenta el plan de marketing elaborado, cabe indicar que la planificación estratégica es muy importante para definir una estrategia eficaz para el negocio y necesariamente los objetivos de la empresa deberán estar bien definidos debido a que el cumplimiento de estas metas deberán efectuarse a través de los diferentes planes estratégicos que solucionen los posibles problemas que se presentaran en *smoke on your plate* al momento de implantar el plan de marketing, para lograr cumplir con los objetivos deseados y obtener los mejores resultados para el negocio.

Por todo lo estudiado anteriormente, es recomendable que se lleve a cabo el plan de marketing apoyado en los resultados de este trabajo de investigación.

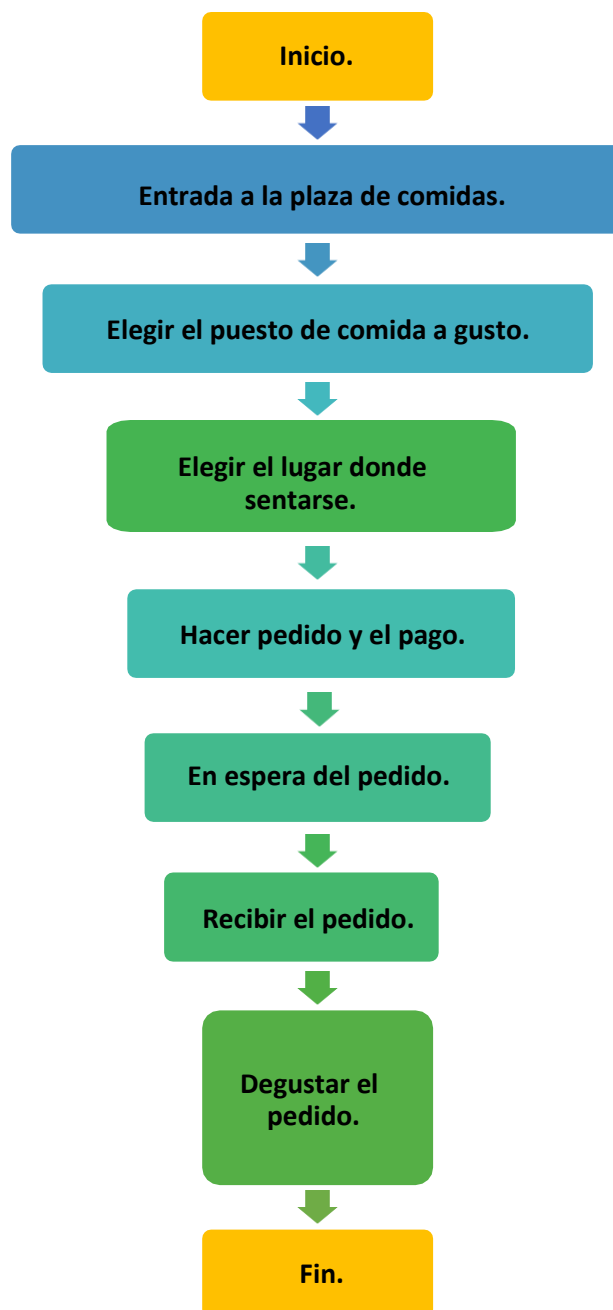
## 10. OPERACIONES.

### 10.1. Plan de operaciones.

#### 10.1.1. Diagrama de flujo.

**Figura 2.**

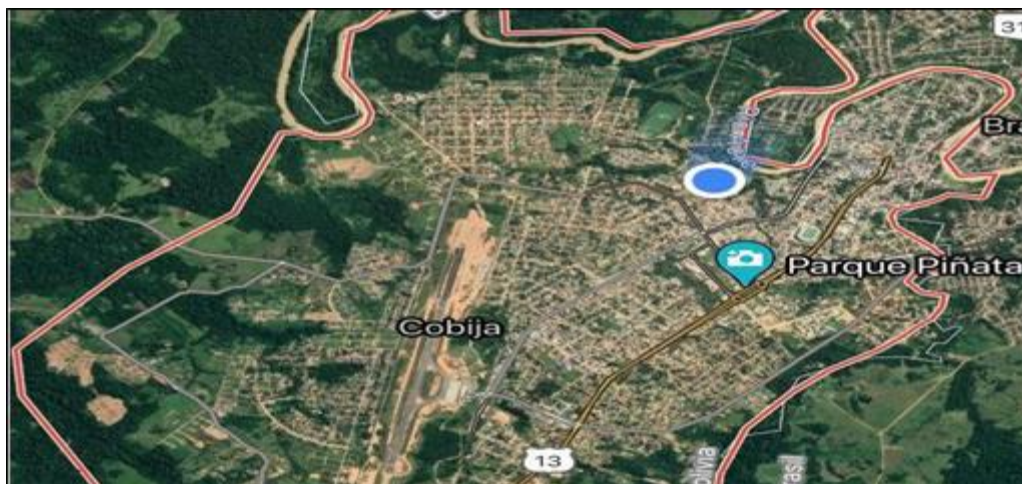
*Nota: flujo-grama plaza de comidas.*



### 10.1.2. Diseño de la localización.

**Figura 3.**

Nota: segmentación demográfica.



Fuente: Google maps.

**Tabla 10**

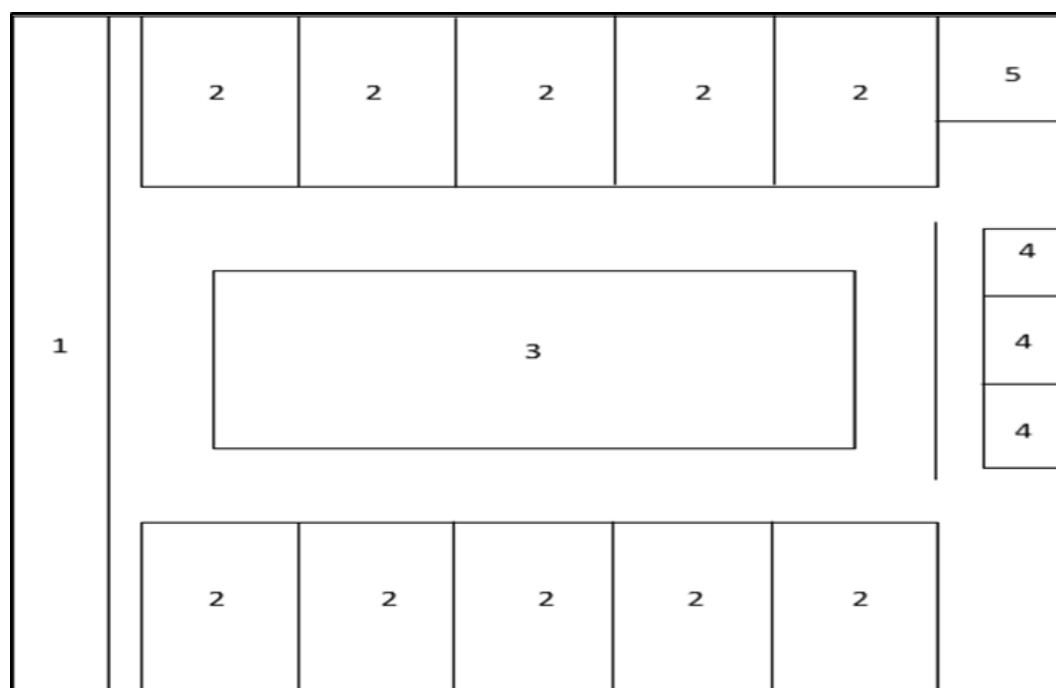
*Métodos ponderados micro-localización.*

Factores	A) Barrio Pantanal A 1 cuadra del Prado de la Av. Pando y B/Sol.	B) Barrio Perla del Acre Av. Principal	Ponderación	A)* Ponderación	B)* Ponderación
Materia prima	9	9	9	81	81
Mano de obra	6	5	6	36	30
Electricidad	9	8	9	81	72
Internet	8	6	8	64	48
Señal	7	6	7	49	42
Agua	8	6	8	64	48
Espacio	7	5	7	49	35
Seguridad	8	7	8	64	56
Comunidad	10	8	10	100	80
	TOTAL			<b>588</b>	<b>492</b>

Fuente: elaboración propia.

**Figura 4.**

*Nota: distribución de la plaza de comidas.*



Fuente: Elaboración propia.

1. Parqueo.
2. Puestos de comidas.
3. Zona de mesas y sillas.
4. Baños.
5. Oficina.

### 10.1.3. Diseño y descripción de equipos y maquinarias.

Emprender un negocio requiere de esfuerzo, tiempo, dedicación, trabajo constante e inversión económica, para el equipamiento, es necesario consultar con un experto antes de la adquisición de los mismos, porque probablemente no sea necesario comprar todo lo que estás pensando, de manera que estos equipos también sean de muy buena calidad.

Las maquinarias para el funcionamiento de la plaza serian directamente los kioscos con todos sus equipamientos propios de cada dueño de puesto de comida rápida.

### 10.1.4. Análisis de materias primas, productos intermedios y productos terminados.

#### Modelo SIPOC del proceso de producción.

**Tabla 11**

*Modelo SIPOC del proceso de gestión.*

Proveedores (Suppliers)	Entradas (input)	Proceso (process)	Salida (output)	Cliente (customers)
Dueños independientes de kioscos de comida rápida que desean ser parte de la plaza.	Individuos que desean satisfacer la necesidad de alimentarse.	Apertura de la plaza.	Hamburguesas Pizzas. Pipocas de pollo.	Clientes objetivos que se encuentra en la ciudad de cobija, con un rango de edad entre los 18 – 30 años.
	Materiales administrativos y recursos humanos.  Recursos financieros.	Instalación de los puestos de comida en la plaza.  Salida de productos en los distintos kioscos independientes.	Churrasquinhos Tacos. Majaditos. Salchipapas.	Clientes secundarios encontrados en la ciudad de cobija con un rango de edad entre los 31 – 60 años.

**Fuente:** elaboración propia.

### 10.1.5. Análisis de requerimiento de recursos humanos.

#### Cuadro de requerimiento de recursos humano

**Tabla 12**

*Cuadro de requerimiento de mano de obra.*

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Administrador	1
Contador.	1
Personal de limpieza	3
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

**Fuente:** elaboración propia.

## CAPITULO III.

### 11. FINANZAS.

#### 11.1. Presupuesto de inversión.

Nuestra inversión inicial asciende a Bs. 572.781,00 Compuesta por el siguiente detalle: terreno, construcción; que tendrá 900 m<sup>2</sup>, con un valor significativo de Bs. 297.000,00 considerando que el valor por metro cuadrado construido en esa zona es de Bs. 330. La infraestructura cotizada en Bs. 208.500,00. Maquinaria y equipos con un valor de Bs. 5.040,00 dado a que el servicio de alquiler de espacios en la plaza no requiere una cantidad considerada de equipos para su funcionamiento. Insumos, indumentaria, muebles y enseres; que es otra inversión importante y de un monto significativo dado que la plaza deberá gestionar muy bien el ámbito organizativo y de administración para lo cual es necesaria la compra de escritorios, computadoras, aires acondicionados, entre otros materiales sumando un total de Bs. 8.370,00 por ultimo un fondo para imprevisto que representa el 10% de la inversión total.

**Tabla 13**

*Detalle de inversión.*

<b>Detalle</b>	<b>Monto en Bs.</b>
<b>Terreno 900 m<sup>2</sup></b>	<b>297.000,00</b>
<b>Trámites legales de terreno y construcción.</b>	<b>10.000</b>
<b>Construcción (15x5)</b>	<b>208.500,00</b>
<b>Maquinaria y equipos</b>	<b>5.040,00</b>
<b>Insumos</b>	<b>1.000,00</b>
<b>Indumentaria</b>	<b>450,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>	<b>8.370,00</b>
<b>Materiales de escritorio y limpieza</b>	<b>350,00</b>
<b>Total</b>	<b>520.710,00</b>
<b>Imprevisto (10%)</b>	<b>52.071,00</b>
<b>Total</b>	<b>572.781,00</b>

**Fuente:** elaboración propia.

## 11.2. Financiamiento.

Se muestra la siguiente distribución 80% deuda y 20% aporte de capital propio para la inversión de smoke on your plate: del total de la inversión que es Bs. 572.781,00

### Balance inicial.

Se muestra el balance de apertura de la empresa.

**Tabla 14**

*Balance de apertura.*

<b>Smoke on your plate (plaza de comidas)</b>			
<b>Balance inicial al 01 de enero de 2021 (Expresado en bolivianos)</b>			
<b>Activo.</b>		<b>Pasivo.</b>	
<b>Activo Corriente.</b>	33.881,00	<b>Pasivo corriente.</b>	458.224,80
Caja.	5.081,15	Cuenta por pagar.	458.224,80
Inventario.	28.798,85	Total pasivo.	458.224,80
		Patrimonio.	
<b>Activo no corriente.</b>	538.900,00	<b>Capital.</b>	114.556,20
<u>Activos fijos.</u>		Total patrimonio y capital.	114.556,20
Terreno.	297.000,00		
Descuentos por pagar.	228.500,00		
Maquinaria y equipo.	5.040,00		
Muebles y enseres.	8.360,00		
<b>Total activo</b>	<b>572.781,00</b>	<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>572.781,00</b>

**Fuente:** elaboración propia.

Se observa en el balance de apertura que el mayor monto de los activos corriente se encuentra en inventario lo que muestra que el negocio está listo para su inicio, los pasivos con los que la empresa cuenta corresponden al financiamiento que la empresa obtuvo y el patrimonio corresponde al capital aportado por el propietario.

### 11.3. Detalle de ingresos.

El objetivo de la plaza de comidas en un principio es el de albergar a 10 puestos de comida rápida independientes, mirando la tabla se aprecia el alquiler de espacios proyectados para el primer año en el mejor escenario, con el objetivo de incrementar los ingresos en un 5% anualmente durante los primeros 5 años.

**Tabla 15**

*Proyección de espacios alquilados.*

Servicio	Alquiler de espacios para puestos de comida rápida
Año	
1er	10 espacios ocupados.
2do	13 espacios ocupados.
3er	15 espacios ocupados.
4to	19 espacios ocupados.
5to	23 espacios ocupados.

**Fuente:** elaboración propia.

#### 11.3.1. Detalle de ingresos escenario optimista.

Partiendo de la proyección de alquileres efectuada, se realiza la proyección de ingresos que se desea obtener durante los primeros 5 años en el mejor escenario, como se puede apreciar nuestros ingresos por alquileres en el primer año son de Bs. 446.880,00 y aumenta un 5% en cada año, además de contar con una fuente de ingresos como plus al negocio, por medio de contratos por publicidad a terceros logrando un ingreso total en el primer año de Bs. 536.880,00.

**Tabla 16**

*Detalle de ingresos escenario optimista.*

Detalle de ingresos (escenario optimista) en Bs.					
Servicio.	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
Alquiler de espacios para puestos de comida rápida.	446.880,00	448.742,00	471.086,00	493.523,10	517.077,40
Contratos por publicidad a terceros dentro de la plaza.	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00
<b>Total.</b>	<b>536.880,00</b>	<b>538.742,00</b>	<b>561.086,00</b>	<b>583.523,10</b>	<b>607.077,40</b>

**Fuente:** elaboración propia.

### 11.3.2. Detalle de ingresos escenario neutro.

De igual manera se logra observar los ingresos en el escenario neutro con Bs. 456.192,00 En la primera gestión.

**Tabla 17**

*Detalle de ingreso escenario neutro.*

<b>Detalle de ingresos (escenario neutro) en Bs.</b>					
<b>Servicio.</b>	<b>1er año</b>	<b>2do año</b>	<b>3er año</b>	<b>4to año</b>	<b>5to año</b>
<b>Alquiler de espacios para puestos de comida rápida.</b>	402.192,00	403.867,80	423.977,40	444.170,79	465.369,66
<b>Contratos por publicidad a terceros dentro de la plaza.</b>	54.000,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00
<b>Total</b>	<b>456.192,00</b>	<b>457.867,80</b>	<b>477.977,40</b>	<b>498.170,79</b>	<b>519.369,66</b>

**Fuente:** elaboración propia.

### 11.3.3. Detalle de ingresos escenario pesimista.

En la siguiente tabla se logra descubrir las variables en los ingresos reflejados en un escenario pesimista en donde los ingresos siguen siendo significativos para la empresa a pesar de su decrecimiento, obteniendo Bs 384.816,00 . En el primer año de su funcionamiento.

**Tabla 18**

*Detalle de ingresos escenario pesimista.*

<b>Detalle de ingresos (escenario pesimista) en Bs.</b>					
<b>Servicio.</b>	<b>1er año</b>	<b>2do año</b>	<b>3er año</b>	<b>4to año</b>	<b>5to año</b>
<b>Alquiler de espacios para puestos de comida rápida.</b>	312.816,00	314.119,40	329.760,20	345.466,17	361.954,18
<b>Contratos por publicidad a terceros dentro de la plaza.</b>	72.000,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00
<b>Total</b>	<b>384.816,00</b>	<b>386.119,40</b>	<b>401.760,20</b>	<b>417.466,17</b>	<b>433.954,18</b>

**Fuente:** elaboración propia.

## 11.4. Presupuesto de operaciones.

### 11.4.1. Detalle de costos escenario optimista.

Respecto a la estimación de costos sobresalen los de remuneración al personal, los respectivos aguinaldos y el fondo de indemnización sumando un total de Bs. 271.703,34; en el primer año de operación, los gastos comunes del local con Bs. 11.640,00 de inversión, también los costos que incurren en los servicios comerciales con un monto en el primer año de Bs. 9.170,00. A continuación se detallan los costos anuales.

**Tabla 19**

*Detalle de costo escenario optimista.*

Detalle de costos	Detalle anual en Bs.
1er año.	<b>271.703,34</b>
2do año.	<b>267.413,34</b>
3er año.	<b>279.835,26</b>
4to año.	<b>279.835,26</b>
5to año.	<b>279.835,26</b>

**Fuente:** elaboración propia.

### 11.4.2. Detalle de costos escenario neutro.

Para el escenario neutro se tiene una variación en los costos de remuneración al personal, los respectivos aguinaldos y el fondo de indemnización con una inversión de Bs. 202.758,57 en el primer año de operación, los gastos comunes del local con Bs. 8.640,00 de inversión, también los costos que incurren en los servicios comerciales con un monto en el primer año de Bs. 7.650,00. A continuación se detallan los costos anuales.

**Tabla 20**

*Detalle de costo escenario neutro.*

Detalle de costos.	Detalle anual en Bs.
1er año.	<b>202.758,57</b>
2do año.	<b>197.988,57</b>
3er año.	<b>208.481,57</b>
4to año.	<b>208.481,57</b>
5to año.	<b>208.481,57</b>

**Fuente:** elaboración propia.

### 11.4.3. Detalle de costos escenario pesimista.

En el escenario pesimista notamos una significativa reducción de costos esto debido a que los costos de remuneración al personal, los respectivos aguinaldos y el fondo de indemnización son reducidos al eliminar de nuestra planilla de personal a un técnico, esto con la finalidad de que los costos no afecten al desarrollo de la empresa, para el primer año se tendrá Bs. 166.239,45 en planilla de sueldos. Los gastos comunes del local descienden a Bs. 5.640,00 de inversión, también los costos que incurren en los servicios comerciales con un monto en el primer año de Bs. 7.400,00. A continuación se detallan los costos anuales.

**Tabla 21**

*Detalle de costo escenario pesimista.*

Detalle de costos.	Detalle anual en Bs.
1er año.	<b>166.239,45</b>
2do año.	<b>161.719,45</b>
3er año.	<b>170.229,14</b>
4to año.	<b>170.229,14</b>
5to año.	<b>170.229,14</b>

**Fuente:** elaboración propia.

### 11.5. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio indica el porcentaje de los alquileres que se debe realizar para cubrir los costos totales; sin que se tengan ganancias, es el mínimo de espacios que se puede alquilar en porcentaje y en valor para no tener pérdidas. En el caso de la plaza de comidas será inicialmente de 5 espacios para puestos de comida rápida obteniendo de esta manera un ingreso de 268.606,96 o un 50% el cual es el punto de equilibrio de la empresa.

**Tabla 22**

*Punto de equilibrio.*

Descripción.	año 1	año2	año3	año4	año5
Ingresos.	536.880,00	538.742,00	561.086,00	583.523,10	607.077,40
Costos fijos.	262.783,34	256.993,34	269.415,26	269.415,26	281.055,26
Costos variables.	11.640	11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00
Costo total.	274.423,34	268.633,34	281.055,26	281.055,26	292.695,26
Punto de equilibrio \$	268.606,96	262.668,53	275.122,81	274.898,89	286.549,51
<b>Punto de equilibrio %</b>	<b>50%</b>	<b>49%</b>	<b>49%</b>	<b>47%</b>	<b>47%</b>

**Fuente:** elaboración propia.

### 11.6. Flujo de caja proyectado.

Cálculo de la tasa de descuento, se realizó el cálculo de la tasa de descuento, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 23**

*Cálculo de la tasa de descuento.*

Cálculo de tasa de descuento		
Kd	10.5%	
Ke	6%	
D		458.224,8
E		114.556,2
T	25%	
WAAC		42.948,38
		572.781,00
		7%

**Fuente:** elaboración propia.

Como se logra observar y de acuerdo a la fórmula donde “kd” es tasa de costo de la deuda que es 10,5%, “ke” es el costo de los fondos propios y en este caso utilizamos la tasa de los bonos del tesoro del banco central el cual es 6% “D” es el monto de la deuda que es Bs. 458.224,8 “E” es el capital aportado por parte de los dueños Bs 114.556,2 y por último “T” es la tasa impositiva del país que es 25%; aplicando la fórmula el resultado de la tasa de descuento es 7%.

### 11.7. Evaluación financiera escenario optimista.

El flujo de caja basado en un escenario optimista proyecta los ingresos que pudimos observar en la tabla 3 y los costos son los mencionados en la tabla 5 y los precios de alquiler son de Bs. 133 diario, haciendo un precio de alquiler individual mensual de Bs. 4.000,00. Adicionando el valor de recuperación en el 5to año.

**Tabla 24**Flujo de caja proyectado *escenario optimista*.

FLUJO DE EFECTIVO PLAZA DE COMIDAS SMOKE (ESCENARIO POSITIVO)						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión.	572.781,00					
Recuperación.						57.278,10
Actividades de operación.						
Ingresos.		536.880,00	538.742,00	561.086,00	583.523,10	607.077,40
Costos de operación.		274.423,34	268.633,34	281.055,26	281.055,26	281.055,26
Actividades de inversión.		-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento.						
Obligaciones bancarias.		98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56
Flujo de caja.	-572.781,00	163.480,10	171.132,10	181.054,18	203.491,28	227.045,58
VAN	<b>194.394,58</b>					
TIR	<b>18%</b>					

**Fuente:** elaboración propia.

Como se logra apreciar en la tabla nuestro valor actual neto a 5 años es Bs. 194.394,58 lo que indica que el proyecto es atractivo ya que se recupera la inversión y se obtiene un beneficio adicional, la tasa interna de retorno es de 18% mayor a nuestro WAAC de 7% lo que significa que es factible llevar a cabo la inversión.

### **11.8. Evaluación financiera escenario neutro.**

En el siguiente flujo de caja se mantienen los mismos montos de actividades de inversión y financiamiento del escenario optimista, los ingresos y los costos de operaciones se reducen, los precios de alquiler y publicidad mantienen su monto. Esta alteración en la proyección de ingresos por alquiler se debe a que en este escenario se incluye la presencia de distintos sindicatos de comida rápida y empresas que pueden influir en nuestros ingresos, pero aun así como se logra observar en la tabla el valor actual neto continua siendo positivo y nuestra tasa interna de retorno es del 16% y mayor a la tasa de descuento.

**Tabla 25***Flujo de caja proyectado escenario neutro.*

FLUJO DE EFECTIVO PLAZA DE COMIDAS SMOKE (ESCENARIO NEUTRO)						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión.	572.781,00					
Recuperación.						57.278,10
Actividades de operación.						
Ingresos.		456.192,00	457.867,80	477.977,40	498.170,79	519.369,66
Costos de operación.		202.758,57	197.988,57	208.481,57	208.481,57	208.481,57
Actividades de inversión.		-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento.						
Obligaciones bancarias.		98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56
Flujo de caja.	-572.781,00	154.456,87	160.902,67	170.519,28	190.712,67	211.911,54
VAN	<b>147.888,15</b>					
TIR	<b>16%</b>					

**Fuente:** elaboración propia.**11.9. Evaluación financiera escenario pesimista.**

Este escenario nos muestra una variante muy significativa en el ingreso por alquiler de espacios dado a que se redujo de 10 puestos de comida alquilados como se muestra en la tabla de escenario optimista a 7 puestos en alquiler, dato que afectaría a la empresa de forma negativa obteniendo un valor actual neto de Bs. -12.681,10 y una tasa interna de retorno de 6% lo que refleja dado este escenario el proyecto no sería factible de ser ejecutado, debido a que se generaría una significativa pérdida en su realización.

**Tabla 26***Flujo de caja proyectado escenario pesimista.*

FLUJO DE EFECTIVO PLAZA DE COMIDAS SMOKE (ESCENARIO PESIMISTA)						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión.	572.781,00					
Recuperación.						57.278,10
Actividades de operación.						
Ingresos.		384.816,00	386.119,40	401.760,20	417.466,17	433.954,18

Costos de operación.		166.239,45	161.719,45	170.229,14	170.229,14	170.229,14
Actividades de inversión.		-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento.						
Obligaciones bancarias.		98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56
Flujo de caja.	-572.781,00	119.600,00	125.423,40	132.554,50	148.260,47	164.748,48
VAN	<b>-12.681,10</b>					
TIR	<b>6%</b>					

---

**Fuente:** elaboración propia.

## 12. SUPUESTOS Y ESCENARIOS.

### 12.1. Supuestos sobre ventas, insumos, costos, variables externas.

#### 12.1.1. Estado de resultado escenario optimista.

El estado de resultado de los primeros 5 años tomando en cuenta los anteriormente mencionados detalles de ingresos y detalles de costos, e incluyendo el impuestos a las utilidades (IUE) 25% en el primer año se obtiene una utilidad de Bs. 126.199,67 y se logra observar que las utilidades son positivas lo que hace al negocio más viable.

**Tabla 27**

*Estado de resultado escenario optimista.*

Estado de resultado					
	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
Ingresos	536.880,00	538.742,00	561.086,00	583.523,10	607.077,40
Costos directos	8.670,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Utilidad bruta	528.210,00	535.862,00	558.206,00	580.643,10	604.197,40
Costos indirectos	263.793,34	263.793,34	276.215,26	276.215,26	276.215,26
Utilidad antes de impuestos e interes	264.416,66	272.068,66	281.990,74	304.427,84	327.982,14
Intereses	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82
Impuestos (IUE)	66.104,16	68.017,16	70.497,69	76.106,96	81.995,54
<b>Utilidad neta escenario optimista</b>	<b>126.199,67</b>	<b>130.813,67</b>	<b>138.255,23</b>	<b>155.083,06</b>	<b>172.748,78</b>

Fuente: elaboración propia.

#### 12.1.2. Estado de resultado escenario neutro.

Observando el escenario neutro notamos que en el primer año se obtiene una utilidad de Bs. 116.837,25 logrando utilidades positivas para la empresa.

**Tabla 28***Estado de resultado escenario neutro.*

<b>Estado de resultado</b>					
	<b>1er año</b>	<b>2do año</b>	<b>3er año</b>	<b>4to año</b>	<b>5to año</b>
Ingresos	456.192,00	457.867,80	477.977,40	498.170,79	519.369,66
Costos directos	7.650,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Utilidad bruta	448.542,00	454.987,80	475.097,40	495.290,79	516.489,66
Costos indirectos	195.108,57	195.108,57	205.601,57	205.601,57	205.601,57
Utilidad antes de impuestos e interes	253.433,43	259.879,23	269.495,83	289.689,22	310.888,09
Intereses	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82
Impuestos (IUE)	63.358,36	64.969,81	67.373,96	72.422,31	77.722,02
<b>Utilidad neta</b>	<b>116.837,25</b>	<b>121.671,60</b>	<b>128.884,05</b>	<b>144.029,09</b>	<b>159.928,25</b>

**Fuente:** elaboración propia.**12.1.3. Estado de resultado escenario pesimista.**

Este escenario muestra que la utilidad neta en el primer año de la empresa es de Bs. 90.694,59 y aun se continúa obteniendo ganancias notables.

**Tabla 29***Estado de resultado escenario pesimista.*

<b>Estado de resultado</b>					
	<b>1er año</b>	<b>2do año</b>	<b>3er año</b>	<b>4to año</b>	<b>5to año</b>
Ingresos	384.816,00	386.119,40	401.760,20	417.466,17	433.954,18
Costos directos	7.400,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Utilidad bruta	377.416,00	383.239,40	398.880,20	414.586,17	431.074,18
Costos indirectos	158.839,45	158.839,45	167.349,14	167.349,14	167.349,14
Utilidad antes de impuestos e interes	218.576,55	224.399,95	231.531,06	247.237,03	263.725,04
Intereses	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82
Impuestos (IUE)	54.644,14	56.099,99	57.882,76	61.809,26	65.931,26
<b>Utilidad neta</b>	<b>90.694,59</b>	<b>95.062,14</b>	<b>100.410,47</b>	<b>112.189,95</b>	<b>124.555,96</b>

**Fuente:** elaboración propia.

## CAPITULO IV.

### 13. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.

#### 13.1. Personería jurídica.

##### 13.1.1. Requerimientos normativos y legales del negocio.

Para iniciar el funcionamiento de la empresa es necesario cumplir con los siguientes requerimientos para ser reconocida institucionalmente y funcionar en el marco de las normativas vigentes en Bolivia.

El primer paso a seguir será en Funda-empresa. La que otorga la matrícula de comercio para contar con reconocimiento legal del estado y desarrollar así las actividades del negocio y también favorecerá las guías para inscribir la empresa como corresponda, seguido a esto se encuentra el servicio nacional de impuestos nacionales al que se debe inscribir como contribuyente del (SIN) para la obtención del número de identificación tributaria (NIT). Luego se debe contar con una autorización de funcionamiento de parte del gobierno autónomo municipal de cobija, posteriormente la administradora de fondo de pensiones registra a la empresa en el seguro social obligatorio a largo plazo, para administrar los recursos de los trabajadores cuando los mismos lleguen a una edad avanzada, en seguida los trabajadores y empleadores del negocio deben afiliarse a la caja nacional de salud CNS. Para acceder a los servicios de salud en caso de enfermedades y accidentes comunes que no necesariamente tienen relación con la actividad laboral, después la empresa debe inscribirse al registro obligatorio de empleadores a cargo del ministerio de trabajo. (Recuperado de. <https://boliviaemprende.com/guias/como-crear-una-empresa-en-bolivia-conozca-los-pasos>).

También es importante mencionar a “El SENASAG es el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria, que busca proteger la condición sanitaria y productiva en materia agropecuaria, forestal y la inocuidad alimentaria, con la finalidad de contribuir al desarrollo sustentable y sostenible, garantizando la seguridad alimentaria” (recuperado de [//www.rigobertoparedes.com/es/que-es-el-senasag](http://www.rigobertoparedes.com/es/que-es-el-senasag))

### 13.2. Registro legal.

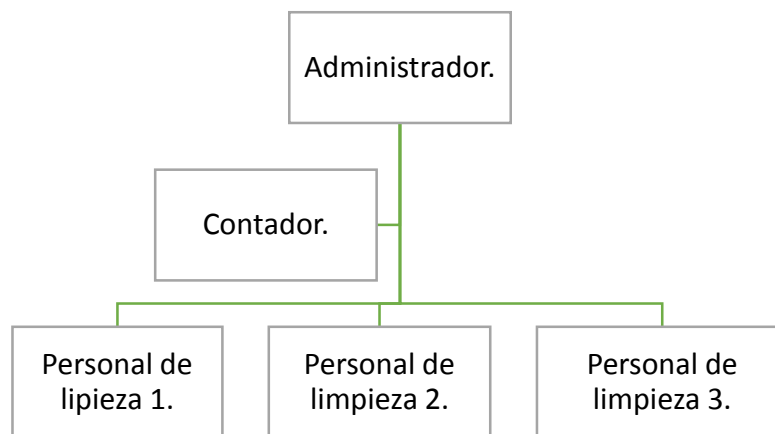
En este punto determinaremos el tipo de empresa según su forma jurídica la cual se ajusta a nuestro negocio, en función de sus necesidades y expectativas. Analizando los diferentes tipos de empresas que existen. Extraemos la información suficiente para determinar que la mejor opción, es la Sociedad de Responsabilidad Limitada, ya que este es un tipo de sociedad comercial regulada por el Código de Comercio Boliviano, cuya principal característica es que los socios participan en la misma a través de cuotas de capital, y su responsabilidad se limita al valor de sus aportes.

### 13.3. Organización empresarial.

La estructura de la organización es funcional y lineal a la vez. Es una estructura que se caracteriza por la división de tareas y la agrupación de personas en unidades, conservando de esta manera la especialización de cada una de las partes. El organigrama de la empresa estará conformado de la siguiente forma:

**Figura 5.**

*Nota: Plaza de comidas estructura organizacional.*



**Fuente:** elaboración propia.

## 13.4. Personal.

### 13.4.1. Descripción de cargos.

**Tabla 30**

*Descripción de cargo.*

PUESTO:	Administrador.
SUBORDINADOS:	Personal de la empresa.
FUNCIÓN:	Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades en la empresa.

**Fuente:** elaboración propia.

**Tabla 31**

*Descripción de cargo.*

PUESTO:	Contador.
DEPENDEN DE:	Administrador.
FUNCIÓN:	Encargado de la parte financiera de la empresa. Coordinar los presupuestos para la compra de productos faltantes para la elaboración del servicio. Hacer el pago mensual del personal.

**Fuente:** elaboración propia.

**Tabla 32**

*Descripción de cargo.*

PUESTO:	Personal de limpieza.
DEPENDEN DE:	Administrador.
FUNCIÓN:	Encargado de la limpieza antes, durante y después de cerrar el local. Responsable de abrir y cerrar la plaza de comidas.

**Fuente:** elaboración propia.

### 13.5. Procedimientos técnicos – administrativos.

Es el procedimiento administrativo mediante el cual nuestro personal se puede guiar y cumplir, a cabalidad sus funciones.

#### **Procedimiento:**

1. **Administrador:** Este conlleva la responsabilidad administrativa y de recursos humanos del negocio; encargado de la supervisión de puestos junto a su colaborador y de la óptima imagen e higiene de la empresa. Coordina sus actividades diarias con el encargado de supervisar los puestos de comidas y el personal de limpieza disponible.
2. **Contador:** El contador revisa toda documentación financiera presentada del negocio y tiene el control financiero que la empresa genera, una de sus ineludibles obligaciones es presentar los estados financieros del negocio de manera mensual en la junta directiva.
3. **Personal de limpieza:** previa comunicación con el administrador los encargados de la limpieza del lugar coordinaran actividades diarias de esta labor, mediante la cual la plaza de comidas conserva un estado de bienestar y refleja comodidad para los clientes.

## 14. FUENTES DE INFORMACIÓN.

### 14.1. Investigación probabilística.

El muestreo probabilístico es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados.

### 14.2. Diseño de la ficha de investigación.

**Tabla 33**

*Ficha de investigación.*

<b>Ficha técnica de investigación de mercados</b>	
<b>Ficha técnica de investigación cuantitativa</b>	
Perfil del encuestado.	Dueños de negocios de comida rápida individual y comerciantes.
Marco muestral.	Negocios de comida rápidas ubicados en la ciudad de Cobija.
Tipo de muestreo.	Probabilístico.
Alcance.	Cobija (pando).
Técnica de recolección.	Encuesta personal.
Universo.	Infinito.
Tamaño de muestra.	384
Nivel de confianza.	95%
Error muestral.	5%
Periodo de trabajo de campo.	De 08/06/2020 a 15/06/2020

**Fuente:** elaboración propia.

### 14.3. Métodos e instrumentos de investigación.

Las técnicas e instrumentos a utilizar para la recopilación y el procesamiento de la información, será mediante: Encuesta, esta técnica se centrara en recoger datos relevantes desde el punto de vista de la investigación; esta técnica se aplicara bajo un cuestionario, el cual es un instrumento de la misma, consiste en un conjunto de preguntas abiertas, preguntas cerradas, preguntas dicotómicas, que procuran un marco de referencia al investigador, las preguntas tienen que ser claras, precisas y comprensibles para los sujetos encuestados, como también lo más breve posible, ya que las preguntas largas suelen resultar confusas, toman más tiempo y pueden

distraer al participante. De esta manera se podrá recopilar y analizar la información para el desarrollo de nuestra investigación.

#### 14.4. Conclusiones de las encuestas aplicadas al plan de negocio.

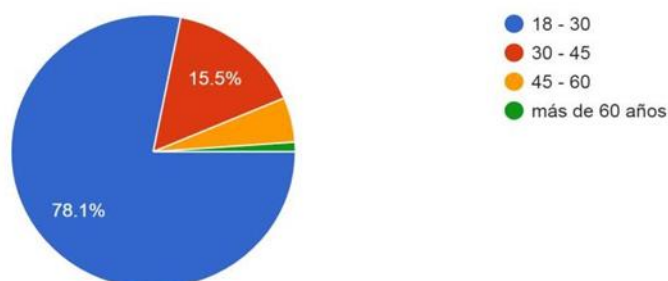
Una vez realizada las encuestas a diferentes personas se ha obtenido los diferentes resultados arrojados por el cuestionario aplicado.

##### Figura 6.

*Nota: Resultado de encuesta.*

1. Marque el rango de su edad

265 respuestas



Fuente: Google doc.

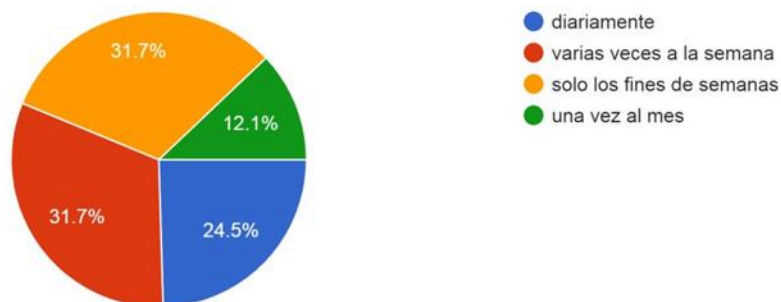
Se observa que existe una fuerte demanda en personas entre los 18 a 30 años de edad, permitiendo así segmentar de manera apropiada el negocio.

##### Figura 7.

*Nota: resultado de encuesta*

2. ¿ Con que frecuencia visita establecimientos en el cual se ofrecen comidas y bebidas?

265 respuestas



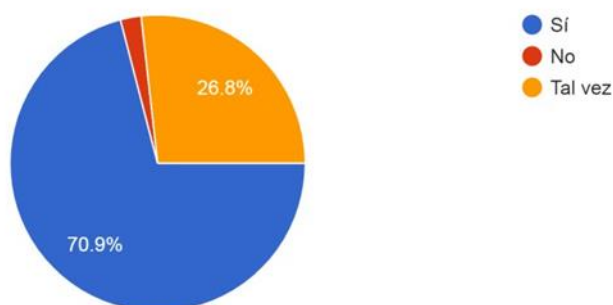
Fuente: Google doc.

Existe una importante similitud de personas que frecuentan salir a consumir alimentos en la calle varias veces a la semana 31,7% y las que lo hacen solo los fines de semana.31,7% es importante mencionar que esta pregunta se realizó con la finalidad de saber con qué frecuencia las personas hacen uso de este tipo de servicios.

#### Figura 8.

Nota: Resultado de encuesta.

4. ¿Estaría dispuesto a frecuentar un restaurante de este tipo?  
265 respuestas



Fuente: Google doc.

Observamos que un 70,9% de personas estarían dispuestos a asistir a nuestro negocio, con esto empiezan a detectarse pautas de conductas que el consumidor tiene acerca de la plaza de comidas, las cuales son positivas.

#### Figura 9.

Nota: Resultado de encuesta.

5. ¿Que lugar usted encuentra más apropiado para el establecimiento de la plaza de comidas?  
265 respuestas



Fuente: Google doc.

Esta gráfica representa que un 47,2% de los encuestados encuentra la zona cerca al campus de la universidad amazónica de pando la más apropiada para establecer el negocio y contradictorio a

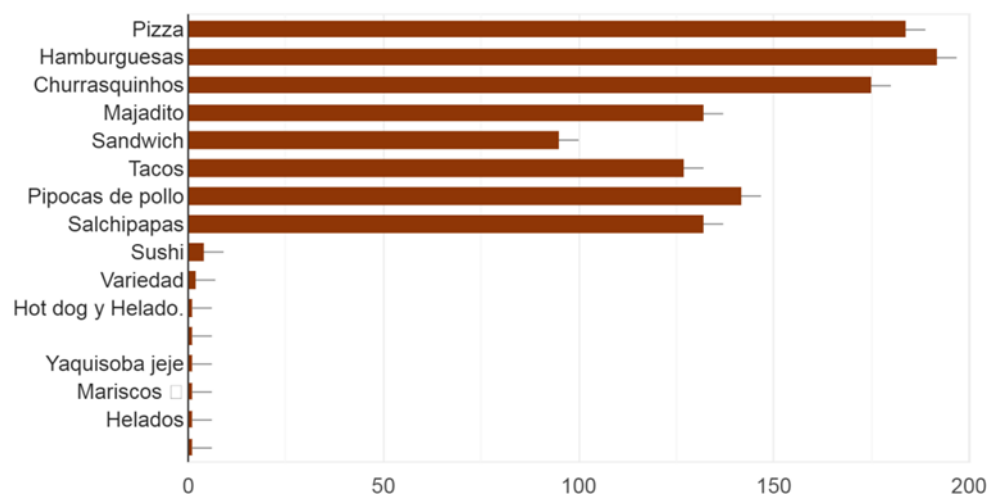
esto el 42,6% de personas encuentra a las áreas previas a la plaza principal como mejor opción lo cual será de gran utilidad a la hora de establecer la ubicación.

**Figura 10.**

*Nota: Resultado de encuestas.*

6. ¿Qué tipos de comida rápida le gustaría que se sirvieran?

265 &nbsp;respuestas



**Fuente:** Google doc.

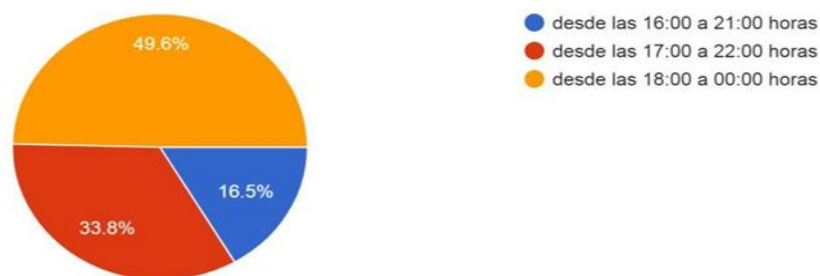
Se preguntó el tipo de comidas que prefieren los encuestados, esto con la finalidad de darse una idea acerca del enfoque de aperitivos que se deberían encontrar en la plaza., la comida que a los encuestados les gusta más son las hamburguesas 72,5% seguido de la pizza 69,5% y los churrasquitos con un 65,8% de los encuestados; seguido a estos se encuentran otras opciones de alimentos.

**Figura 11.**

*Nota: Resultado de encuesta.*

8. ¿Qué horario sería para usted el más adecuado para abrir la plaza de comidas?

266 &nbsp;respuestas



**Fuente:** Google doc.

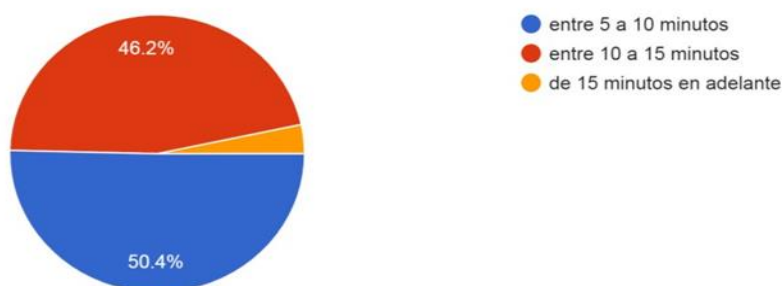
Se puede observar que la gran mayoría de los encuestados contestaron que el horario de atención más apropiado es desde las 18:00 de la tarde hasta las 00:00 de la noche, esta información es de vital importancia para el negocio.

### Figura 12.

*Nota: Resultado de encuesta.*

9. ¿Cuánto tiempo usted considera apropiado para recibir su orden de compra?

266 respuestas



**Fuente:** Google doc.

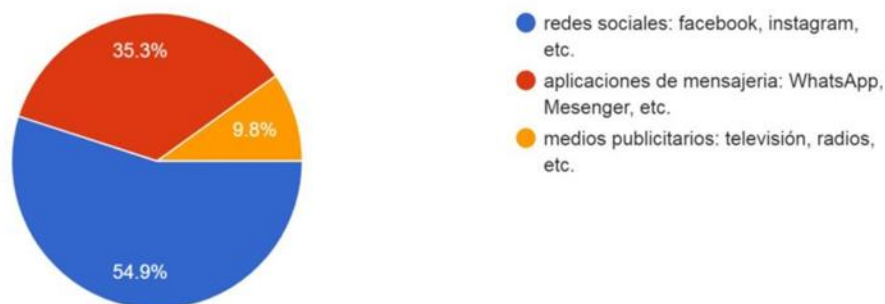
El 50,4% de los encuestados creen que el tiempo apropiado de recibir su pedido es entre 5 a 10 minutos y otra gran parte indica que entre 10 a 15 minutos es lo más conveniente, con esta información se podrá determinar un patrón de tiempo que no exceda lo indicado.

### Figura 13.

*Nota: Resultado de encuesta.*

10. ¿En cuales de los siguiente canales de comunicación prefieres enterarte de sus distintas promociones?

266 respuestas



**Fuente:** Google doc.

De acuerdo con los encuestados el mejor medio para dar a conocer un establecimiento de comidas son las redes sociales seguidas de las aplicaciones en línea.

## **CAPITULO V.**

### **15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

#### **15.1. Conclusión.**

En conclusión con el presente proyecto la cual es un ‘’plan de negocio para una plaza de comidas en la ciudad de cobija’’, se ha logrado desarrollar, un estudio de mercado para determinar el grado de aceptación de la idea del negocio, como también se ha establecido un proceso operativo para el funcionamiento más eficiente de la empresa, hemos preparado un plan financiero adecuado para la proyección de inversión general de la idea del negocio, cabe mencionar que también se describe a detalle los pasos para gestionar y tramitar la documentación legal de los permisos correspondientes para la puesta en marcha del negocio. Lo que se buscó con este trabajo de investigación, fue identificar y conocer la factibilidad para la creación de un negocio gastronómico.

Uno de los aspectos más importantes a considerar de este proyecto, es la calidad del servicio ya que, de acuerdo con la investigación de mercado se pudo observar que es un aspecto, al que el cliente le da mucha importancia.

La finalidad del plan de negocio, es la de guiar de la forma más apropiada y eficientemente posible, la creación de una idea de negocio.

#### **15.2. Recomendación.**

En caso de que este sea implementado, se recomienda, dar a conocer a los colaboradores, la misión, visión y valores de la empresa, ya que de esta forma se tendrán las bases para desarrollar en ellos una lealtad hacia la organización y un modelo de trabajo funcional que beneficie al capital humano así como también a la misma empresa. Otra recomendación sería, aprovechar al máximo las tecnologías para optimizar recursos y aumentar la capacidad operativa.

**Bibliografía.**

Delgado, J. (p. 177). Estado de arte desarrollo sociocultural. Recuperado de:

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.dicyt.umss.edu.bo/documentos/PUICS/4\\_sociocultural.pdf&ved=2ahUKEwjzh8\\_Y2\\_LqAhVhDrkGHfdCA1UQFjAEegQIBBAB&usg=AOvVaw3xfrVfL7V\\_L9qBjPkXIRwX](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.dicyt.umss.edu.bo/documentos/PUICS/4_sociocultural.pdf&ved=2ahUKEwjzh8_Y2_LqAhVhDrkGHfdCA1UQFjAEegQIBBAB&usg=AOvVaw3xfrVfL7V_L9qBjPkXIRwX)

Encuesta Bolivia, julio 2020´´. Recuperado de: <https://www.celag.com.org/encuesta-bolivia-julio-2020/>

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing, 6ta edición. Pearson. México.

Molina, F. (2020). La parálisis institucional enfrenta a Bolivia a un profundo conflicto social. El país. Recuperado de: <https://elpais.com/internacional/2020-07-26/la-paralisis-institucional-enfrenta-a-bolivia-a-un-profundo-conflicto-social.html>

Mejia, J. (2020). Psicología del color en marketing: use los colores para negocios, atraer clientes y aumentar las ventas. Recuperado de: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/psicologia-del-color-utilice-los-colores-para-aumentar-sus-ventas-online-y-offline/>

Pérez, J., Gardey, A. (2009). Plan de Negocios. Recuperado de: <https://definicion.de/plan-denegocios/>

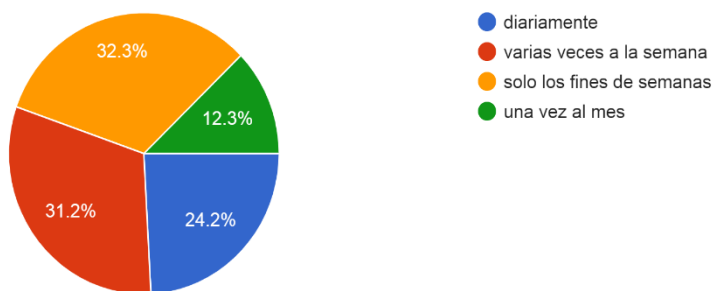
Pérez, J. y Merino, M. (2014). Definiciones restaurantes y plaza de comidas. Recuperado de: <https://definicion.de/restaurante/>

Vargas, A. (2001). Bolivia: El desafío de las nuevas tecnologías y el desarrollo. Acta Nova, recuperado el 29 de julio de 2020, de [https://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1683-07892001000200013&Ing=es&tIng=es](https://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1683-07892001000200013&Ing=es&tIng=es).

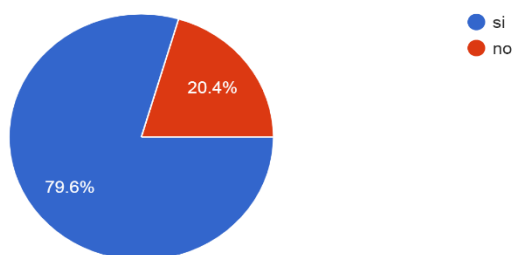
## Anexos.

### Anexo 1 resultado de encuestas aplicadas.

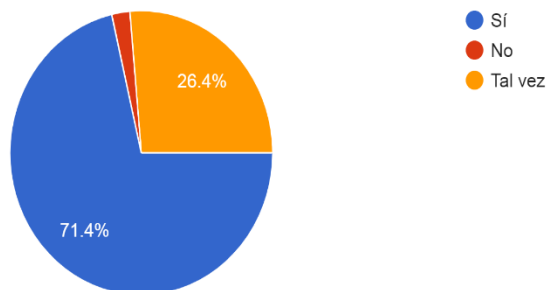
- 2. ¿ Con que frecuencia visita establecimientos en el cual se ofrecen comidas y bebidas?  
: 269&nbsp;respuestas



3. ¿Sabe usted que es una plaza de comidas?  
269&nbsp;respuestas



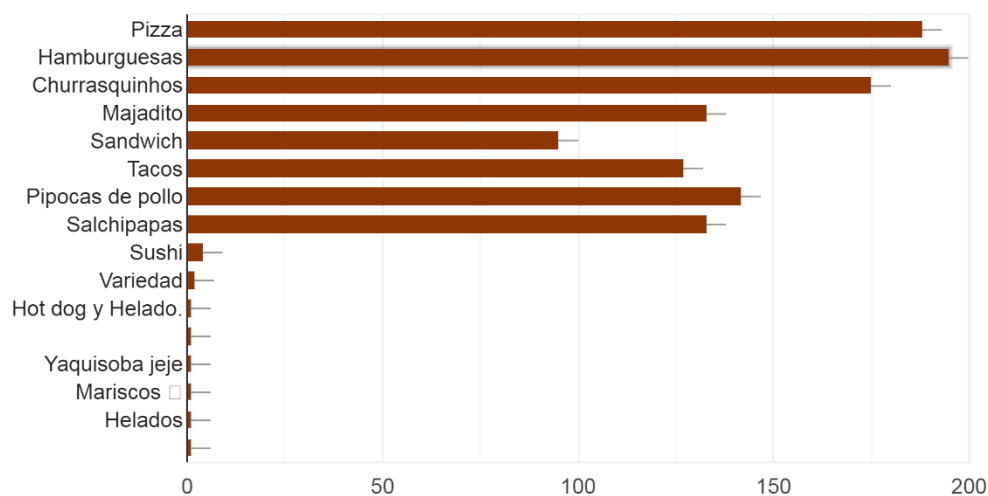
4. ¿Estaría dispuesto a frecuentar un restaurante de este tipo?  
269&nbsp;respuestas



5. ¿Que lugar usted encuentra más apropiado para el establecimiento de la plaza de comidas?  
269&nbspr;respuestas

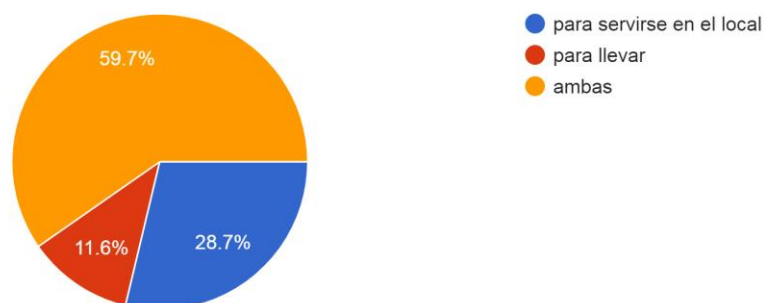


6. ¿Qué tipos de comida rápida le gustaría que se sirvieran?  
269&nbspr;respuestas



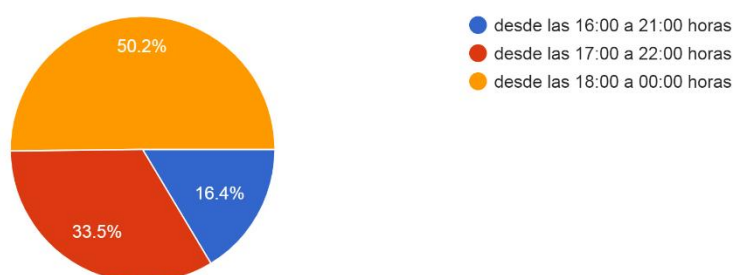
7. ¿Está de acuerdo en que los platos a servirse sea más para llevar o para comer en el local?

268 respuestas



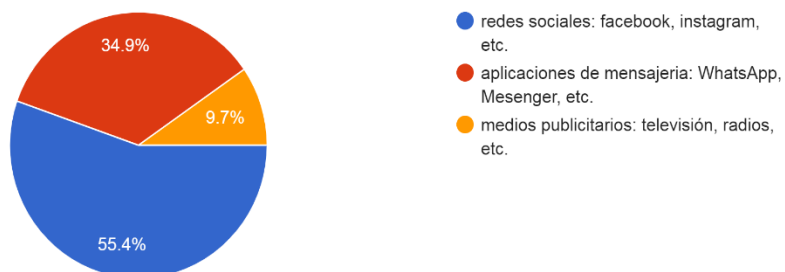
8. ¿Qué horario sería para usted el más adecuado para abrir la plaza de comidas?

269 respuestas



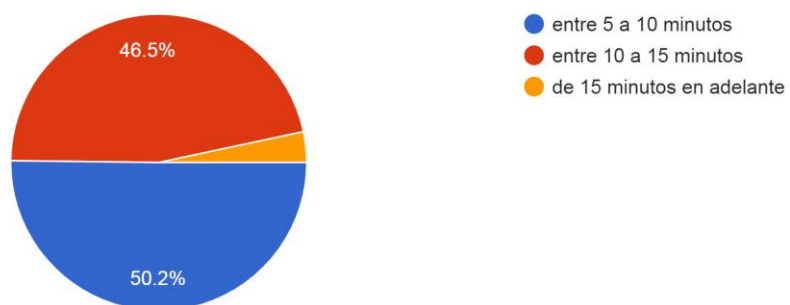
10. ¿En cuales de los siguiente canales de comunicación prefieres enterarte de sus distintas promociones?

269 respuestas



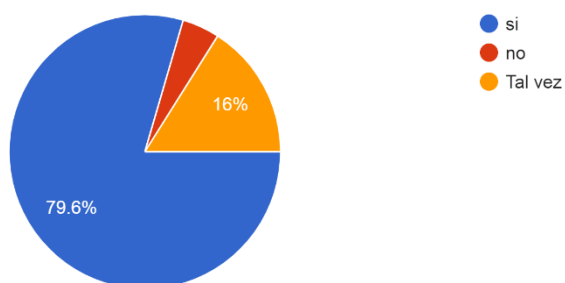
9. ¿Cuánto tiempo usted considera apropiado para recibir su orden de compra?

269 respuestas



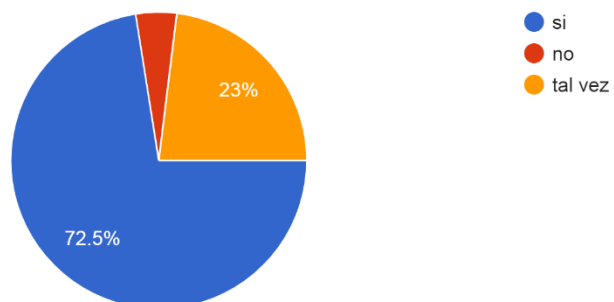
11. ¿Le gustaría que el restaurante cuente con el servicio de delivery?

269 respuestas



## 12. ¿Frecuentaría la plaza de comidas "SMOKED ON YOUR PLATE"?

269 respuestas



## Anexo 2 estados financieros

### Detalle de inversión.

detalle de inversión				
	Costo unitario en Bs.	Cantidad	Costo total en Bs.	Depreciación
<b>Terreno 900 m2</b>	330	900	297.000	
<b>materiales e Infraestructura (15x5)</b>	2780	75	208.500	6.950
registros legales de terr. Y const.			10.000	
<b>Total</b>			<b>505.500</b>	<b>6.950</b>
<b>Maquinarias y equipos</b>				
servicios básicos (luz y agua)	650	1	650	
juego de camaras de seguridad	2000	1	2000	400
sistema de alarma de intrusión	500	1	500	100
equipo de limpieza	100	1	100	
contenedores de basura	260	4	1040	208
extintores	250	3	750	150
<b>Total</b>			<b>5.040</b>	<b>858</b>
<b>Insumos</b>				
delantales con diseño	50	10	500	
gorras con diseño	50	10	500	
<b>Total</b>			<b>1.000</b>	
<b>Indumentaria</b>				
poleras con diseño	70	5	350	
gorras con diseño	20	5	100	
<b>Total</b>			<b>450</b>	
<b>Muebles y enseres</b>				
escritorios	600	2	1200	240
sillas	400	4	1600	320
computadoras	1500	2	3000	600
detector de billetes falsos	70	1	70	14
aire acondicionado	2500	1	2500	500
<b>Total</b>			<b>8.370</b>	<b>1.674</b>
<b>Material de escritorio y limpieza</b>				
hojas tamaño carta (500 hojas)	30	2	60	
carpetas de palanca	15	2	30	
calculadoras	25	2	50	
boligrafos	1	5	5	
trapeadoes	25	3	75	
paños para trapear	5	3	15	
desinfectantes	20	2	40	
escobas	25	3	75	
<b>Total</b>			<b>350</b>	
<b>Total</b>			<b>520.710</b>	<b>9.482</b>
<b>Imprevisto (10%)</b>			52.071	
<b>Total</b>			<b>572.781</b>	

## Detalle de ingresos.

detalle de ingresos (escenario optimista) en Bs.											
Servicio	Utilidades	Precio de alquiler	Total (Bs.)	Diario	semanal	Mensual	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
alquiler de espacios para puestos de comida rapida	10	133,00	1.330,00	1.330,00	9.310,00	37.240,00	446.880,00	448.742,00	471.086,00	493.523,10	517.077,40
contratos por publicidad a terceros dentro de la plaza	5	1.500,00	7.500,00	50,00	350,00	7.500,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00
<b>total</b>	<b>10</b>		<b>1.330,00</b>	<b>1.330,00</b>	<b>9.310,00</b>	<b>37.240,00</b>	<b>536.880,00</b>	<b>538.742,00</b>	<b>561.086,00</b>	<b>583.523,10</b>	<b>607.077,40</b>

detalle de ingresos (escenario neutro) en Bs.											
Servicio	Utilidades	Precio de alquiler	Total (Bs.)	Diario	semanal	Mensual	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
alquiler de espacios para puestos de comida rapida	9	133,00	1.197,00	1.197,00	8.379,00	33.516,00	402.192,00	403.867,80	423.977,40	444.170,79	465.369,66
contratos por publicidad a terceros dentro de la plaza	3	1.500,00	4.500,00	50,00	350,00	4.500,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00
<b>total</b>	<b>10</b>		<b>1.197,00</b>	<b>1.197,00</b>	<b>8.379,00</b>	<b>33.516,00</b>	<b>456.192,00</b>	<b>457.867,80</b>	<b>477.977,40</b>	<b>498.170,79</b>	<b>519.369,66</b>

detalle de ingresos (escenario pesimista) en Bs.											
Servicio	Utilidades	Precio de alquiler	Total (Bs.)	Diario	semanal	Mensual	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
alquiler de espacios para puestos de comida rapida	7	133,00	931,00	931,00	6.517,00	26.068,00	312.816,00	314.119,40	329.760,20	345.466,17	361.954,18
contratos por publicidad a terceros dentro de la plaza	4	1.500,00	6.000,00	50,00	350,00	6.000,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00
<b>total</b>	<b>4</b>		<b>931,00</b>	<b>931,00</b>	<b>6.517,00</b>	<b>26.068,00</b>	<b>384.816,00</b>	<b>386.119,40</b>	<b>401.760,20</b>	<b>417.466,17</b>	<b>433.954,18</b>

### Detalle de costos escenario optimista.

Detalle de costos escenario optimista	Unidad de medir	Cantidad	Costo unitario	Total	Presupuesto mensual	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
<b>Gastos comunes del local</b>										
Agua	Litros	-	30,00	30,00	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Energia electrica	Kb	600	1,25	750,00	750,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
Internet	Plan mensual	1	190,00	190,00	190,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00
<b>Servicios comerciales</b>										
Publicidad en redes (facebook, whatsapp: instagram)	Plan mensual	1	140,00	140,00	140,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
Juego de camaras de seguridad	Pza	1	2.000,00	2.000,00	-	2.000,00	-	-	-	-
Sistema de alarma de intruccion	Pza		500,00	500,00	500,00	500,00	-	-	-	-
Equipo de limpieza	Pza	1	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Contenedores de basura	Pza	4	260,00	1.040,00	N.A.	1.040,00	-	-	-	-
Extintores	Pza	3	250,00	750,00	N.A.	750,00	-	-	-	-
<b>Insumos</b>										
Delantales con diseño	Pza	50	10,00	500,00	N.A.	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Gorras con diseño	Pza	50	10,00	500,00	N.A.	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
<b>Materiales</b>										
Hojas tamaño carta (500 hojas)	Paquete	2	30,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Carpetas de palanca	Pza	2	15,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Calculadoras	Pza	2	25,00	50,00	N.A.	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Boligrafos	Pza	5	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Escobas	Pza	3	25,00	75,00	N.A.	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Trapeadores	Pza	6	25,00	150,00	N.A.	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Paños para trapear	Pza	15	5,00	75,00	N.A.	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Desinfectantes	Pza	3	20,00	60,00	N.A.	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
<b>Indumentaria</b>										
Poleras con diseño	Pza	5	70,00	350,00	N.A.	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Gorras con diseño	Pza	5	20,00	100,00	N.A.	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>Otros</b>										
Recarga de extintores	Pza	3	120,00	360,00	N.A.	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Sello del negocio	Pza	2	15,00	30,00	N.A.	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
<b>Planilla</b>										
Sueldos	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	215.519,01	215.519,01	226.294,96	226.294,96	226.294,96
Aguinaldo	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	14.966,60	14.966,60	15.714,93	15.714,93	15.714,93
Fondo de indemnización	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	17.952,73	17.952,73	18.850,37	18.850,37	18.850,37
<b>Total</b>						<b>271.703,34</b>	<b>267.413,34</b>	<b>279.835,26</b>	<b>279.835,26</b>	<b>279.835,26</b>

## Detalle de costo escenario neutro

Detalle de costos escenario neutro	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total	Presupuesto mensual	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
<b>Gastos comunes del local</b>										
Agua	Litros	-	30,00	30,00	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Energía eléctrica	Kb	400	1,25	500,00	500,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Internet	Plan mensual	1	190,00	190,00	190,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00
<b>Servicios comerciales</b>										
Publicidad en redes (facebook, whatsapp: instagram)	Plan mensual	1	140,00	140,00	140,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
Juego de cámaras de seguridad	Pza	1	2.000,00	2.000,00	-	2.000,00	-	-	-	-
Sistema de alarma de intrusión	Pza		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	-	-	-
Equipo de limpieza	Pza	1	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Contenedores de basura	Pza	2	260,00	520,00	N.A.	520,00	-	-	-	-
Extintores	Pza	3	250,00	750,00	N.A.	750,00	-	-	-	-
<b>Insumos</b>										
Delantales con diseño	Pza	30	20,00	600,00	N.A.	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gorras con diseño	Pza	30	20,00	600,00	N.A.	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
<b>Materiales</b>										
Hojas tamaño carta (500 hojas)	Paquete	1	30,00	30,00	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Carpetas de palanca	Pza	2	15,00	30,00	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Calculadoras	Pza	2	25,00	50,00	N.A.	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Bolígrafos	Pza	20	1,00	20,00	20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Escobas	Pza	6	25,00	150,00	N.A.	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Trapeadores	Pza	6	25,00	150,00	N.A.	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Paños para trapear	Pza	15	5,00	75,00	N.A.	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Desinfectantes	Pza	20	20,00	400,00	N.A.	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
<b>Indumentaria</b>										
Poleras con diseño	Pza	10	70,00	700,00	N.A.	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Gorras con diseño	Pza	10	20,00	200,00	N.A.	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>Otros</b>										
Recarga de extintores	Pza	3	120,00	360,00	N.A.	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Sello del negocio	Pza	2	15,00	30,00	N.A.	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
<b>Planilla</b>										
Sueldos	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	158.052,00	158.052,00	167.154,63	167.154,63	167.154,63
Aguinaldo	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	10.975,84	10.975,84	11.607,96	11.607,96	11.607,96
Fondo de indemnización	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	13.165,73	13.165,73	13.923,98	13.923,98	13.923,98
<b>Total</b>						<b>202.758,57</b>	<b>197.988,57</b>	<b>208.481,57</b>	<b>208.481,57</b>	<b>208.481,57</b>

## Detalle de costos escenario pesimista.

Detalle de costos escenario pesimista		Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total	Presupuesto mensual	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
<b>Gastos comunes del local</b>											
Agua	Litros	-	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Energía eléctrica	Kb	200	1,25	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Internet	Plan mensual	1	190,00	190,00	190,00	190,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00	2.280,00
<b>Servicios comerciales</b>											
Publicidad en redes (facebook, whatsapp: instagram)	Plan mensual	1	140,00	140,00	140,00	140,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
Juego de cámaras de seguridad	Pza	1	2.000,00	2.000,00	-	2.000,00	-	-	-	-	-
Sistema de alarma de intrusión	Pza	1	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	-	-	-	-
Equipo de limpieza	Pza	1	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Contenedores de basura	Pza	2	260,00	520,00	N.A.	520,00	-	-	-	-	-
Extintores	Pza	2	250,00	500,00	N.A.	500,00	-	-	-	-	-
<b>Insumos</b>											
Delantales con diseño	Pza	20	20,00	400,00	N.A.	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Gorras con diseño	Pza	20	20,00	400,00	N.A.	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
<b>Materiales</b>											
Hojas tamaño carta (500 hojas)	Paquete	1	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Carpetas de palanca	Pza	2	15,00	30,00	30,00	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Calculadoras	Pza	2	25,00	50,00	N.A.	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Bolígrafos	Pza	20	1,00	20,00	20,00	20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Escobas	Pza	6	25,00	150,00	N.A.	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Trapeadores	Pza	6	25,00	150,00	N.A.	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Paños para trapear	Pza	15	5,00	75,00	N.A.	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Desinfectantes	Pza	20	20,00	400,00	N.A.	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
<b>Indumentaria</b>											
Poleras con diseño	Pza	10	70,00	700,00	N.A.	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Gorras con diseño	Pza	10	20,00	200,00	N.A.	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>Otros</b>											
Recarga de extintores	Pza	2	120,00	240,00	N.A.	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Sello del negocio	Pza	2	15,00	30,00	N.A.	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
<b>Planilla</b>											
Sueldos	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	129.642,31	129.642,31	137.024,42	137.024,42	137.024,42	137.024,42
Aguinaldo	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	9.002,94	9.002,94	9.515,58	9.515,58	9.515,58	9.515,58
Fondo de indemnización	Personas	10	N.A.	N.A.	N.A.	10.799,20	10.799,20	11.414,13	11.414,13	11.414,13	11.414,13
<b>Total</b>						<b>166.239,45</b>	<b>161.719,45</b>	<b>170.229,14</b>	<b>170.229,14</b>	<b>170.229,14</b>	<b>170.229,14</b>

**Balance inicial.**

<b>smoke on your plate (plaza de comidas)</b>			
<b>Balance inicial al 01 de enero de 2021 (Expresado en bolivianos)</b>			
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
Activo Corriente	33.881,00	Pasivo corriente	458.224,80
Caja	5.082,15	Cuenta por pagar	458.224,80
Inventario	28.798,85	Total pasivo	458.224,80
		Patrimonio	
Activo no corriente	538.900,00	Capital	114.556,20
Terreno	297.000,00	Total patrimonio y capital	114.556,20
construcción y tram. legales	228.500,00		
Maquinaria y equipo	5.040,00		
Muebles y enseres	8.360,00		
<b>Total activo</b>	<b>572.781,00</b>	<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>572.781,00</b>

**Calculo de salarios para el personal.**

<b>PLANILLA DE SUELDO ESCENARIO OPTIMISTA</b>									
ITEN	CARGO	LIQUIDO PAGABLE BS. Año 1 y 2	fondo de indemnización 8,33%	Salario diario	Aguinaldo año 1 y 2	LIQUIDO PAGABLE BS. Año 3,4,5.	fondo de indemnización 8,33%	Salario diario	Aguinaldo año 3,4,5.
1A21	Administrador	4.779,13	398,10	159,30	3.982,61	5.018,08	418,01	167,27	4.181,74
2B22	Contador	4.735,48	394,47	157,85	3.946,24	4.972,26	414,19	165,74	4.143,55
1A26	Personal de limpieza	2.788,92	232,32	92,96	2.324,10	2.928,36	243,93	97,61	2.440,30
1A26	Personal de limpieza	2.788,92	232,32	92,96	2.324,10	2.928,36	243,93	97,61	2.440,30
2B27	Personal de limpieza	2.867,48	238,86	95,58	2.389,56	3.010,85	250,80	100,36	2.509,04
<b>total</b>		<b>17.959,92</b>	<b>1.496,06</b>		<b>14.966,60</b>	<b>18.857,91</b>	<b>1.570,86</b>		<b>15.714,93</b>

<b>PLANILLA DE SUELDO ESCENARIO NEUTRO</b>									
ITEN	CARGO	LIQUIDO PAGABLE BS. Año 1 y 2	fondo de indemnización 8,33%	Salario diario	Aguinaldo año 1 y 2	LIQUIDO PAGABLE BS. Año 3,4,5.	fondo de indemnización 8,33%	Salario diario	Aguinaldo año 3,4,5.
1A21	Administrador	4.279,13	356,45	142,64	3.565,94	\$b 4.518	\$b 376	150,60	3.765,07
2B22	Contador	4.235,48	352,82	141,18	3.529,57	\$b 4.472	\$b 373	149,08	3.726,88
1A26	Personal de limpieza	2.288,92	190,67	76,30	1.907,43	\$b 2.428	\$b 202	80,95	2.023,63
2B27	Personal de limpieza	2.367,48	197,21	78,92	1.972,90	\$b 2.511	\$b 209	83,70	2.092,38
<b>total</b>		<b>13.171,00</b>	<b>1.097,14</b>		<b>10.975,84</b>	<b>13.929,55</b>	<b>\$b 1.160</b>		<b>11.607,96</b>

PLANILLA DE SUELDO ESCENARIO NEGATIVO									
ITEN	CARGO	LIQUIDO PAGABLE BS. Año 1 y 2	fondo de indemnización 8,33%	Salario diario	Aguinaldo año 1 y 2	LIQUIDO PAGABLE BS. Año 3,4,5.	fondo de indemnización 8,33%	Salario diario	Aguinaldo año 3,4,5.
1A21	Administrador	4.279,13	356,45	142,64	3.565,94	\$b 4.518	\$b 376	150,60	3.765,07
2B22	Contador	4.235,48	352,82	141,18	3.529,57	\$b 4.472	\$b 373	149,08	3.726,88
1A26	Personal de limpieza	2.288,92	190,67	76,30	1.907,43	\$b 2.428	\$b 202	80,95	2.023,63
total		10.803,53	899,93		9.002,94	11.418,70	\$b 951		9.515,58

### Tasa de descuento.

Calculo de la tasa de descuento		
Kd	10.5%	
Ke	6%	
D	254.298,00	
E	63.575,00	
T	25%	
<b>WAAC</b>	23.840,47	<b>7%</b>
	317.873,00	

### Flujo de caja.

FLUJO DE EFECTIVO PLAZA DE COMIDAS SMOKE (ESCENARIO optimista)						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión	572.781,00					
Recuperación						57.278,10
Actividades de operación						
Ingresos		<b>536.880,00</b>	<b>538.742,00</b>	<b>561.086,00</b>	<b>583.523,10</b>	<b>607.077,40</b>
Costos de operación		274.423,34	268.633,34	281.055,26	281.055,26	281.055,26
Actividades de inversión		-	-	-	-	-
Actividades de financiamiento						
Obligaciones bancarias		98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56
<b>Flujo de caja</b>	- 572.781,00	163.480,10	171.132,10	181.054,18	203.491,28	227.045,58
<b>VAN</b>	<b>194.394,58</b>					
<b>TIR</b>	<b>18%</b>					

### Flujo de caja escenario neutro

FLUJO DE EFECTIVO PLAZA DE COMIDAS SMOKE (ESCENARIO NEUTRO)						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión	572.781,00					
Recuperación						57.278,10
Actividades de operación						
Ingresos		<b>456.192,00</b>	<b>457.867,80</b>	<b>477.977,40</b>	<b>498.170,79</b>	<b>519.369,66</b>
Costos de operación		202.758,57	197.988,57	208.481,57	208.481,57	208.481,57
Actividades de inversión		-	-	-	-	-
Actividades de financiamiento						
Obligaciones bancarias		98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56
<b>Flujo de caja</b>	- 572.781,00	154.456,87	160.902,67	170.519,28	190.712,67	211.911,54
<b>VAN</b>	<b>147.888,15</b>					
<b>TIR</b>	<b>16%</b>					

### Flujo de caja escenario pesimista.

FLUJO DE EFECTIVO PLAZA DE COMIDAS SMOKE (ESCENARIO Pesimista)						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión	572.781,00					
Recuperación						57.278,10
Actividades de operación						
Ingresos		<b>384.816,00</b>	<b>386.119,40</b>	<b>401.760,20</b>	<b>417.466,17</b>	<b>433.954,18</b>
Costos de operación		166.239,45	161.719,45	170.229,14	170.229,14	170.229,14
Actividades de inversión		-	-	-	-	-
Actividades de financiamiento						
Obligaciones bancarias		98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56	98.976,56
<b>Flujo de caja</b>	- 572.781,00	119.600,00	125.423,40	132.554,50	148.260,47	164.748,48
<b>VAN</b>	- <b>12.681,10</b>					
<b>TIR</b>	<b>6%</b>					

### Estado de resultado escenario optimista.

<b>estado de resultado escenario optimista</b>	<b>1er año</b>	<b>2do año</b>	<b>3er año</b>	<b>4to año</b>	<b>5to año</b>
<b>Ingresos</b>	<b>536.880,00</b>	<b>538.742,00</b>	<b>561.086,00</b>	<b>583.523,10</b>	<b>607.077,40</b>
<b>Costos directos</b>					
Publicidad en redes (facebook, whatsapp: instagram)	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00
Juego de camaras de seguridad	- 2.000,00	-	-	-	-
Sistema de alarma de intrucción	- 500,00	-	-	-	-
Equipo de limpieza	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00
Contenedores de basura	- 1.040,00	-	-	-	-
Extintores	- 750,00	-	-	-	-
<b>Utilidad bruta</b>	<b>529.710,00</b>	<b>535.862,00</b>	<b>558.206,00</b>	<b>580.643,10</b>	<b>604.197,40</b>
<b>Costos indirectos</b>					
Agua	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Energia electrica	- 9.000,00	- 9.000,00	- 9.000,00	- 9.000,00	- 9.000,00
Internet	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00
Delantales con diseño	- 500,00	- 500,00	- 500,00	- 500,00	- 500,00
Gorras con diseño	- 500,00	- 500,00	- 500,00	- 500,00	- 500,00
Hojas tamaño carta (500 hojas)	- 60,00	- 60,00	- 60,00	- 60,00	- 60,00
Carpetas de palanca	- 30,00	- 30,00	- 30,00	- 30,00	- 30,00
Calculadoras	- 50,00	- 50,00	- 50,00	- 50,00	- 50,00
Boligrafos	- 5,00	- 5,00	- 5,00	- 5,00	- 5,00
Escobas	- 75,00	- 75,00	- 75,00	- 75,00	- 75,00
Trapeadores	- 75,00	- 75,00	- 75,00	- 75,00	- 75,00
Paños para trapear	- 405,00	- 405,00	- 405,00	- 405,00	- 405,00
Desinfectantes	- 725,00	- 725,00	- 725,00	- 725,00	- 725,00
Poleras con diseño	- 700,00	- 700,00	- 700,00	- 700,00	- 700,00
Gorras con diseño	- 200,00	- 200,00	- 200,00	- 200,00	- 200,00
Recarga de extintores	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Sello del negocio	- 30,00	- 30,00	- 30,00	- 30,00	- 30,00
Sueldos	- 215.519,01	- 215.519,01	- 226.294,96	- 226.294,96	- 226.294,96
Aguinaldo	- 14.966,60	- 14.966,60	- 15.714,93	- 15.714,93	- 15.714,93
Fondo de indemnización	- 17.952,73	- 17.952,73	- 18.850,37	- 18.850,37	- 18.850,37
<b>Utilidad antes de impuestos e inter</b>	<b>265.916,66</b>	<b>272.068,66</b>	<b>281.990,74</b>	<b>304.427,84</b>	<b>327.982,14</b>
Intereses	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82
Impuestos (IUE)	66.479,16	68.017,16	70.497,69	76.106,96	81.995,54
<b>Utilidad neta escenario optimista</b>	<b>126.199,67</b>	<b>130.813,67</b>	<b>138.255,23</b>	<b>155.083,06</b>	<b>172.748,78</b>

**Estado de resultado escenario neutro.**

<b>estado de resultado escenario neutro</b>	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
<b>Ingresos</b>	<b>456.192,00</b>	<b>457.867,80</b>	<b>477.977,40</b>	<b>498.170,79</b>	<b>519.369,66</b>
<b>Costos directos</b>					
Publicidad en redes (facebook, whatsapp: instagram)	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00
Juego de camaras de seguridad	- 2.000,00	-	-	-	-
Sistema de alarma de intrucción	- 1.500,00	-	-	-	-
Equipo de limpieza	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00
Contenedores de basura	- 520,00	-	-	-	-
Extintores	- 750,00	-	-	-	-
<b>Utilidad bruta</b>	<b>448.542,00</b>	<b>454.987,80</b>	<b>475.097,40</b>	<b>495.290,79</b>	<b>516.489,66</b>
<b>Costos indirectos</b>					
Agua	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Energia electrica	- 6.000,00	- 6.000,00	- 6.000,00	- 6.000,00	- 6.000,00
Internet	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00
Delantales con diseño	- 600,00	- 600,00	- 600,00	- 600,00	- 600,00
Gorras con diseño	- 600,00	- 600,00	- 600,00	- 600,00	- 600,00
Hojas tamaño carta (500 hojas)	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Carpetas de palanca	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Calculadoras	- 50,00	- 50,00	- 50,00	- 50,00	- 50,00
Boligrafos	- 240,00	- 240,00	- 240,00	- 240,00	- 240,00
Escobas	- 150,00	- 150,00	- 150,00	- 150,00	- 150,00
Trapeadores	- 150,00	- 150,00	- 150,00	- 150,00	- 150,00
Paños para trapear	- 75,00	- 75,00	- 75,00	- 75,00	- 75,00
Desinfectantes	- 400,00	- 400,00	- 400,00	- 400,00	- 400,00
Poleras con diseño	- 700,00	- 700,00	- 700,00	- 700,00	- 700,00
Gorras con diseño	- 200,00	- 200,00	- 200,00	- 200,00	- 200,00
Recarga de extintores	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Sello del negocio	- 30,00	- 30,00	- 30,00	- 30,00	- 30,00
Sueldos	- 158.052,00	- 158.052,00	- 167.154,63	- 167.154,63	- 167.154,63
Aguinaldo	- 10.975,84	- 10.975,84	- 11.607,96	- 11.607,96	- 11.607,96
Fondo de indemnización	- 13.165,73	- 13.165,73	- 13.923,98	- 13.923,98	- 13.923,98
<b>Utilidad antes de impuestos e intereses</b>	<b>253.433,43</b>	<b>259.879,23</b>	<b>269.495,83</b>	<b>289.689,22</b>	<b>310.888,09</b>
Intereses	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82
Impuestos (IUE)	63.358,36	64.969,81	67.373,96	72.422,31	77.722,02
<b>Utilidad neta escenario neutro</b>	<b>116.837,25</b>	<b>121.671,60</b>	<b>128.884,05</b>	<b>144.029,09</b>	<b>159.928,25</b>

### Estado de resultado escenario pesimista.

Estado de resultado escenario pesimista	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
<b>Ingresos</b>	<b>384.816,00</b>	<b>386.119,40</b>	<b>401.760,20</b>	<b>417.466,17</b>	<b>433.954,18</b>
<b>Costos directos</b>					
Publicidad en redes (facebook, whatsapp: instagram)	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00	- 1.680,00
Juego de camaras de seguridad	- 2.000,00	-	-	-	-
Sistema de alarma de intrucción	- 1.500,00	-	-	-	-
Equipo de limpieza	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00	- 1.200,00
Contenedores de basura	- 520,00	-	-	-	-
Extintores	- 500,00	-	-	-	-
<b>Utilidad bruta</b>	<b>377.416,00</b>	<b>383.239,40</b>	<b>398.880,20</b>	<b>414.586,17</b>	<b>431.074,18</b>
<b>Costos indirectos</b>					
Agua	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Energia electrica	- 3.000,00	- 3.000,00	- 3.000,00	- 3.000,00	- 3.000,00
Internet	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00	- 2.280,00
Delantales con diseño	- 400,00	- 400,00	- 400,00	- 400,00	- 400,00
Gorras con diseño	- 400,00	- 400,00	- 400,00	- 400,00	- 400,00
Hojas tamaño carta (500 hojas)	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Carpetas de palanca	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00	- 360,00
Calculadoras	- 50,00	- 50,00	- 50,00	- 50,00	- 50,00
Boligrafos	- 240,00	- 240,00	- 240,00	- 240,00	- 240,00
Escobas	- 150,00	- 150,00	- 150,00	- 150,00	- 150,00
Trapeadores	- 150,00	- 150,00	- 150,00	- 150,00	- 150,00
Paños para trapear	- 75,00	- 75,00	- 75,00	- 75,00	- 75,00
Desinfectantes	- 400,00	- 400,00	- 400,00	- 400,00	- 400,00
Poleras con diseño	- 700,00	- 700,00	- 700,00	- 700,00	- 700,00
Gorras con diseño	- 200,00	- 200,00	- 200,00	- 200,00	- 200,00
Recarga de extintores	- 240,00	- 240,00	- 240,00	- 240,00	- 240,00
Sello del negocio	- 30,00	- 30,00	- 30,00	- 30,00	- 30,00
Sueldos	- 129.642,31	- 129.642,31	- 137.024,42	- 137.024,42	- 137.024,42
Aguinaldo	- 9.002,94	- 9.002,94	- 9.515,58	- 9.515,58	- 9.515,58
Fondo de indemnización	- 10.799,20	- 10.799,20	- 11.414,13	- 11.414,13	- 11.414,13
<b>Utilidad antes de impuestos e intereses</b>	<b>218.576,55</b>	<b>224.399,95</b>	<b>231.531,06</b>	<b>247.237,03</b>	<b>263.725,04</b>
Intereses	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82	73.237,82
Impuestos (IUE)	54.644,14	56.099,99	57.882,76	61.809,26	65.931,26
<b>Utilidad neta escenario pesimista</b>	<b>90.694,59</b>	<b>95.062,14</b>	<b>100.410,47</b>	<b>112.189,95</b>	<b>124.555,96</b>

**Punto de equilibrio.**

descripcion	año 1	año2	año3	año4	año5
ingresos	536.880,00	538.742,00	561.086,00	583.523,10	607.077,40
costos variables	262.783,34	256.993,34	269.415,26	269.415,26	281.055,26
costos fijos	11640	11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00
costo total	274.423,34	268.633,34	281.055,26	281.055,26	292.695,26
punto de equilibrio \$	268.606,96	262.668,53	275.122,81	274.898,89	286.549,51
punto de equilibrio %	50%	49%	49%	47%	47%