TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

REALIZAR LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA APORTANDO EL POSICIONAMIENTO DEL RESTAURANTE "EL ÉXITO", UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO SECTOR LOS DOS PUENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL AÑO 2016

Proyecto de desarrollo, innovación e investigación previo a la obtención del título

De Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera

AUTOR: Angélica Isabel Cojitambo Lituma

TUTOR: ING. NAPOLEON CASTRO

Quito, Octubre 2016

DECLARATORIA

Los conocimientos ampliados, estudios realizados y terminaciones del actual trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor, la investigación compilada guarda los sitios web de acceso libre y conozco que es propiedad intelectual de los creadores.

ANGELICA ISABEL COJITAMBO LITUMA

CC: 172677625-3

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Angélica Isabel Cojitambo Lituma portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No 1726776253 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: "La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato"; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autora del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: : realizar la planificación estratégica aportando el posicionamiento del restaurante "El Éxito", ubicado en el centro histórico sector los dos puentes del distrito metropolitano de quito, en el año 2016

Quito, 27 de octubre 2016

_____

Angélica Isabel Cojitambo Lituma

C.I 172677625-3

AGRADECIMIENTO

A mi Tutor de Tesis

Ing. Napoleón Castro por el apoyo, confianza y guía para la culminación De este trabajo.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, el cual me abrió sus puertas y la oportunidad de desarrollarme profesionalmente.

A mis queridos profesores, quienes comparten abiertamente sus Conocimientos y vivencias haciendo que el proceso académico sea un ambiente Agradable

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi madre Verónica Lituma, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaste por ser el pilar de mi vida. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

Mi abuela Zoila lucero Lituma por quererme y apoyarme siempre. Ser mi fuerza para seguir adelante. Abuelita gracias por todos los valores y enseñanzas que me brindas cada día te amo.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....ii
AGRADECIMIENTO iii
DEDICATORIA iv
INDICE GENERAL.....v
INDICE TABLAS.....x
INDICE GRAFICOS xi
INDICE FIGURAS xi
RESUMEN EJECUTIVO xi
ABSTRACT.....xii
CAPÍTULO I.....2
1.01 Antecedentes de la investigación 2
1.02 Contexto 3
1.03 Macro 4
1.03.02 Meso.....5
1.02.03 Micro.....6
1.2 Justificación.....6
1.3 Definición Del Problema Central.....8
CAPÍTULO II 12
2.01 Mapeo de Involucrados.....12
2.02 Análisis mapeo de involucrados 12
2.03 Matriz de Análisis de Involucrados 14

2.02.01 Análisis de la matriz de involucrados. 15
CAPÍTULO III 17
PROBLEMA Y OBJETIVOS 17
3.1 Árbol de Problemas 17
3.2 Árbol de Objetivos 19
3.2.1.01 Análisis del Árbol de Objetivos 21
CAPÍTULO IV 22
4.1 Matriz de análisis de Alternativas 22
4.2 Matriz De Impacto De Objetivos 25
4.3 Diagrama De Estrategias 28
4.4 Matriz De Marco Lógico 29
CAPITULO V 35
PROPUESTA 35
5.1 Antecedentes. 35
5.1.01 Productos y Servicios que ofrece 37
5.2.1.1 Tipo De Investigación 43
5.2 Descripción De La Herramienta Metodológica 44
5.2.1 Enfoque De La Investigación 44
5.2.1.01 Investigación Descriptiva 44
5.2.2 Diseño Del Plan De Muestreo 45
5.2.2.1 Muestreo 45
5.2.3 Diseño De La Encuesta 47
5.2.3.01 Cliente Externo 61
5.2.4 Análisis Externo 61
5.2.4.1 Factores Político-Legales 62
5.2.4.2 Factores o Fuerzas Económicos 62

5.2.4.2.1 Producto Interno Bruto 62
5.2.4.2 PIB SECTORIAL 63
5.2.4.2.2 Inflación 64
5.2.4.2.3 Riesgo País 65
5.3 Formulación Del Proceso De Aplicación De La Propuesta 67
5.3.1 Planificación Estratégica 67
5.3.1.01 Filosofía Empresarial 67
5.3.1.02 Misión 67
5.3.1.03 Visión 67
5.3.1.04 Valores Corporativos 68
5.3.1.05 estándares de comportamiento 69
5.3.1.06 LOGOTIPO 70
5.3.07 Foda Empresarial 70
5.3.8 Organigrama Estructural 71
5.4 Plan de Marketing 72
5.4.01 Entorno Local 72
5.4.02 Clientes 72
5.4.02.1 Análisis Del Cliente 72
5.4.03 Los Proveedores 73
5.4.04Competidores 75
5.4.5.1 Área Administrativa 76
5.4.5.2 Proceso Administrativo 76
5.6LA PUBLICIDAD: 79
5.6.1Medios de publicidad 79
5.6.01 trípticos 80
5.6.02 Volantes Publicitarios 80

5.6.03 Tarjetas De Presentación 82
5.6.04 Pagina Web 82
5.7 Políticas 83
5.8 Objetivo General 83
5.9 Objetivos Estratégicos 83
5.10 Estrategias 84
5.10.01Estrategias FO (estrategias para atacar) 84
5.10.02 Estrategias DA (estrategias para reforzar) 85
CAPÍTULO VI 86
6.1.01 Aspectos administrativos 86
6.1.02 Recursos. 86
6.1.03 Recursos Humanos 87
6.1.04 Recursos Materiales 87
6.1.05 Recursos Financieros 88
. 6.1.06 Recursos Tecnológicos 88
6.2 Presupuesto 88
6.3 Cronograma De Actividades. 90
CAPÍTULO VII 91
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 91
7.1 Conclusiones 91
BIBLIOGRAFÍA 94
Logotipo Del Restaurante 100
Diseño De La Encuesta 100
Menú 102
Platos Gastronómicos 104
Menestras 104

.....104
Secos De Pollo 104
Caldos De Gallina 105
Guatitas 105
Mariscos 106
Tríptico.....106
Volantes Publicitarios 108
Tarjetas De Presentación.....109
Página web 109

INDICE TABLAS

Tabla 1 MATRIZ T 8
Tabla 2 Matriz de Análisis de Involucrados 14
Tabla 3 Matriz de Análisis de Alternativas 23
Tabla 4 Matriz De Impacto De Objetivos 25
Tabla 5 Matriz De Marco Lógico 30
Tabla 6 Género 49
Tabla 7 Edad 50
Tabla 8 Pregunta 1 51
Tabla 9 Pregunta 2 52
Tabla 10 Pregunta 3 53
Tabla 11 Pregunta 4 54
Tabla 12 Pregunta 5 55
Tabla 13 Pregunta 6 56
Tabla 14 Pregunta 7 57
Tabla 15 Pregunta 8 58
Tabla 16 Pregunta 9 59
Tabla 17 Pregunta 10 60
Tabla 18 Riesgo País 65
Tabla 19 Foda Empresarial 70
Tabla 20 Presupuesto 89
Tabla 21 Cronograma De Actividades. 90

INDICE GRAFICOS

Gráfico 1 Género 49
Gráfico 2 Edad 50
Gráfico 3 Pregunta 1 51

INDICE FIGURAS

Figura 1 Análisis mapeo de involucrados 12
Figura 2 Árbol de Problemas 18
Figura 3 Árbol De Objetivos 20
Figura 4 Diagrama De Estrategias 28
Figura 5 Ubicación De La Empresa 36
Figura 6 Logotipo 37
Figura 7 Menú 39
Figura 8 Organigrama Estructural 72

RESUMEN EJECUTIVO

.

Mediante este proyecto se estructura un plan estratégico para el restaurante "El Éxito". Este negocio brinda un servicio alimenticio como platos gastronómicos en el sector de los dos puentes.

En la planificación estratégica se aplicaran tres etapas que son: la formulación de estrategias, implementación de estrategias y planes de acción. En la presente planificación estratégica se identificaron dentro del restaurante los factores internos y externos. Mediante el desarrollo del proyecto se recopilo información acerca del servicio que brinda el restaurante a través de encuestas a los habitantes del sector de los dos puentes, de tal manera con los datos obtenidos se identificó la situación actual del restaurante "El Éxito"

El desarrollo del presente proyecto contiene siete capítulos, obteniendo el problema central del restaurante. El capítulo uno contiene los antecedentes, la justificación y la definición del problema central; el capítulo dos abarca el mapeo de involucrados y la matriz de análisis de involucrados; en el capítulo tres engloba los problemas y objetivos del negocio. El capítulo cuatro comprende matriz de análisis de alternativas, matriz de análisis de impacto, diagrama de estrategias y marco lógico. En el capítulo cinco la propuesta para la planificación estratégica y tipos de métodos estratégicos. Capitulo seis aspectos administrativos y financieros. Capítulo 7 conclusiones y recomendaciones. De tal manera el restaurante "El Éxito" obtendrá resultados positivos para los propietarios del negocio, considerando las figuras que contienen el capítulo cinco y seis.

ABSTRACT

Through this project a strategic plan for the restaurant "El Exito" is structured. This business offers a food service as gastronomic dishes in the sector of

the two bridges.

In strategic planning, three stages will be applied: the formulation of strategies, the implementation of strategies and plans of action. In the present strategic planning, internal and external factors were identified within the restaurant. Through the development of the project we collected information about the service provided by the restaurant through surveys to the inhabitants of the sector of the two bridges, so with the data obtained we identified the current situation of the restaurant "El Exito".

The development of this project contains seven chapters, obtaining the central problem of the restaurant. Chapter one contains the background, justification, and definition of the central problem; Chapter Two covers stakeholder mapping and stakeholder analysis matrix; in chapter three it encompasses the problems and objectives of the business. Chapter four includes an alternative analysis matrix, impact analysis matrix, strategy diagram, and logical framework. In chapter five the proposal for strategic planning and types of strategic methods. Chapter six administrative and financial aspects. Chapter 7 conclusions and recommendations. In this way the restaurant "El Exito" will obtain positive results for the owners of the business, considering the figures that contain chapter five and six.

INTRODUCCION

A través del plan estratégico establecido que se desarrollara en el presente proyecto, tendrá como finalidad dar una mejora continua al restaurante "El Éxito "en un periodo determinado, en cada uno de los procesos restructurados a ejecutarse en el negocio. Al mismo tiempo considerando los recursos disponibles para el desarrollo de los objetivos y planes de acción. A su vez incrementando un mecanismos de acción de control sobre las propuestas establecidas.

El restaurante "El Exito" a través su situación actual está en etapa donde se necesita definir nuevos planes estratégicos, objetivos que ayuden a mejorar la rentabilidad de recursos disponibles y el posicionamiento en el mercado.

La planificación estratégica tiene como finalidad analizar y buscar mejoras en el restaurante "El Éxito ".de tal manera disminuir la deficiencia de los procesos que conlleva a la situación actual del negocio. Incrementando los objetivos y principios establecidos por los propietarios. Para establecer una marca en el mercado se necesita ser un negocio con una misión y visión amplia, en los últimos años ha tenido una baja rentabilidad en sus ingresos, la competencia crece y la inexistencia de una adecuada planificación estratégica no permite que el restaurante gane posicionamiento en el mercado.

De tal manera se desarrollara un análisis situacional para verificar como progresa el restaurante, tomando en cuenta cuáles son sus fortalezas y debilidades. Como también se realizara un análisis minucioso de los aspectos financieros y administrativos en el periodo 2015, que serían las posibles causas de la baja rentabilidad del negocio. En base a esto se elaborara un plan de acción enfocado en mejorar el desempeño del restaurante "El Éxito ".

CAPÍTULO I

1.01 Antecedentes de la investigación

El restaurante "El Éxito" está situado en el Distrito Metropolitano Quito creada el 1986 constituida por los esposos Gonzalo Muños y la señora Zoila Lucero Lituma brindando un servicio alimenticio como platos gastronómicos en el sector de los dos puentes en un amplio salón con capacidad para 100 personas. Tiene una decoración sencilla pero agradable y acogedora, con un servicio de calidad, satisfaciendo las necesidades de los consumidores a la hora de comer, el sueño de muchos comensales ha sido servirse a su gusto, por sí mismos y las veces que deseen, los más variados menús. Esta oferta gastronómica se cumple al pie de la letra, en el restaurante, uno de los pocos de la ciudad, especializados en brindar a sus clientes el servicio de comida para los almuerzos o cenas diarias. El cliente puede servirse un menú completo y de gastronomía variada, que va desde la entrada hasta el postre, pasando por la sopa, el plato fuerte y las bebidas.

Los dueños invierte la mayor parte del tiempo en actividades de rutina, los métodos que se usan se los hace de forma empírica, no existe una misión ni una visión en la cual se reflejen las metas, las políticas de trabajo, horarios establecidos, y la inexistencia de un ápice estratégico, es así que mediante esta investigación se propone, desarrollar un plan estratégico que permita que el restaurante tome posición en el mercado. El restaurante "El Éxito" actualmente se encuentra una etapa de restructuración donde se necesita definir nuevos planes estratégicos, objetivos que

ayuden a mejorar la rentabilidad de recursos disponibles y el posicionamiento en el mercado.

A través de un modelo de Planificación Estratégica se puede lograr grandes avances en la Empresa, entre estos tenemos:

Mejorar el desempeño de la organización, enfrentar los problemas actuales tales como: toma de decisiones, racionalizar el uso de los recursos y reordenar procesos. Introducir cambios necesarios para que el restaurante se oriente hacia la administración estratégica.

El plan estratégico que se establezca en el restaurante "El Éxito "deberá estar orientado al mediano y largo plazo. Disponer de una adecuada planificación que permitirá el crecimiento económico del restaurante, y por ende un aporte económico para el País, lo cual se estipula en el plan del buen vivir como es el objetivo 8 que plantea consolidar el sistema económico social y solidario de una forma sostenible. Esto se refiere a que si un restaurante tiene buenos ingresos, será un aporte para fortalecer la economía en el país, por lo cual existirá una disminución de desempleo, y los seres humanos mejoraran su calidad de vida.

1.02 Contexto

"Una planificación estratégica tiene de gran importancia en las organizaciones para ayudar a crecer su competitividad en el mercado, para una mejora continua en la empresa, con la ayuda de sus colaboradores. De tal manera que una planificación estratégica sirve como una herramienta importante en la toma de decisiones dentro de la organización." (Juan Carlos Cuellar, 2012, pág. 25)

Análisis

El desarrollo de la planificación estratégica que se elaborara en el restaurante "El Éxito " permitirá el crecimiento de la rentabilidad económica que tiene el negocio , estipulando una misión y visión claros, que reflejen las metas y objetivos del restaurante tomando en cuenta su posicionamiento en el mercado.

1.03 Macro

"El nivel macro refleja los ideales de los miembros de la organización. Es decir cómo nos gustaría que fuera el negocio. Tomando en cuenta la filosofía, la visión y la misión en la organización para establecer las necesidades de cambio y las decisiones que se deben tomar cuenta. Para poder visualizar el futuro empresarial con principios de realidad determinando la situación actual que nos conlleva a la presente planificación estratégica. (Nidia Garcia Lizano, 2013, pág. 33)

Nuestro país es pluricultural, con una variedad de culturas, costumbres y pensamientos que son diversos y diferentes, con esta nueva planificación estratégica se está implementando una nueva propuesta para el negocio. Mediante esta proyecto se pretende recomendar que es de suma importancia motivar al personal dentro de la organización estableciendo las relaciones interpersonales y el clima laboral , incrementando un plan de capacitación para el personal de talento humano del restaurante , de tal manera que se obtendrá resultados favorables para el crecimiento del negocio.

1.03.02 Meso

En el Distrito Metropolitano de Quito existe un sin números de restaurantes que sin duda no consideran la importancia de las relaciones interpersonales y el clima laboral de los empleados , ya que la falta de buenas relaciones entre compañeros causa la rivalidad en el trabajo este puede traer inconvenientes que pueden afectar el crecimiento del restaurante . Se debería tener como prioridad la capacitación de los empleados para lograr un desempeño adecuado, logrando el trabajo en equipo manteniendo el compañerismo, evitando conflictos para tener negocios sólidos y llenos de solidaridad con sus compañeros reflejando un grado de compromiso a la hora del desarrollo de sus actividades para alcanzar las metas y objetivos propuestos por el restaurante.

1.02.03 Micro

El restaurante "El Éxito" se fundó en el año de 1986, con la unión de dos esposos Gonzalo muños y la señora Zoila lucero conformaron una sociedad de régimen simplificado el cual su objetivo principal es ofrecer un servicio de restaurante y cafetería de excelente calidad para así satisfacer las necesidades de sus clientes ya que ellos analizaron que en este sector arribaban variedad de empresas y turistas de diferentes partes del país y los cuales tenían la necesidad de un servicio de restaurante ya que para ese entonces no se encontraba un lugar que ofreciera este servicio. Es así como quedo ubicado en el sector de los dos puentes en el centro histórico del país. Allí lleva ubicado 30 años gracias a la acogida que ha tenido y a la fidelidad de sus clientes. Actualmente es administrado por la señora Zoila Rosa Lucero Lituma. A pesar del tiempo sigue siendo uno de los restaurantes conocido por su excelente atención y por su deliciosa gastronomía.

1.2 Justificación

Mediante la planificación estratégica que se establezca en el restaurante, este deberá estar orientado a un periodo de mediano y largo plazo. Disponer de una adecuada planificación que permitirá el incremento de los ingresos del restaurante, y por ende un aporte económico para el País, esto se refiere a que si el restaurante tiene buenos ingresos, será un aporte para fortalecer la economía, habrá disminución del desempleo.

Para el desarrollo de la panificación estratégica se plantearon dos hipótesis: La primera para determinar el mercado potencial del restaurante "El Éxito" , a partir de una encuesta realizada a personas con edades entre 25 y 39 años de edad, pertenecientes a los niveles socio económicos que transita por la Av. Los dos puentes. Para corroborar la validez de la hipótesis, se realizara un estudio del perfil de consumidor y su comportamiento de compra, a partir del cual se incrementara los lineamientos organizativos, se definieron los procesos administrativos de la planificación estratégica establecida.

La segunda hipótesis, es evaluar la rentabilidad del negocio a instalarse en el mercado; para evaluar dicha hipótesis se elaboró un estudio de factibilidad. Este estudio lo conforma el análisis económico y financiero del restaurante. Los resultados nos permitieran a partir de un análisis de sensibilidad y riesgo, determinar el mercado en el que el negocio podría posicionarse, tomando en cuenta los factores externos existentes, este impacto podría causar determinadas variables del entorno y que muchas veces que no sean controlables.

Además, la planificación estratégica estipulada brindara un soporte necesario para que el restaurante "El Éxito ". Se convierta en un negocio con una rentabilidad y liquidez económica como también se dará a conocer en el mercado nacional.

1.3 Definición Del Problema Central

"Es el desarrollo de causas y consecuencias que tiene una organización, por lo general un problema se refiere a la situación actual de la empresa que se denota un hecho negativo. De tal manera es necesario tener presente el problema identificado para admitir diversas alternativas de solución: (Juan Carlos Cuellar, 2012, pág. 8)

1.3.01 MATRIZ T

Tabla 1 MATRIZ T

MATRIZ T					
Situación Empeorada	Situación actual				Situación Mejorada
Pérdida de clientes y baja rentabilidad	Inexistencia de la Planificación Estratégica y su incidencia en la rentabilidad y posicionamiento de la Empresa				Implementación de la Planificación Estratégica para la empresa "el éxito"
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerzas bloqueadoras
Implementación de estrategias gerenciales, capacitaciones mensuales	1	4	5	2	Deficiente calidad en la Gestión Estratégica
Adecuada Inducción a los colaboradores, con talleres	3	3	4	1	Existente rotación de personal
Implementar estrategias de mercadotecnia.	2	3	4	1	Desconocimiento de la marca

Implementar estrategias de cercanía al cliente	3	4	5	2	Reducción en la cartera de clientes
Aumento clientes, con procesos eficientes y calidad de servicios.	3	4	5	2	Baja rentabilidad

Fuente: Restaurante "El Éxito "
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

I = Intensidad: es el nivel de impacto de la fuerza sobre las condiciones de la problemática actual.
PC = Potencial de cambio: es cuanto se puede modificar o aprovechar la fuerza para llegar a la situación deseada.

Nota: los niveles están considerados de la siguiente manera:
1 = Bajo 2 = Medio Bajo 3 = Medio 4 = Medio Alto 5 = Alto.

Análisis:

Mediante la matriz t se observó el problema central que sufre el restaurante "El Éxito" su situación actual es la inexistencia de la planificación estratégica y su incidencia en la rentabilidad y posicionamiento del negocio, como situación mejorada se desarrollara la Implementación de la Planificación Estratégica para el restaurante "El Éxito", a su vez la situación empeorada que puede sufrir el negocio en periodo de tiempo seria la pérdida de clientes y su baja rentabilidad en el mercado.

De tal manera como fuerzas bloqueadoras existe la deficiente calidad en la gestión estratégica, generando una fuerza impulsadora como la implementación de estrategias gerenciales y capacitaciones mensuales al personal del negocio.

Se ha observado mediante su situación actual en el negocio, existe una rotación del personal, de tal manera se realizara una adecuada inducción a los colaboradores implantando tallares de capacitación mensual.

Una de la falencias que se ha observado es la reducción de la cartera de clientes que los meces ha sufrido el negocio. Realizando una implantación de estrategias de cercanía para el cliente.

La situación actual que sufre como fuerza bloqueadora el restaurante es el desconocimiento de la marca en el mercado. Lo que conlleva a implementar estrategias de mercadotecnia. Para el posicionamiento del restaurante.

El restaurante sufre una baja rentabilidad en su negocio. Lo que conlleva a realizar un aumento de clientes, con procesos eficientes y brindando una calidad en el servicio gastronómico.

CAPÍTULO II

2.01 Mapeo de Involucrados

Mediante el análisis de involucrados nos ayuda a evaluar el ambiente de trabajo en un proyecto lo cual nos permite evaluar y comprender las características , observando los problemas que se va a resolver en el proyecto, permitiendo elaborar los procesos adecuados para lograr la captación sin tener riesgos sobre ellos.

(Juan Carlos Cuellar, 2012, pág. 25)

2.02 Análisis mapeo de involucrados

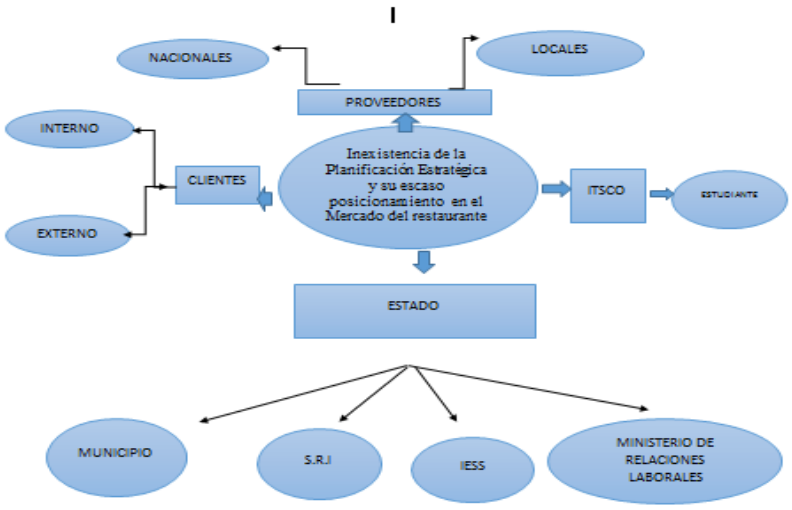


Figura 1 Análisis mapeo de involucrados
ITSCO: Instituto Tecnológico Superior Cordillera
IESS: Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social

Análisis:

Mediante el desarrollo del mapeo de involucrados se dividen por: los clientes, proveedores, el estado y el Itsco.

El clientes se subdividen el directos e indirectos los cuales son de suma importancia para estabilidad económica de la empresa

Como involucrado directos son los proveedores que se englobaban en nacionales e internacionales, generando un aporte para el servicio gastronómico que brinda el restaurante a sus comensales.

Otro factor importante para lograr los alcances necesarios en el proyecto se involucra el instituto cordillera como una herramienta importante para el cumplimiento de los objetivos estipulados en la presente planificación.

Se toma en cuenta que el estado es un factor que se involucra de manera directa en la planificación estratégica establecidas para el desarrollo del negocio, siendo un ente de gran importancia, como son los trámites legales para desenvolvimiento del restaurante en el mercado.

2.03 Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla 2 Matriz de Análisis de Involucrados

Involucrados	Interés del problema	Problema percibido	Recursos y mandatos	Interés del proyecto	Conflictos potenciales
Clientes	Servicio de calidad	Ineficiencia en los procesos y baja rentabilidad	Recurso financieros , recursos humanos y reglamentó interno	Eficiencias en los procesos , incremento en la cartera de clientes .	Desconocimiento de la marcay escaza clientela
Proveedores	Cacelacion al dia de los pagos, sin multas e intereses	Terminacion de los contratos	Recursos financieros y recursos tecnológicos	Incrementos del productos de calidad que ayuden al servicio gastronómico	Escazes de productos
Estado	Desarrollo correcto de los permisos de funcionamiento	Baja rentabilidad y falta de liquidez.	Normativa legal, recursos financieros.	Establecer fuentes de empleo	Excesivas tasa de interés, alta tasa de desempleó.
Itsco	Desenvolvimiento previo del proyecto	Conocimientos limitados de los estudiantes sobre el tema a desarrollar.	Estudiante, docente, recurso financieros y recurso tecnológicos y el restaurante	Aplicación de la planificación estratégica estipulada.	Información limitada para el desarrollo del proyecto

Fuente: Restaurante "El Éxito "
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

2.02.01 Análisis de la matriz de involucrados.

Son aquellos factores que se encuentran de manera directa e directa que se relacionan dentro de la organización como son los clientes, proveedores, el estado y el Itsco

El factor proveedores es de suma importancia para la compra de materia prima de alta calidad, para la elaboración de los alimentos y consumos de los clientes en el mercado.

De igual manera el estado es el incremento de la tasa de impuestos en los mercados para realizar sus actividades a su vez generando menores ventas a la organización y por ende menores ingresos fiscales.

El interés del Itsco permite desarrollar el proyecto previo a la titulación.
Y finalmente como involucrados más beneficiados se encuentran los clientes con el previo desarrollo de la planificación estratégica para el incremento de la empresa con una eficiencia en sus procesos y un reconocimiento en el mercado satisfaciendo las necesidades del cliente.

Situación Percibida

Mediante la situación percibida en presente proyecto se encuentra el factor cliente, observando una ineficiencia en el proceso y su baja rentabilidad. Como factor proveedores podría ocasionar una terminación en sus contratos para le entrega del producto, que necesita el negocio en su servicio gastronómico. De tal manera el estado afecta de una manera directa ya que como situación percibida se puede encontrar con una baja rentabilidad y falta de liquidez. El Itsco afecta de manera directa, con la fatal de conocimientos limitados de los estudiantes sobre el tema presente.

Recursos medio y mandatos:

Dentro de los recursos a utilizar en la ejecución del proyecto, se encuentra el recurso humano, es decir, los clientes internos y externos de la empresa, ya que son factores clave para el negocio.

El recurso tecnológico, es de suma importancia para el desarrollo de la presente planificación, ya permite facilitar el manejo adecuado de los procesos y recursos para el funcionamiento del negocio.

La normativa vigente: son los reglamentos regidos por el estado, para el cumplimiento de las reglas y políticas establecidas para el permiso de funcionamiento de los negocios.

El recurso financiero permite solventar los gastos, para la implementación de mejoras en el negocio.

Intereses sobre el proyecto:

Atreves la implantación de la planificación estratégica se quiere obtener una eficiencia en los proceso, incremento de la cartera de clientes. A su vez obtener productos de alta calidad para el servicio gastronómico en el sector de los dos puentes de igual manera estableciendo fuentes de empleo en el país.

Conflictos potenciales:

Mediante la situación actual que sufre el negocio se observaron cómo conflictos potenciales el desconocimiento de la marca en el mercado y la escaza clientela de tal manera existe por el factor de los proveedores una escasez de productos, el estado afecta por el alto nivel de desempleo y pocas fuentes de trabajo

CAPÍTULO III

PROBLEMA Y OBJETIVOS

3.1 Árbol de Problemas

El árbol de problemas no ayuda a identificar las causas y consecuencias que tiene el negocio dentro su servicio gastronómico , de igual manera nos ayuda a plantear estrategias sobre los aspectos negativos dentro del restaurante , y así convertirlos en aspectos positivos que fundamenten el cumplimiento de las normas y políticas de la organización. (Leonellha Barreto Dillon, 2011, pág. 1)

3.1.02 Árbol de Problemas

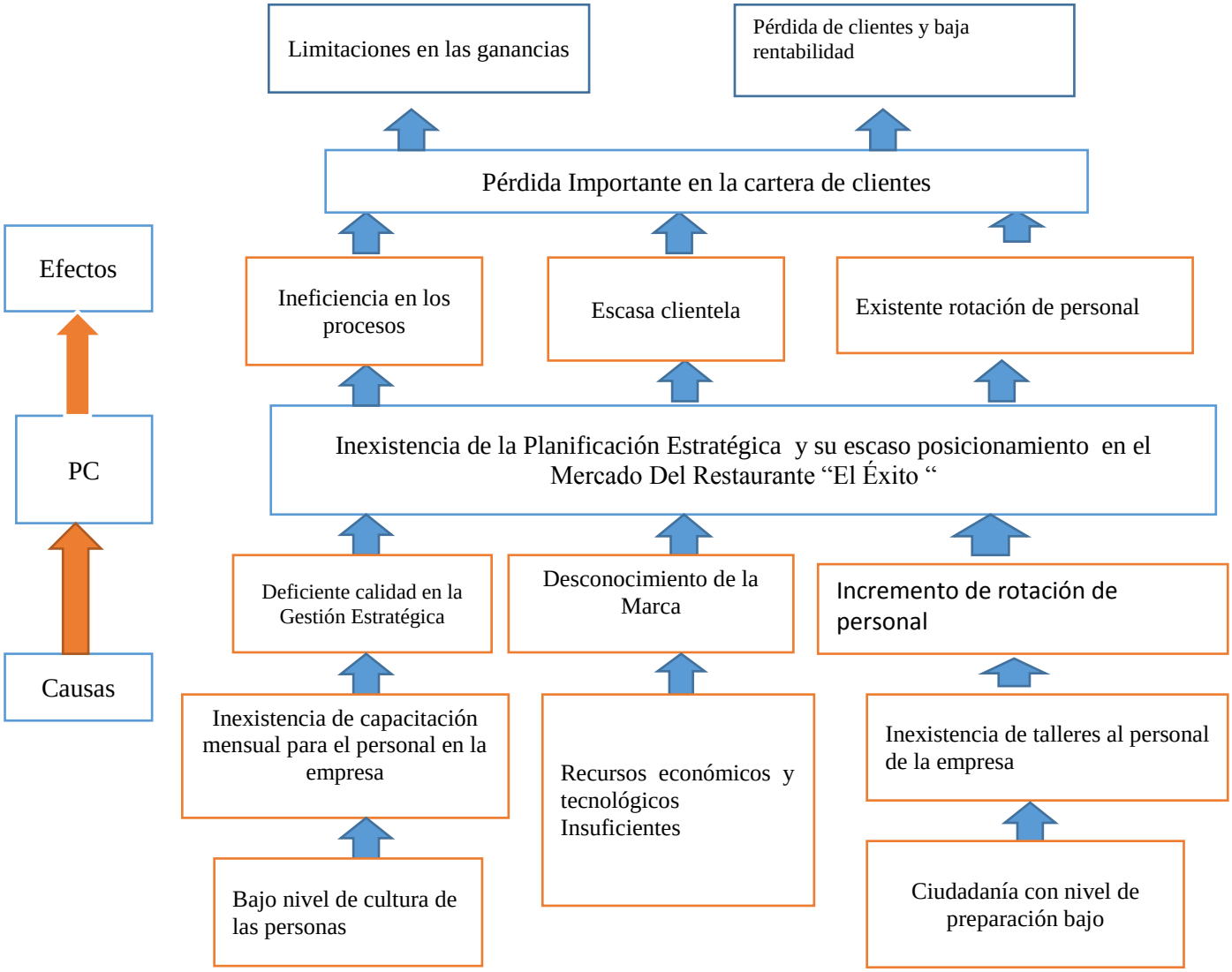


Figura 2 Árbol de Problemas
Fuente: Restaurante "El Éxito "
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

Análisis

Mediante el árbol de problemas se identificó su problema central es la inexistencia de la planificación estratégica y su escaso posicionamiento en el mercado.

Las causas percibidas en el árbol de problemas son la inexistencia de capacitación mensual para el personal en el negocio, esto hace que la deficiencia de calidad en la gestión estratégica y el desconocimiento de la marca no genere un alto desenvolvimiento en los recursos económicos, tecnológicos y a su vez la alta rotación del personal existente por no brindar capacitaciones y tallares al personal.

Tomando en cuenta al aplicar este plan estratégico los efectos en la organización es la ineficiencia en los procesos, la escaza clientela, el alto índice de rotación del personal y sus limitaciones en las ganancias económicas. Limitando su avance tecnológico que se brindara a una los clientes.

3.2 Árbol de Objetivos

Mediante el árbol de objetivos resolvemos la situación esperada resolviendo los problemas percibidos en el árbol de problemas, buscando mejoras continuas para desenvolvimiento de la planificación estratégica estipulada en presente proyecto. (Eduardo ALdunate , 2011, pág. 12)

3.2.1 Árbol de objetivos

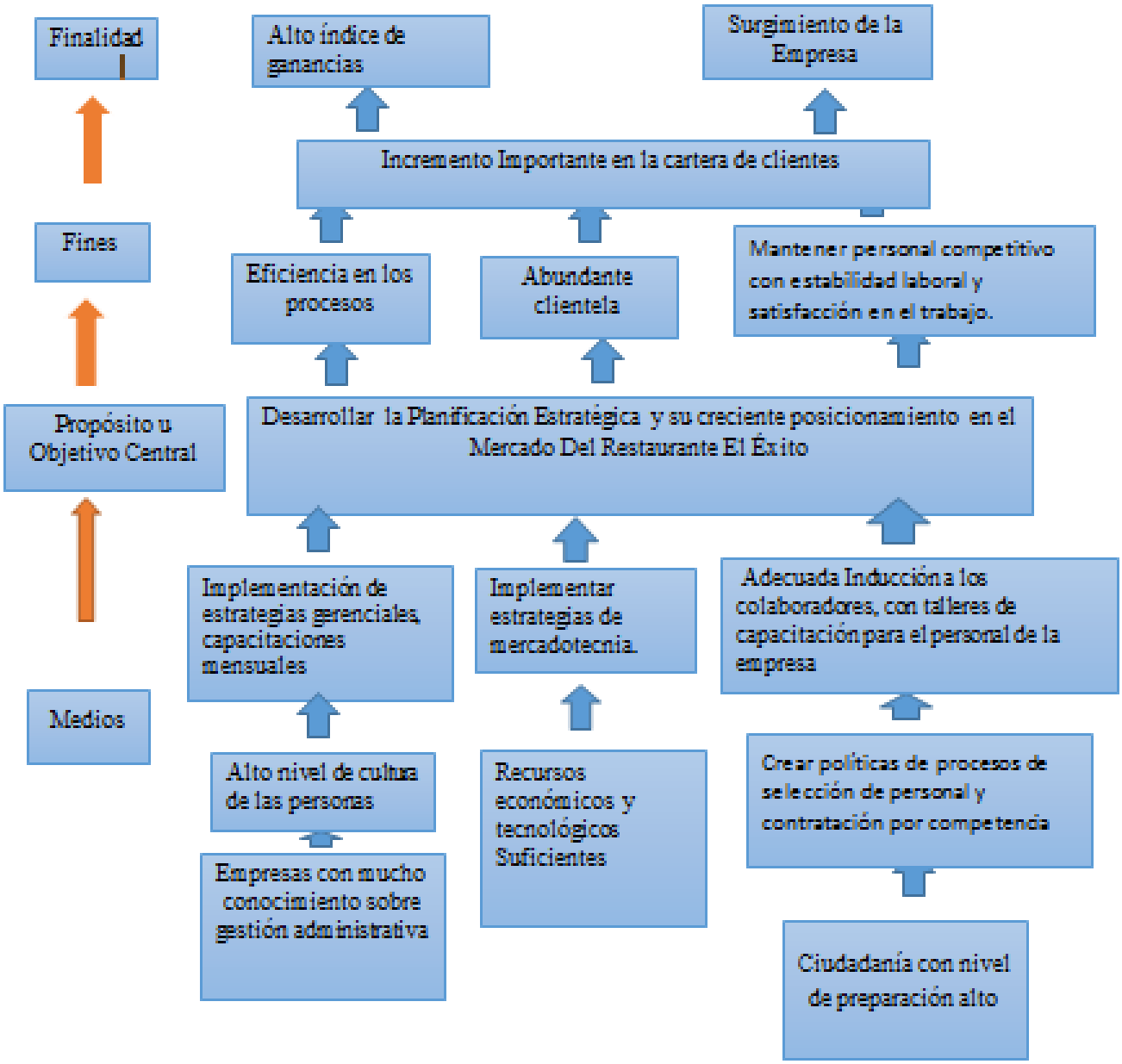


Figura 3 Árbol De Objetivos
Fuente: Restaurante "El Éxito "
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

3.2.1.01 Análisis del Árbol de Objetivos

El propósito y objetivo central del árbol de problemas es implementar una planificación estratégica y su creciente posicionamiento en el mercado.

Mediante los medios estipulados es la implementación de estrategias gerenciales y capacitaciones mensuales. Incrementando el alto nivel de culturas de las personas. A la vez desarrollar estrategias de mercadotecnia ayudando a la adecuada inducción a los colaboradores. Como talleres de capacitaciones y preparación al personal.

Como fines del desarrollo de la planificación estratégica es la eficiencia en sus procesos, abundante clientela de tal manera tener un personal competitivo con una estabilidad laboral y satisfacción en el trabajo.

La finalidad de este propósito es el incremento importante en la cartera de clientes logrando un alto índice de ganancias y surgimiento de la empresa en el mercado.

CAPÍTULO IV

4.1 Matriz de análisis de Alternativas

Ayuda a identificar y definir las mejores soluciones para el proyecto, permitiendo establecer los objetivos centrales que define el negocio como son la misión, la visión, las estrategias. (Romulo Canillo Alvarado , 2008, pág. 12)

Importancia del análisis de alternativas

El análisis de alternativas es de gran importancia para el proyecto ya que ayuda a identificar las soluciones y alternativas, para poder llegar a las estrategias del proyecto. (Teresa Vega Bermudez, 2012, pág. 15)

Tabla 3 Matriz de Análisis de Alternativas

Objetivos	Impacto Sobre El Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Eficiencia en los procesos	**5**	**4**	**5**	**4**	**4**	**22**	**ALTO**
Aumento Importante en la cartera de clientes	**5**	**4**	**5**	**5**	**4**	**23**	**ALTO**
Implementación de estrategias gerenciales, capacitaciones mensuales	**5**	**4**	**4**	**4**	**5**	**21**	**ALTO**
Implementar estrategias de mercadotecnia	**5**	**5**	**4**	**4**	**4**	**22**	**ALTO**
Desarrollar la planificación estratégica y su creciente posicionamiento en el mercado del restaurante "El Éxito "	**5**	**5**	**4**	**4**	**4**	**22**	**ALTO**
Total	**25**	**22**	**22**	**21**	**21**	**111**	

Fuente: Restaurante "El Éxito"
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

4.1.01 Análisis de la Matriz de análisis de Alternativas

La matriz de análisis de alternativas se divide en objetivos, impacto sobre el propósito, factibilidad técnica, factibilidad financiera, factibilidad social, factibilidad política.

En los objetivos tenemos la eficiencia en los procesos con un impacto sobre el propósito de 5, una factibilidad técnica de 4, factibilidad financiera de 5, factor social de 4 y factor político de 4. Con una categoría en la eficiencia de sus procesos siendo alta.

Aumentó importante en la cartera de clientes, con un impacto sobre el propósito de 5, una factibilidad técnica de 4, factibilidad financiera de 5, factor social de 5 y factor político de 4. Con una categoría el aumento de la cartera siendo alta.

La implantación de estrategias gerenciales y capacitaciones mensuales con un impacto sobre el propósito de 5, una factibilidad técnica de 4, factibilidad financiera de 4, factor social de 4 y factor político de 4. Con una categoría el aumento de la cartera siendo alta.
Implementación de estrategias de mercadotecnia con un impacto sobre el propósito de 5, una factibilidad técnica de 5, factibilidad financiera de 4, factor social de 4 y factor político de 5. Con una categoría el aumento de la cartera siendo alta.

Desarrollo de la planificación estratégica y su creciente posicionamiento en el mercado con un impacto sobre el propósito de 5, una factibilidad técnica de 5, factibilidad financiera de 4, factor social de 4 y factor político de 5. Con una categoría el aumento de la cartera siendo alto.

De tal manera tiene una totalidad sobre el impacto del propósito de 25, factibilidad técnica total de 22, factibilidad financiera 22, factibilidad social de 21 y el factor político de 21 que suma una totalidad de 111.

4.2 Matriz De Impacto De Objetivos

La matriz de impacto de objetivos nos permite indentificar los factores externos que tiene la empresa, expresando de una forma positiva o negativa (Fred Red David, 2011, pág. 30)

Tabla 4 Matriz De Impacto De Objetivos

Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto de género	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categoría
Eficiencia en los procesos	Incremento de los procesos para la eficiencia en la productividad. (5)	Incrementadas fuentes de empleo. (4)	Establecer programas de reciclaje. (4)	Responder a las necesidades de los trabajadores dentro de la empresa. (4)	Consolidar la participación de los empleados con los proceso. (4)	21	Alto
Aumento importante en la cartera de clientes	Incremento importante en la cartera de clientes Aumentado la rentabilidad de la empresa (5)	Desarrollar un trato de satisfacción para los clientes (4)	Proveer del espacio adecuado para la clientela. (4)	Responder a las necesidades de los consumidores generando rentabilidad. (4)	Aportar al desarrollo de la organización incrementando su rentabilidad (5)	22	Alto

Implementación de estrategias gerenciales, capacitaciones mensuales	Evitar pérdidas económicas para la organización a. (4)	Incrementar la participación de hombres y mujeres. (4)	Planes de capacitación para el desarrollo del permiso de funcionamiento (4)	Es una prioridad para la organización. (4)	Aportar al desarrollo de la organización. (4)	20	MEDIO ALTO
Implementar estrategias de mercadotecnia	Desarrollo de nuevos procesos para la obtención de una tasa de rentabilidad alta. (5)	Incremento de ventas para el desarrollo dentro de la empresa (5)	Mejorar el clima laborar obteniendo una rentabilidad para la empresa. (5)	Toma de decisiones efectivas. (4)	Optimizar el tiempo del proceso de selección. (4)	23	Alto
Desarrollar la planificación estratégica y su creciente posicionamiento en el mercado del restaurante el éxito	Desarrollo de nuevos procesos para la (5)	Incremento de nuevos procesos (5)	Mejorar el clima laborar. (5)	Toma de decisiones efectivas. (4)	Optimizar el tiempo del proceso de selección. (4)	23	Alto
Total	23	21	20	20	20	104	

Fuente: Restaurante "El Éxito "
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

Análisis

A través de la matriz de impacto de objetivos se establecen objetivos como eficiencia en los procesos, aumento importante en la cartera de clientes, la implementación de estrategias gerenciales y la implantación de estrategias de mercadotecnia, generando un desarrollo para la planificación estratégica estipulada en el presente proyecto.

La factibilidad de lograrse con los objetivos estipulados existe un incremento en los procesos administrativos, a la vez un incremento en la cartera de clientes, de tal manera que ayude a la rentabilidad de la empresa.

El impacto de género nos permitirá a incrementar fuentes de trabajo a la vez satisfaciendo las necesidades del cliente y el incremento de ventas en el restaurante obteniendo mayor rentabilidad en sus ingresos.

El impacto ambiental permitirá establecer programas de reciclaje, proveer espacios adecuados para la clientela, cumpliendo con los reglamentos internos del negocio.

La relevancia ayudara a responder las necesidades de los trabajadores dentro del negocio y a la vez las necesidades de los consumidores.

Con la finalidad de tener una rentabilidad económica en el presente periodo estipulado.

4.3 Diagrama De Estrategias

El diagrama de estrategias tiene como propósito desarrollar las actividades y componentes que tiene una organización, buscando sus mejoras dentro del entorno interno de la empresa. (Antonio Frances, 2012, pág. 20)

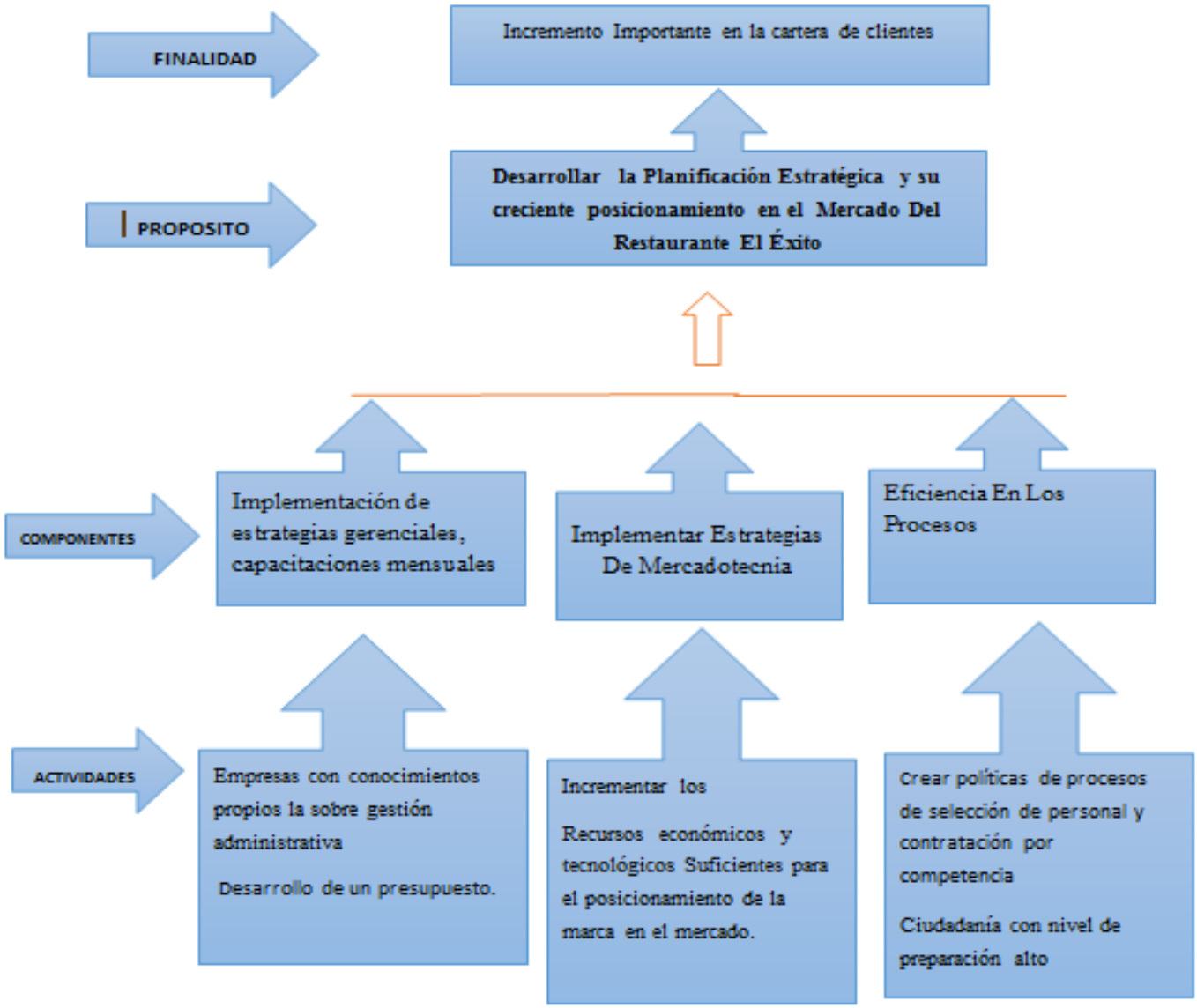


Figura 4 Diagrama De Estrategias
Fuente: Restaurante "El Éxito "
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

Análisis

Mediante el diagrama de estrategias se desarrollara la planificación estratégica para el posicionamiento de la marca del restaurante en el mercado.

Los componentes de este diagramas son los siguientes: implementación de estrategias gerenciales y capacitaciones mensuales, implantación de estrategias de mercadotecnia para el posicionamiento en el mercado y la eficiencia en sus procesos.

Teniendo una finalidad importante para el negocio como es el incremento de la cartera de clientes y su rentabilidad económica del negocio

4.4 Matriz De Marco Lógico

La matriz de marco lógico es una herramienta importante para el desarrollo del presente proyecto que sirve para examinar el desempeño de los trabajadores dentro de la organización.

Tabla 5 Matriz De Marco Lógico

Objetivos del desarrollo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Finalidad	El 90% de incremento en la cartera de clientes en los próximos 6 meces aportando a la rentabilidad de la empresa	Informes de evaluación de los índices de la cartera de clientes Desarrollo de procesos eficientes para el acceso y cambio de áreas para el desarrollo de productividad en la empresa	Baja rentabilidad en el mercado y bajo índice de posicionamiento en el mercado para la obtención de un incremento de cartera de clientes en la empresa.
Aumento Importante en la cartera de clientes			
Propósito	100% de desarrollo de la planificación estratégica y su reconocimiento de su marca estableciendo una toma de decisiones adecuada para la eficiencia de nuevos procesos que genere rentabilidad en la empresa	Realizar Un Análisis De La Situación Interna Y Externa De La Empresa. Diseñar un Plan de Mercadeo que detalle las acciones a emprender con el fin de alcanzar una participación satisfactoria	Realización de un cambio en la estructura Organizacional del Departamento administrativo generando rentabilidad en la empresa
Desarrollar la Planificación Estratégica y su creciente posicionamiento en el Mercado Del Restaurante El Éxito			
Componentes			
Implementación de estrategias	100 % Desarrollo de un presupuesto	Informe de análisis financiero	Mal manejo de la gestión administrativa

gerenciales, capacitaciones mensuales			en la empresa
Implementar estrategias de mercadotecnia	100 %incremento de los recursos económicos y tecnológicos para el posicionamiento de la marca en el mercado	Estudio de mercado sobre el posicionamiento de la empresa	Poca rentabilidad de la cartera de clientes en el mercado para lograr un posicionamiento en la empresa
Eficiencia en los procesos	75 % del manejo adecuado de las nuevas leyes establecidas para el permiso de funcionamiento de la empresa.	Informe de seguimiento de rendimiento laboral a través de evaluaciones hacia los trabajadores.	Tasa de desempleo y bajo rendimiento de la tasa de ingresos en el mercado provocando poca estabilidad en sus ventas a la empresa
Actividades			
1.1Empresas con conocimientos propios sobre la gestión administrativa 1.2 Desarrollo de un presupuesto. 1.3 Capacitación al supervisor encargado del área respectivo	Recurso Humano $200 -Materiales $150 -Recurso Tecnológico $250 Total $600	Informes del área de Recursos Humanos y administrativo de la empresa con respecto al personal y la cartera de clientes que se esté generando rentabilidad en la empresa en los próximos meses	Asignación de Recursos administrativos y Cambios en el organigrama organizacional implementando la planificación estratégica para el posicionamiento y alto índice de rentabilidad
2.1 Incrementar	Recurso económicos	Informes financieros	Asignación de nuevos

los Recursos económicos y tecnológicos Suficientes para el posicionamiento de la marca en el mercado	$250 -Capacitación $300 Total $550	de lo utilizado para la mejora en los procesos.	proceso eficientes para el cumplimientos de los objetivos establecidos en el presente proyecto
3.1 Crear políticas de procesos de selección de personal y contratación por competencia **3.2 Ciudadanía con nivel de preparación alto**	Recurso Humano $200 – CAPACITACIONES $300 -Recurso Tecnológico $100 Total $600	Formato observación y seguimiento de las nuevas leyes rígidas para el funcionamiento de la empresa	Resistencia al cambio de procesos dentro de la organización por parte del gerente de Recursos administrativos

Fuente: Restaurante "El Éxito"
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

Análisis:

Mediante la matriz marco lógico se dividen en objetivo de desarrolló, indicadores, medios de verificación y supuestos.

Los objetivos de desarrollo de la matriz de marco lógico tiene como finalidad aumento importante en la cartera de clientes

El propósito de la matriz de marco lógico es desarrollar la planificación estratégica y su crecimiento, posicionamiento en el mercado.

Los componentes en presen te proyecto son la implantación de estrategias gerenciales y capacitación mensuales al personal, implementar estrategias de mercadotecnia y eficiencia en los proceso.

El 90% de incremento de la cartera del cliente en los próximos 6 meces adoptado a la rentabilidad de la empresa.

El 100% de desarrollo ser reconoce su marca en el mercado estableciendo decisiones que se tomen a corto o largo plazo generando rentabilidad en la misma.

Los medios de verificación se realizaran informes de evaluación a los clientes para tener una mejora en el desarrollo de procesos como también se verificara la productividad en el área para la obtención del desarrollo del restaurante

El propósito de la planificación es desarrollar estrategias y reconocimiento de las decisiones que se imparten dentro de la organización, es así que el 100% de desarrollo se ve como una oportunidad para el crecimiento de la cartera de clientes.

Al realizar un análisis de la situación interna y externa del restaurante se elaborar un plan de diseño que detalle las acciones y las metas a alcanzar para la satisfacción de los clientes.

El proyecto en práctica dará al negocio un cambio en la estructura y realizando dentro de la organización administrativa una rentabilidad esperada para el negocio.

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 Antecedentes.

El restaurante "El Éxito" está situado en el Distrito Metropolitano De Quito creada el 1986 constituida por los esposos Gonzalo Muños y la señora Zoila Lucero Lituma brindando un servicio alimenticio como platos gastronómicos en el sector de los dos puentes. Tiene una decoración sencilla pero agradable y acogedora, con un servicio de calidad, satisfaciendo las necesidades de los consumidores a la hora de comer. Esta oferta gastronómica se cumple al pie de la letra, en el restaurante, uno de los pocos de la ciudad, especializados en brindar a sus clientes el servicio de comida para los almuerzos o cenas diarias.

La planificación estratégica tiene como finalidad buscar las mejoras para el restaurante "El Éxito determinando los factores negativos que se encuentra el restaurante. A la vez el desarrollo de una pal estratégico que permitas conocer la situación actual que sufre el negocio en los últimos meces también conocer sobres los aspectos económicos que tiene la empresa en su aspecto económico.

Medianate la implemtacion de la planificacion estrategica podemos encontrata una situacion mejorada como es el reconocimiento de la marca y teniendo los objetivos claros dentro del negocio como son la mision , vision y principios laborales

Ubicación De La Empresa

El restaurante "El Éxito" brinda sus servicos gastronomicos en el sector de los dos puentes ubicado en el centro historico del distrito metropolitano de Quito.

- PAIS : Ecuador
- PROVINCIA : Pichincha
- CANTON : Quito

Figura 5 Ubicación De La Empresa

Fuente: Google Maps

Figura 6 Logotipo
Fuente: Restaurante "El Éxito"
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

5.1.01 Productos y Servicios que ofrece

El restaurante "El Éxito "está situado en el Distrito Metropolitano de Quito ubicado en el sector de los puentes ofrece un variedad gastronómica satisfaciendo las necesidades de los consumidores , con platillos de calidad y únicos que ofrece el restaurante "El Éxito" con la respectiva carta de menú que se encuentra con variedades de platillo que pueda consumir el cliente a su gusto , resaltando el restaurante "El Éxito" con su platillo especial que solo el restaurante lo tiene como es el en cocado de chancho ahumado .A su vez con personal con experiencia única en las variedad gastronómica que tiene el restaurante "El Éxito "en el centro histórico de Quito satisfaciendo las necesidades de los clientes con alta calidad en su servicio. Él restaurante "El Éxito" tiene un menú como.

Restaurante
El Exito

Desayunos

Empanadas de verde con café.....$2.00
Bolón con queso.....$1.25
Bolón con chicharrón.....$1.50
Bolón mixto.....$1.75
Desayuno simple (leche, pan, mermelada).....$1.25
Humitas con café.....$1.50

Almuerzos

Ceviche de camarón.....$2.00
Churrasco.....$1.50
Crema de Zapallo.....$1.00
Caldo de 31.....$1.50
Guatita.....$1.50
Locro Ecuatoriano $1.75
Sopa marinera.....$2.00
Yaguar locro.....$3.00
Filetes de pescado con papas fritas.....$2.50
Mote con Chicharrón.....$1.50
Sopa de pollo.....$1.50
Pollo al jugo.....$1.25
Camarón Encocado.....$2.50
Seco de Chivo.....$1.75

Figura 7 Menú
Elaborado por: Angélica Cojitambo

Tipos De Platos Gastronómicos Que Ofrece El Restaurante "El Éxito" Como

Figura 8 Menestra

El restaurante "El Éxito "tipo como sus platos gastronómicos las menestras como uno de los menús que ofrece el restaurante a los clientes satisfaciendo sus necesidades a la hora de consumir sus alimentos.

Figura 9 Seco de Pollo

El restaurante "El Éxito "tipo como sus platos gastronómicos los secos de pollo como uno de los menús que ofrece el restaurante a los clientes satisfaciendo sus necesidades a la hora de consumir sus alimentos con recetas únicas que tiene los cocineros del restaurante.

Figura 10 Sopa de Pollo

El restaurante "El Éxito "tipo como sus platos gastronómicos los caldos de pollo como uno de los menús que ofrece el restaurante a los clientes satisfaciendo sus necesidades a la hora de consumir sus alimentos.

Figura 11 Guatita

El restaurante "El Éxito "tipo como sus platos gastronómicos tipos de la región sierra como es la guatita como uno de los menús que ofrece el restaurante a los clientes satisfaciendo sus necesidades a la hora de consumir sus alimentos.

Figura 11 Fritada

El restaurante "El Éxito "tipo como sus platos gastronómicos tipos de la región sierra como es la las fritas que son consumida por los extranjeros que visitan la ciudad de quito como uno de los menús que ofrece el restaurante a los clientes satisfaciendo sus necesidades a la hora de consumir sus alimentos.

Figura 12 Ceviche de Camarón

El restaurante "El Éxito "tipo como sus platos gastronómicos tipos de la región costa como son los ceviches de todo tipo de mariscos que son consumida por los extranjeros que

visitan la ciudad de quito como uno de los menús que ofrece el restaurante a los clientes satisfaciendo sus necesidades a la hora de consumir sus alimentos.

Figura 13 Ceviche de Camarón

El restaurante "El Éxito "tipo como sus bebidas, que son consumida por los clientes que visitan la ciudad de quito, como uno de los menús que ofrece el restaurante a los clientes satisfaciendo sus necesidades a la hora de consumir sus alimentos.

5.2.1.1 Tipo De Investigación

Mediante la propuesta estipulada la planificación estratégica desarrollara varios tipos de investigación para el presente proyecto que son: la investigación descriptiva y explicativa

5.2 Descripción De La Herramienta Metodológica

5.2.1 Enfoque De La Investigación

La investigacion se divide en cualitativa y cuantitativa que sirve para la recoleccion de datos atraves de procesos , procedimiento y encuestas que se emplea dentro el entrorno de las actividades que realiza el restaurante "El Éxito " empleando paginas web , publicidad, libros entre otros . (Juan Carlos Cuellar, 2013, pág. 33)

A través de la planificación estratégica al ser implementada permitirá cumplir con los objetivos propuestos y se realizara una restructuración con las estrategias y los procesos adecuados, la información necesaria de soporte para el sistema económico del restaurante.

5.2.1.01 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva son los rasgos de la situación actual donde se describe las características y actividades que se va a desarrollar en la planificación estratégica establecida. (Mirian Leon Sanchez, 2013, pág. 40)

5.2.02 .Modalidad de la investigación

Mediante la modalidad de la investigación se escogieron como investigación la descriptiva ya que su enfoque se encuentra en la descripción detallada de las actividades y procesos que se realice en el negocio. (Elena Diaz, 2015, pág. 33)

5.2.2 Diseño Del Plan De Muestreo

Mediante el plan de muestreo se desarrolla un minucioso estudio de la población del centro histórico.

5.2.2.1 Muestreo

El muestreo nos indica la información dada por los habitantes que frecuentan en el sector del centro histórico de quito observando las variables para la medición del estudio de la planificación estratégica. (Elena Abascal, 2015, pág. 15)

Para realiazar el muestreo desarrollamos alateoriamnete mediante la formula de poblaciones finitas.

n= número de encuestas

N= Tamaño de la población o universo

E= error máximo admisible 5%

P= probabilidad de éxito 50%

Q= probabilidad de fracaso 50%

Z= distribución normal en estadística.

Calculo

N=256832

E= 0,05

P=0,50

Q= 0,50

Z=1,96

$$n= \frac{Z^2PQN}{(N-1)E^2+z^2PQ}$$

$$n=\frac{(1{,}96)^2*(0{,}50)*(0{,}50)*(256832)}{(256832-1)*(0{,}05)+(1{,}96)^2*(0{,}50)*(0{,}50)}$$

n=385

5.2.3 Diseño De La Encuesta

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

Esta encuesta se recopilara información para conocer cada uno de los gustos de la población en el restaurante y brindar el servicio adecuado dando un posicionamiento en el sector.

Genero

Masculino ☐ Femenino ☐

Edad

18-25 ☐ 26-29 ☐ 30 – 35 ☐ 36 en adelante ☐

Instrucciones: Lea detenidamente cada una las preguntas y marque con una X

1.- ¿Cuántas veces a la semana consume usted el servicio de restaurante?

Una ☐ dos ☐ tres ☐ cuatro ☐ cinco ☐ o mas ☐

2.- ¿Utiliza usted los servicios de un restaurante?

Sí ☐ No ☐

3.- ¿Con cuantas personas usted visita un restaurante?

Una ☐ dos ☐ ☐ cuatro ☐ cinco ☐ o mas ☐

4.- ¿Tiene preferencia con la comida típica?

Sí ☐ No ☐

5.- ¿Qué clase de bebidas consume usted?

Colas ☐

Aguas ☐

Jugos ☐

Cerveza ☐

Otros ☐

6.- ¿Qué estaría dispuesto a pagar por el servicio que le brinden?

$ 1 a 3 ☐ $ 4 a 7 ☐ 8 a 10 otros ☐

7.- ¿Qué servicio le gustaría que le brinden cuando va a un restaurante?

Áreas de juegos para niños ☐

Comida a domicilio ☐

Otros ☐

8.- ¿A los restaurantes existentes que calificación le da usted?

Excelente ☐

Buena ☐

Mala ☐

9.- ¿Los fines de semana acude a un restaurante?

Sí ☐ No ☐

10.- ¿Degustaría de los platos típicos del Ecuador?

Sí ☐ No ☐

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

Esta encuesta se recopilara información para conocer cada uno de los gustos de la población en el restaurante y brindar el servicio adecuado dando un posicionamiento en el sector.

Análisis de cada pregunta de la encuesta mediante los gráficos de pastel.

Tabla 6 Género

Genero		
total		%
Hombres	195	49%
Mujeres	205	51%
Total	400	100%

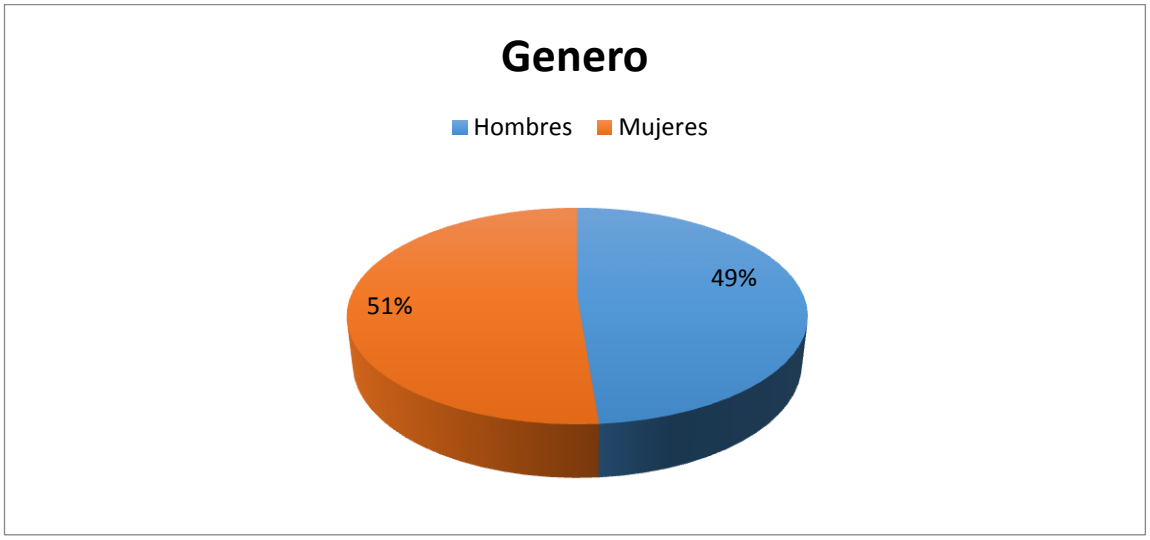


Gráfico 1 Género
Fuente: retaurante "El Éxito"
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Analisis

Mediante la ecuesta realizada exite un porcentaje del 51 % de mujeres y un 49 % de hombres que han desarrollado la sieguiente encuesta para el desarrollo de la planificacion estrategica del posicionamiento del restaurante "El Éxito" .

Tabla 7 Edad

Edad		
Total		%
18-25	100	25%
26-29	124	31%
30-35	92	23%
36 en adelante	84	21%
Total	400	100%

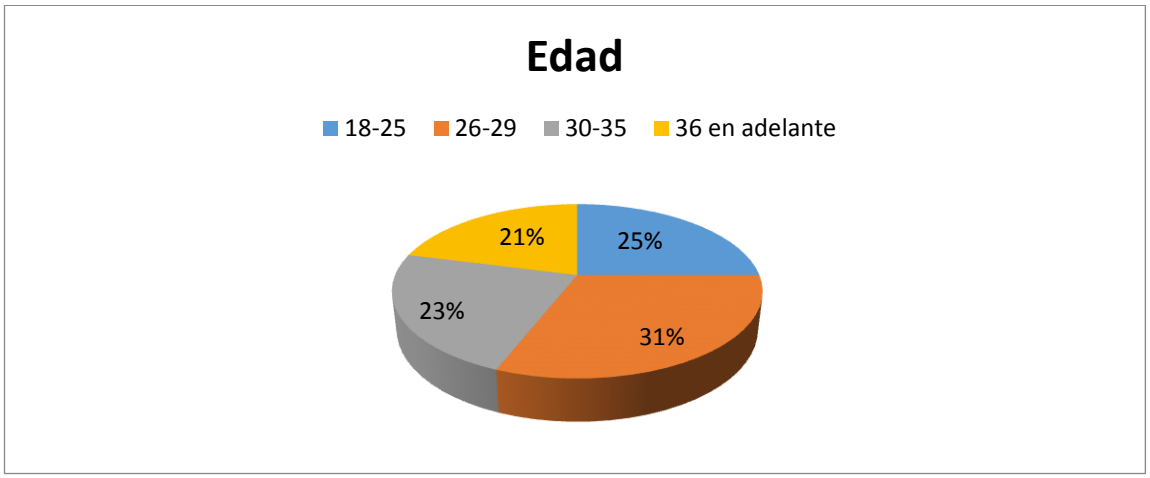


Gráfico 2 Edad
Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Analisis

Mediante la encuesta realizada por los consumidores se observo un resultado del 21 % de clientes que consumen el servicio de restaurante en el sector del centro historico del distrito metropolitano de quito entre las edades de 36 en adelante y un 31 % de consumidores que si utlizan el servicio de restaurante entre las edades de 26-29 años de edad .

Instrucciones: Lea detenidamente cada una las preguntas y marque con una X el casillero que estime conocimiento.

1.- ¿Cuántas veces a la semana consume usted el servicio de restaurante?

Tabla 8 Pregunta 1

Tabla de frecuencia

Total		%
Una	44	11%
Dos	108	27%
Tres	28	7%
Cuatro	60	15%
Cinco	148	37%
o más	12	3%
Total	400	100%

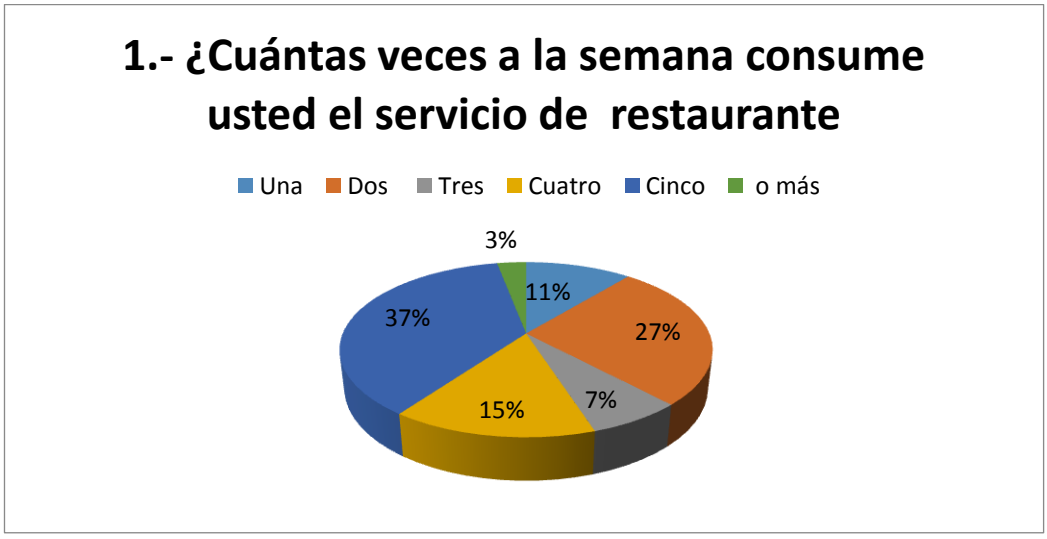


Gráfico 3 Pregunta 1
Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Analisis

Mediante la encuesta realizada existe un porcentaje del 3 % con una variable de mas de cinco personas que consumen el servicio de un restaurante y un 37% de 5 personas que visitan el restaurante para el consumo de su servicio .

2.- ¿Utiliza usted los servicios de un restaurante?

Tabla 9 Pregunta 2

Tabla de frecuencia		
Total		%
Si	368	92%
No	32	8%
Total	400	100%

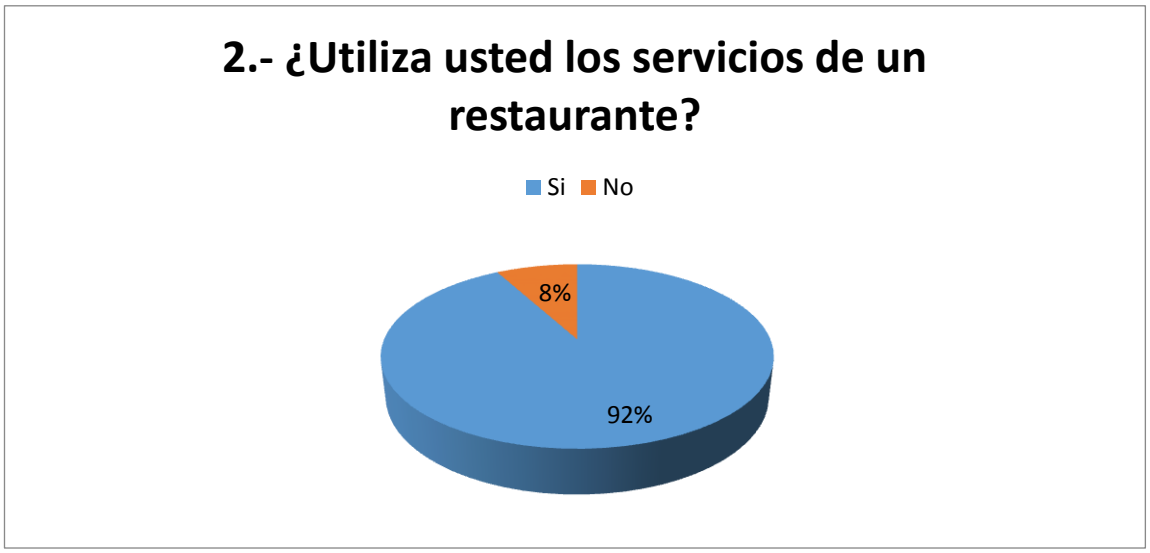


Gráfico 5 Pregunta 2
Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Análisis

Mediante la encuesta realizada existe un porcentaje del 8% con respecto a la pregunta realizada si utiliza el servicio de restaurante y un 92% de cinco personas que consumen el servicio de restaurant.

3.- ¿Con cuántas personas usted visita un restaurante?

Tabla 10 Pregunta 3

Tabla de frecuencia		
total		%
Una	56	14%
Dos	96	24%
Tres	64	16%
Cuatro	32	8%
Cinco	32	8%
o más	120	30%
Total	400	100%

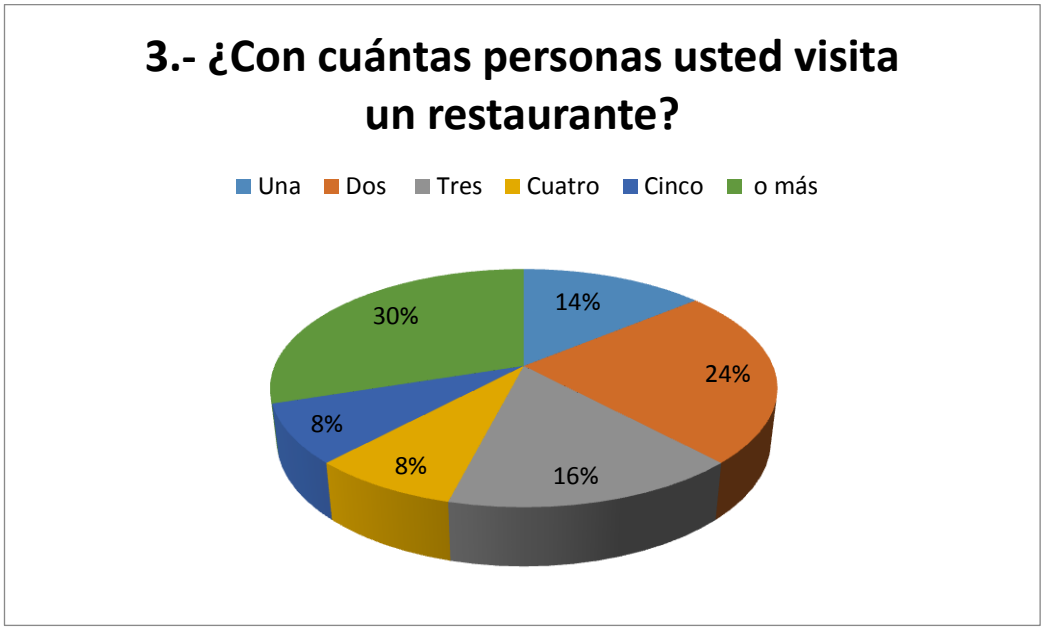


Gráfico 6 Pregunta 3
Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo
Analisis

Mediante la encuesta realizada existe un porcentaje del 30 % con una variable de mas de cinco personas que visita un restaurante y un 8% de 4 a 5 personas que visitan el restaurante para el consumo de su servicio.

4.- ¿Tiene preferencia con la comida típica?

Tabla 11 Pregunta 4

Tabla de frecuencia		
Total		%
Si	344	86%
No	56	14%
Total	400	100%

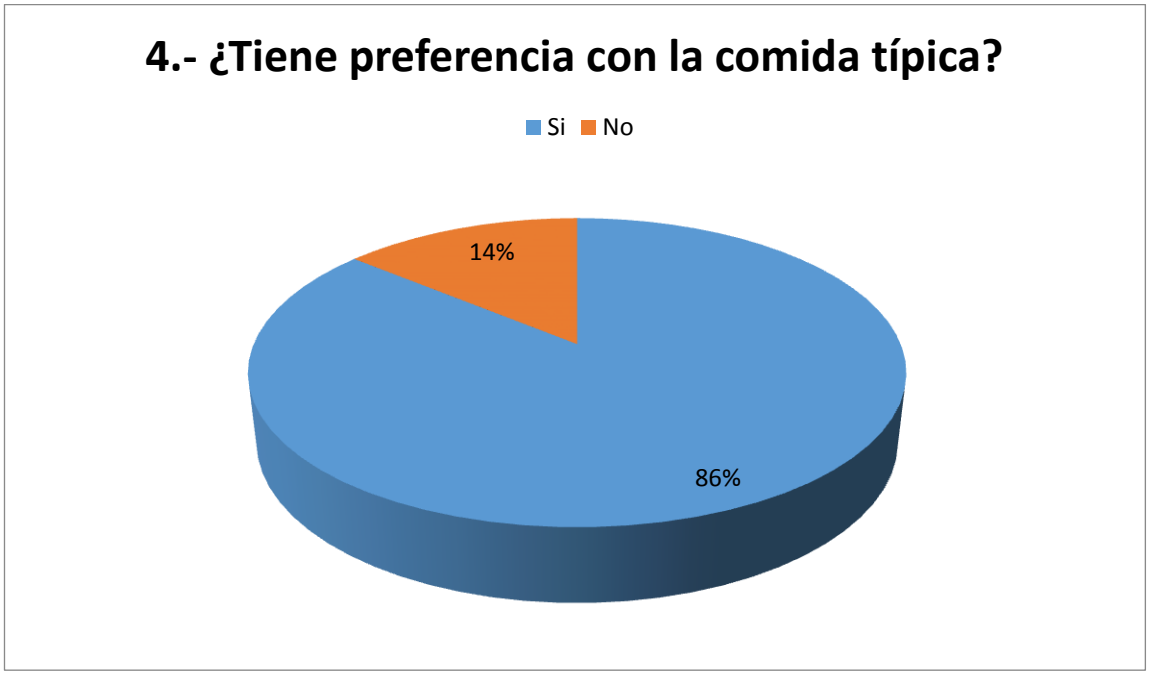


Gráfico 7 Pregunta 4
Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Análisis

Mediante la encuesta realizada se observó un porcentaje del 86 % de consumidores que tienen preferencia por la comida típica y un 14 % de consumidores que no consumen comida típica.

5.- ¿Qué clase de bebidas consume usted?

Tabla 12 Pregunta 5

Tabla de frecuencia		
Total		%
Colas	52	13%
Aguas	160	40%
Jugos	92	23%
Cerveza	68	17%
Otros	28	7%
Total	400	100%

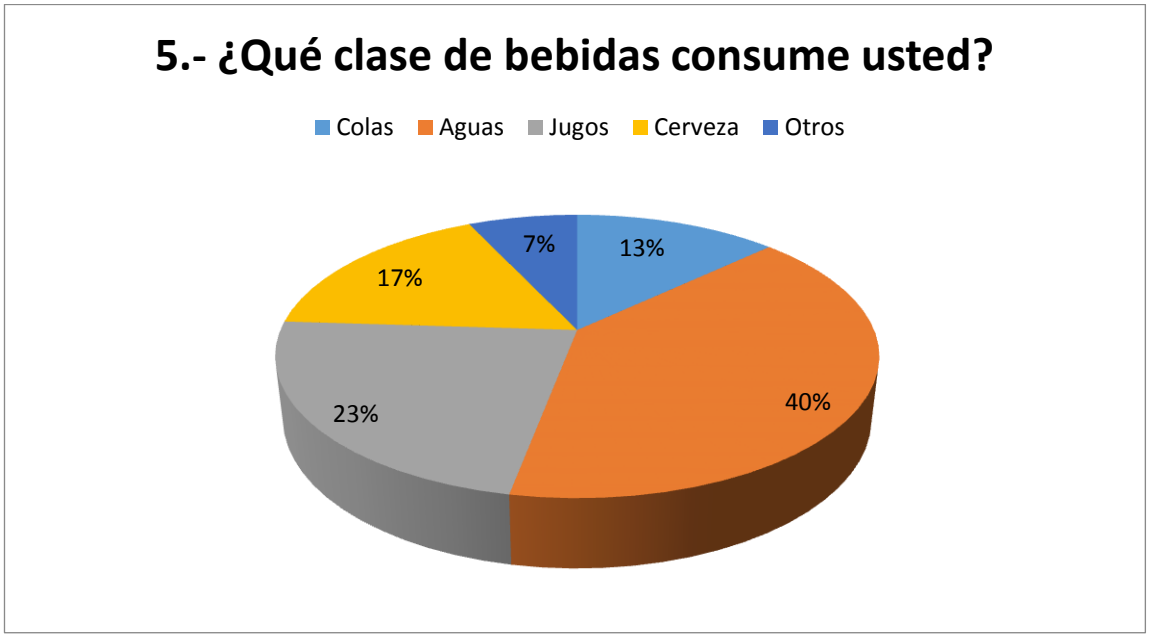


Gráfico 8 Pregunta 5
Fuente: restaurante "El Exito

Elaborado por: Angélica Cojitambo

Análisis

Mediante la encuesta realizada se observó un porcentaje del 40 % siendo el más alto en la bebida de agua como la más consumida en el restaurant un 7% de otro tipos de bebidas que consumen al momento de consumir el servicio de alimentos.

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto que le brinden?

Tabla 13 Pregunta 6

Tabla de frecuencia

Total		%
$ 1 a 3	244	61%
$ 4 a 7	152	38%
$ 8 a 10	4	1%
Total	400	100%

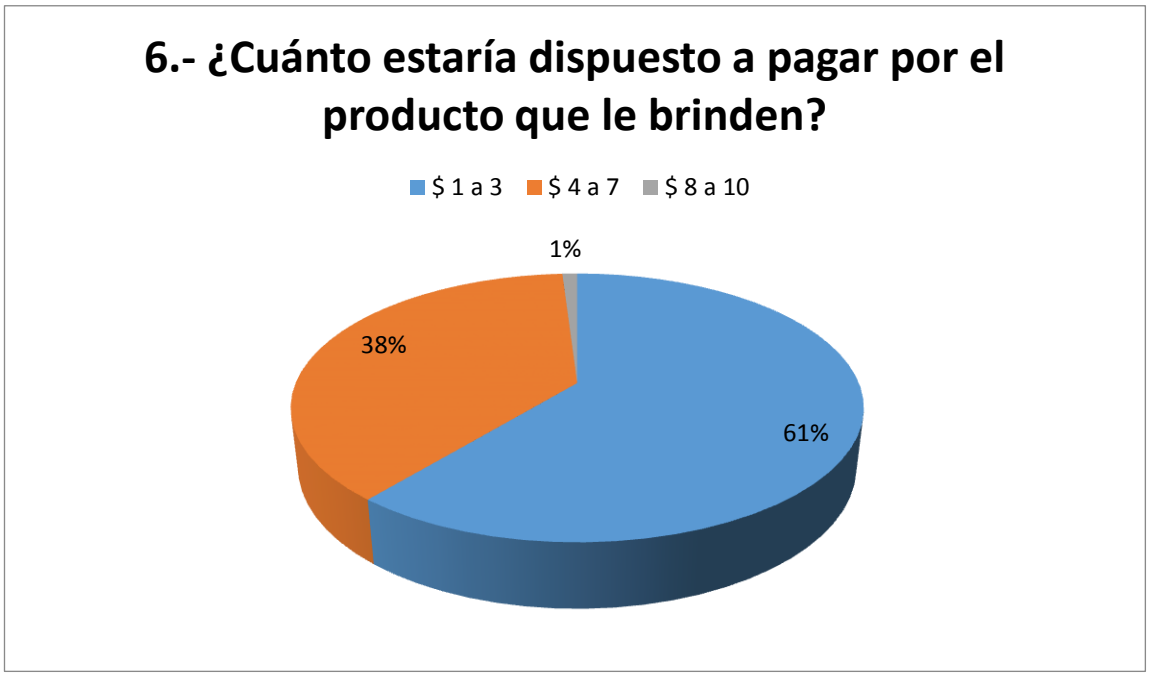


Gráfico 9 Pregunta 6
Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Análisis

Mediante el resultado de la encuesta hecha por los consumidores se ha observado un 61% de uno a tres dólares que los consumidores están dispuestos a pagar por el servicio de alimentos en el restaurante a la vez un 38 % de consumidores están dispuestos a cancelar de 4 a 7 dólares por el servicio de

7.- ¿Qué servicio le gustaría que le brinden cuando va a un restaurante?

Tabla 14 Pregunta 7

Tabla de frecuencia

Total		%
Áreas de juegos para niños	304	76%
Comida a domicilio	8	2%
Otros	88	22%
Total	400	100%

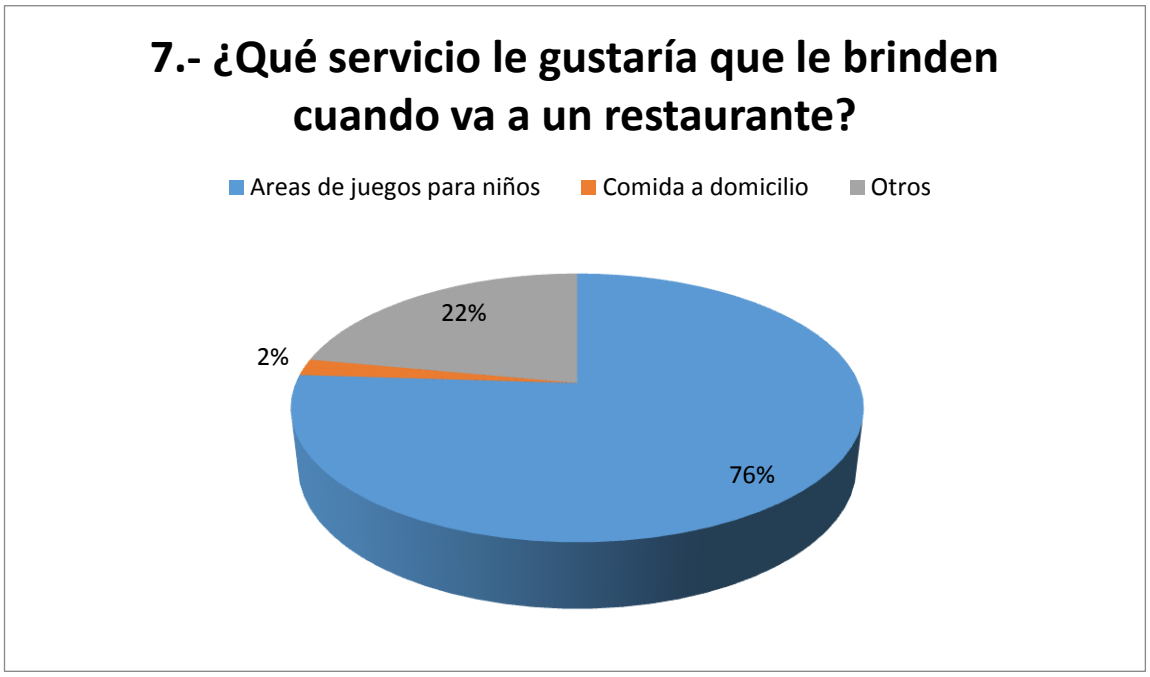


Gráfico 10 Pregunta 7
Fuente: restaurante"El Exito "

Elaborado por: Angelica Cojtambo

Analisis

Mediante la encuesta realizada a los cosnumidores existe los servicios deareas de juegos para los niños con un porcentaje del 76 % y un 22 % de otro tipo de herramienta para el restaurante para su mejor servicio y comodidad para los consumidores .

8.- ¿A los restaurantes existentes que calificación le da usted?

Tabla 15 Pregunta 8

Tabla de frecuencia		
Total		%
Excelente	132	33%
Buena	240	60%
Mala	28	7%
Total	400	100%

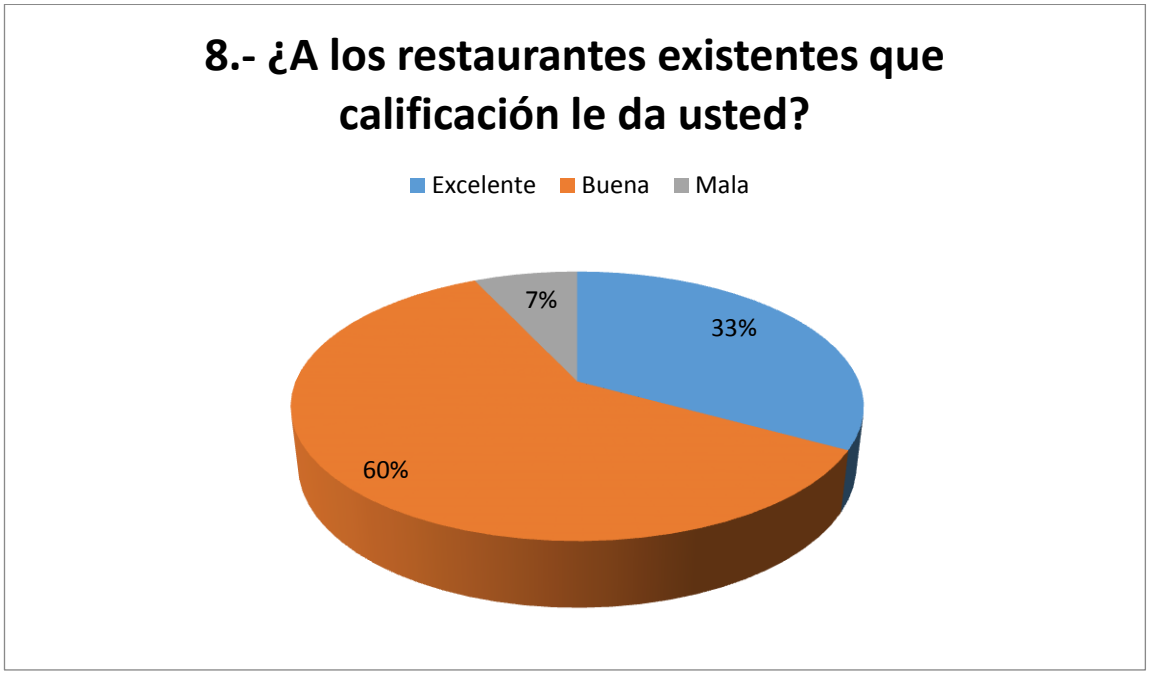


Gráfico 11 Pregunta 8

Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Analisis

Mediante la enuesta realizada se ha observado que los consumidores califican a los restaurantes ya existentes con el 60% de buenos y un 33% como excelentes a la vez un 7% como mala con respecto a los restaurantes existente en el pais .

9.- ¿Los fines de semana acude a un restaurante?

Tabla 16 Pregunta 9

Tabla de frecuencia		
Total		%
Si	312	78%
No	88	22%
Total	400	100%

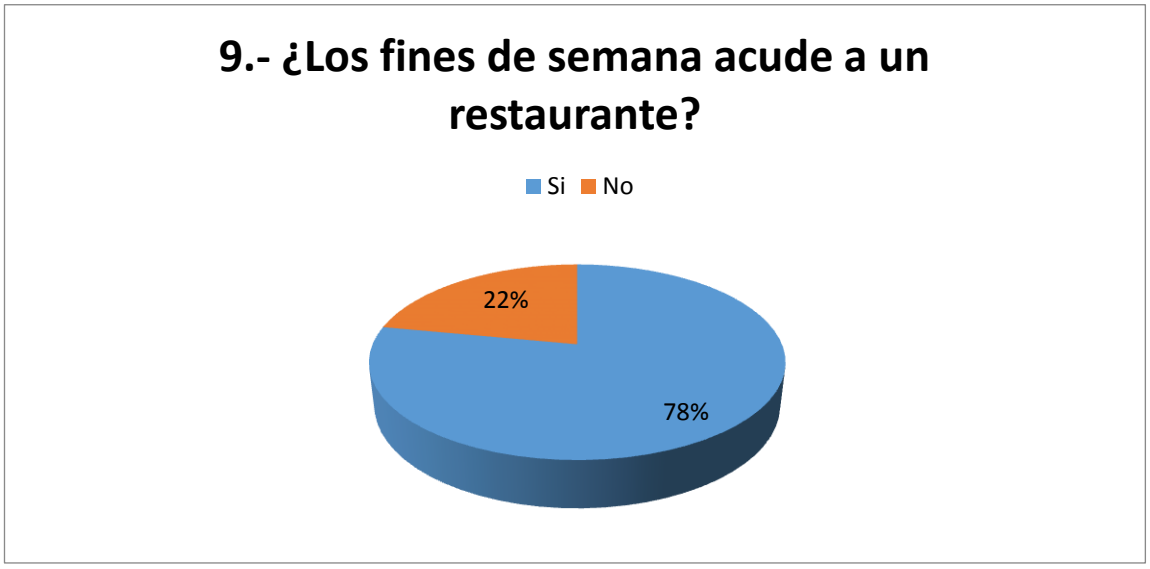


Gráfico 12 Pregunta 9
Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Análisis

Mediante la encuesta realizada se observe un 78 % de clientes que consumen el servicio de restaurante los fines de semana y con 22 % que no adquieren el servicio de un restaurante los fines de semana.

10.- ¿Degustaría de los platos típicos del Ecuador?

Tabla 17 Pregunta 10

Tabla de frecuencia		
Total		%
Si	328	82%
No	72	18%
Total	400	100%

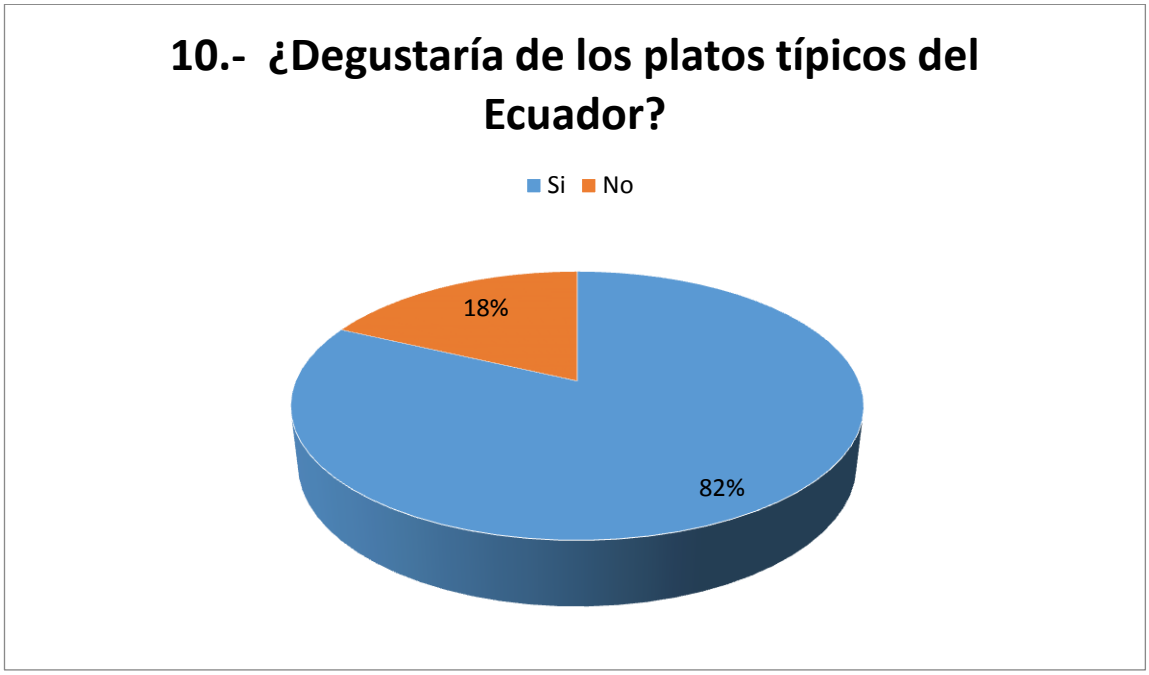


Gráfico 13 Pregunta 10
Fuente: restaurante"El Exito "
Elaborado por: Angelica Cojtambo

Análisis

Mediante la encuesta realizada existe un porcentaje del 82 % de consumidores desearían consumir comida típica de otras regiones y un 18 % de consumidores no desearían consumir otro tipo de platos de otras regiones

5.2.3.01 Cliente Externo

Para el desarrollo de la presente planificación estratégica estipulada mediante la elaboración de encuestas, se aplicó a 400 encuestas dirigidas a los clientes que habitan en el sector de los dos puentes en la ciudad de Quito , con el fin de recolectar la información precisa para el manejo adecuado de la planificación estipulada .

5.2.4 Análisis Externo

Mediante el análisis externo podemos verificar los factores más relevantes que sufre el restaurante en el sector de los dos puentes. De tal manera es una parte importante para el cumplimiento de la planificación estratégica que se presenta desarrollar, de igual forma nos permite conocer las amenazas y problemas que sufre el restaurante en el mercado. (Ana Belen Casado Diaz, 2013, pág. 41)

5.2.4.1 Factores Político-Legales

Los factores políticos legales son aquellos reglamentos o leyes que se deben cumplir en la sociedad y los negocios ya que son establecidos por el gobiernos y se deben ser cumplidos y respetados.

5.2.4.2 Factores o Fuerzas Económicos

5.2.4.2.1 Producto Interno Bruto

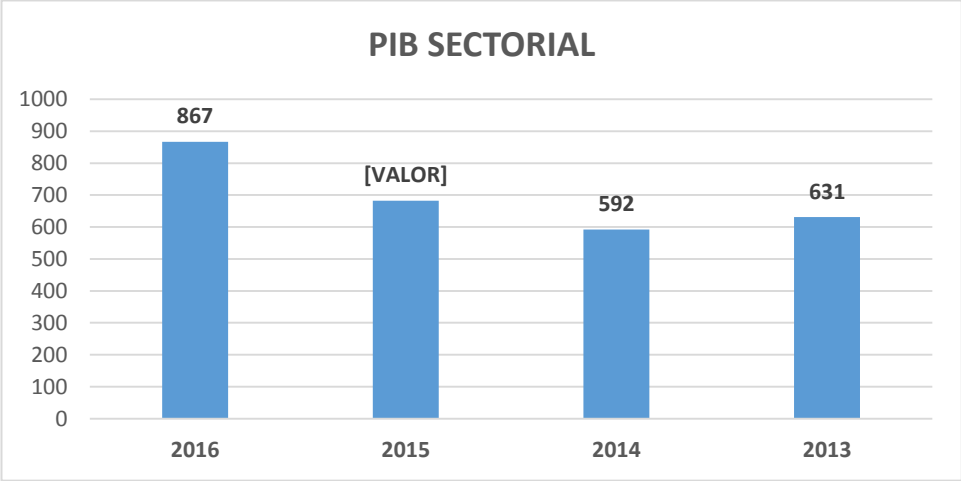


Gráfico 14 Producto Interno Bruto
Elaborado por: Angélica Cojitambo
Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis

El producto interno bruto nos indica los factores más relevantes que puede tener el país ya que se conoce la producción interna, siendo una amenaza de nivel medio, por lo cual con la presente planificaciones presenta un crecimiento interno para el restaurante ya que se lograr abrir fuente de empleo

para la sociedad, reduciendo la tasa de desempleo y cumpliendo los lineamentos que rige el estado, para la obtención de una rentabilidad económica.

5.2.4.2 PIB SECTORIAL

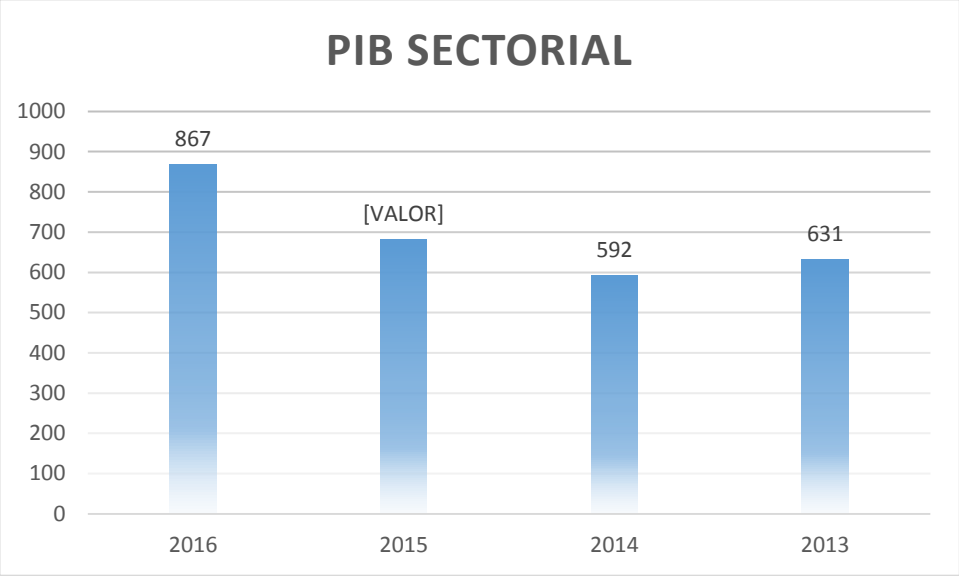


Gráfico 15 Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Angélica Cojitambo

Análisis

Mediante el PIB sectorial se observa la cantidad de servicios y bienes que son elaboradoras o producidos por diferentes lugares en el país como son las empresas manufactureras, petróleo entre otros y conocer sobre las actividades profesionales y el transporte.

5.2.4.2.2 Inflación

La inflación es el incremento sostenible de los precios en el mercado siendo un factor negativo para la economía de los negocio y del país, de tal manera que suben los precios para la prestación de un servicio o un bien. Lo cual genera una caída de los negocios. (Banco Central Del Ecuador , 2016)

Análisis

La inflación es producida por el manejo de las políticas en los estados lo que afecta directamente al país por la dispensación que sufre por la alta demanda para no contar con la suficiente producción para cubrir las necesidades de los consumidores. De tal manera los servicios suben su precio.

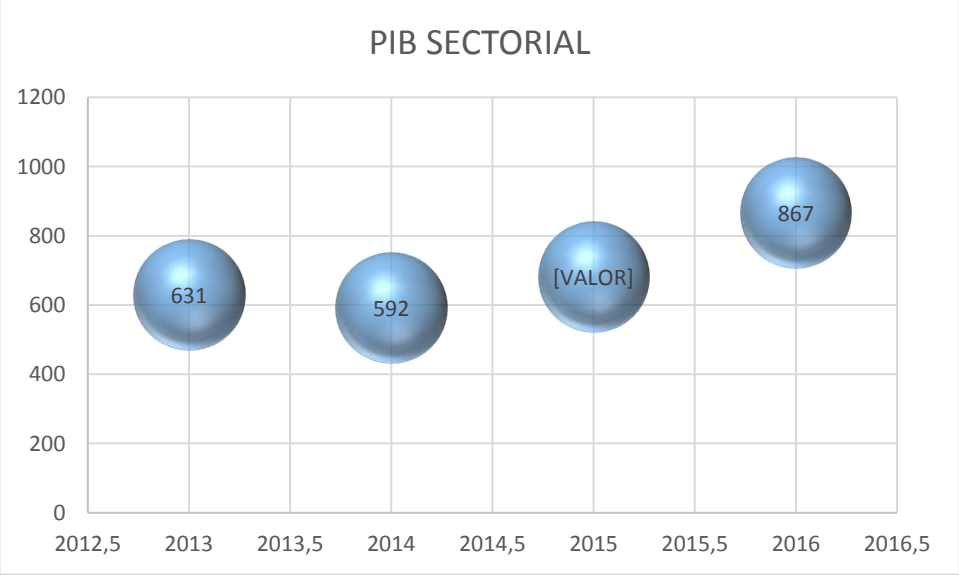


Gráfico 16 inflacion
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Angélica Cojitambo

5.2.4.2.3 Riesgo País

El riesgo país se considera como un factor importante en el ecuador ya que nos indica el nivel de inversionistas que no logran recuperar sus inversiones (Banco Central Del Ecuador , 2016)

Tabla 18 Riesgo País

RIESGO PAIS	
AÑO	PORCENTAJE
2016	867
2015	682
2014	592
2013	631

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Angélica Cojitambo

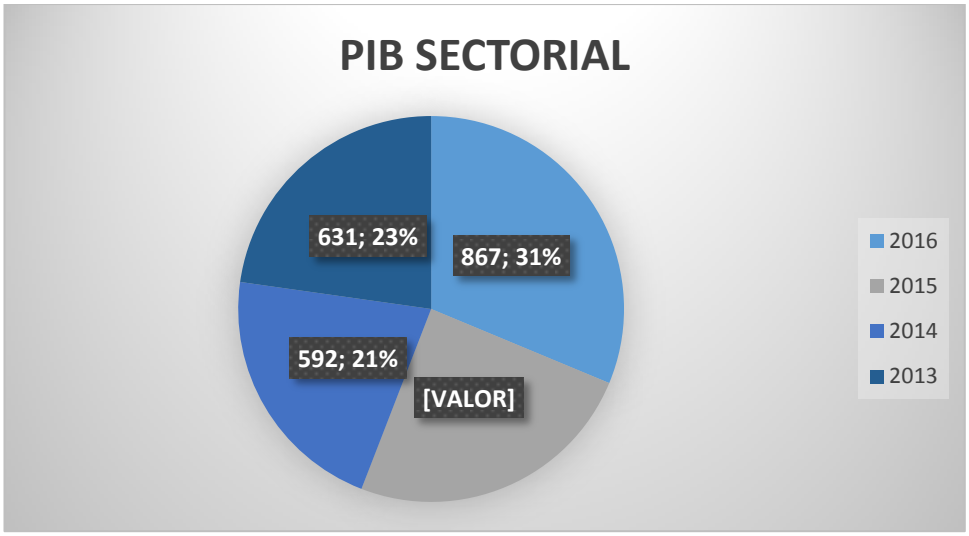


Gráfico 17 Riesgo País
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Angélica Cojitambo

Análisis

Mediante al riesgo país podemos observar cómo ha incrementado sus porcentajes en los últimos meces, de tal manera que viene hacer una amenaza para la ejecución del presente proyecto , siendo que el Ecuador actualmente tiene una economía estable pero no lograra reducir los porcentajes bajos del riesgo país. Llegando hacer una amenaza para la sociedad.

5.3 Formulación Del Proceso De Aplicación De La Propuesta

5.3.1 Planificación Estratégica

Mediante la planificación estratégica estipulada para el restaurante" El Éxito "se observara su situación actual que sufre el negocio, obteniendo el problema central que tiene con su servicio gastronómico a la vez incrementado su rentabilidad económica para el restaurante y posicionamiento de su marca en el mercado rediseñando e implementado la filosofía empresarial que debería tener el negocio para su reconocimiento a nivel nacional.

5.3.1.01 Filosofía Empresarial

5.3.1.02 Misión

Brindar un servicio gastronómico, con platillos innovadores y, a su vez de alta calidad, para satisfacer los paladares de clientes nacionales y extranjeros que visiten el restaurante, de tal manera siendo un negocio con principios éticos profesionales, respetando los lineamentos internos del negocio en el presente año 2016.

5.3.1.03 Visión

Ser reconocidos como uno de los mejores restaurantes del ecuador, a su vez desarrollando sus fortalezas, implantando mejoras continuas dentro del restaurante. Manteniendo la atracción de los clientes y satisfaciendo las necesidades del cliente. De tal manera obteniendo un crecimiento económico constante.

5.3.1.04 Valores Corporativos

- **Calidad**: el restaurante el éxito brinda servicio de alta calidad en sus platos gastronómicos.

- **Justicia**: el negocio lleva un valor importante como es la justicia ya que se respeta las actividades y valores de cada personal.

- **Innovación:** incremento de nuevos paltos gastronómicos para el cliente.

- **Puntualidad**: responsabilidad con respecto al personal del negocio

- **Coherencia**: dar un servicio de alta calidad a los comensales.

- **Comunicación**: llevar una adecuada comunicación dentro del restaurante con los dueños del negocio y sus compañeros de trabajo

- **Confianza**: brindar confianza precisa a los clientes del servicio que se da en el restaurante

- **Compromiso**: el personal del negocio debe estar comprometido con el negocio a cumplir sus valores y reglamentos internos

5.3.1.05 estándares de comportamiento

El personal del negocio debe llevar adecuadamente los lineamentos internos que tenga el negocio para el servicio gastronómico que se brinda en el sector de los dos puentes.

5.3.1.06 LOGOTIPO

Elaborado por: Angélica Cojitambo

5.3.07 Foda Empresarial

Tabla 19 Foda Empresarial

Fortalezas	Debilidades
1. Tienen una trayectoria de 30 años en el mercado brindando sus servicio 2. Los comensales tienen una satisfacción en el servicio alimenticio que se les brinda. 3. El negocio brinda un servicio de calidad. 4. El restaurante tiene cocineros profesionales para la elaboración de sus platos 5. Tiene un amplio lugar de trabajo 6. Tiene una excelente relación con sus proveedores 7. Tiene una innovación de distintos platos gastronómicos.	**1.** El restaurante no tiene una planificación estratégica 2. El restaurante no tiene una razón social especifica como su misión y visión 4. No tienen un adecuado funcionamiento de sus procesos. 5. No tienen un departamento de área administrativas 6. No elaboran capacitaciones al personal. 7. No tiene publicidad

Oportunidades	Amenazas
1. Desarrollo de una planificación estratégica adecuada. 2. Reconocimiento de su marca en el mercado. 3. Posicionamiento del restaurante 4. Apoyo de los miembros del negocio 5. Fidelidad de sus clientes. 6. Servicio de alta calidad	1. Baja rentabilidad en el negocio. 2. Crecimiento de la competencia de restaurantes del sector 3. Pago de impuesto muy altos 4. Baja liquidez 5. Manejo inadecuado en los procesos. 6. 8. Escasez de clientela.

Fuente: Restaurante "El Éxito"
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

5.3.8 Organigrama Estructural

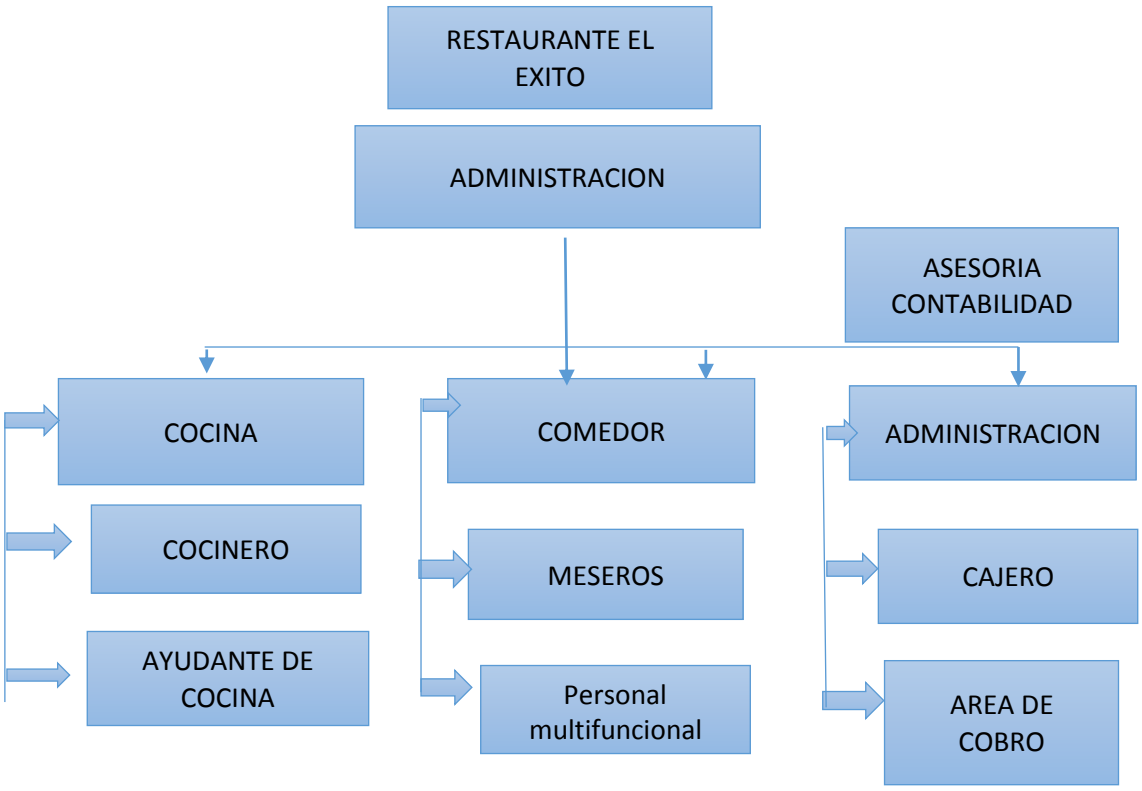


Figura 8 Organigrama Estructural
Fuente: Restaurante "El Éxito"
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

5.4 Plan de Marketing

Mediante le plan de marketing en el restaurante se podrá conocer todos los elementos como son: las estrategias y objetivos que tiene el negocio, desarrollando de una manera eficiente los procesos del restaurante. (David Parmerlee, 2012, pág. 12)

5.4.01 Entorno Local

Mediante el entorno local desarrollamos todas las actividades y procesos internos que sufre el restaurante.

5.4.02 Clientes

A traves de los clientes podemos conocer las necesidades y expectativas mas importantes que tiene el negocio para satisfacer los gustos gastonomicos brindando un servicio de alta calidad en los procesos. (Ana Isabel Bastos, 2015, pág. 19)

5.4.02.1 Análisis Del Cliente

El restaurante "El Éxito" tiene un manejo adecuado , otorgando un servicio gastronomico de buena calidad en susu productos, satisfaciendo las necesidades de los comensales , a la ves otorgando un menu variado de productos

que tiene el restaurante para que el comensal pueda consumir los productos a sus gusto .

5.4.03 Los Proveedores

A través de los proveedores el restaurante brinda un servicio de alta calidad de tal manera que tiene los productos necesarios la elaboración de sus alimentos, brindando sus servicios gastronómicos

Los proveedores son fuerza o factores que influyen en las actividades que realiza el negocio en su servicio gastronómico.

A su vez los proveedores son empresas que entregan los recursos necesarios para que el negocio otorga un producto alimenticio de buena calidad. Mediante a los proveedores dependerá el servicio que otorga el restaurante "El Éxito" (Juan Maria Ayala, 2010, pág. 20)

Tipos De Proveedores

PRONACA

JURIS

VITA LECHE

COCA-COLA

Análisis

El restaurante "El Éxito "tiene una variedad de proveedores tales como (pronaca, embutidos juris, embutidos colonial, la lechera, Coca-Cola), entre otros para la elaboración de sus servicios alimenticios con productos de calidad.

PRONACA

JURIS

VITA LECHE

COCA-COLA

5.4.04Competidores

Los competidores son todas las empresas o negocios que se localizan alrededor del restaurante, que otorgan servicios alimenticios de tal manera se realiza un análisis situacional de la existencias de varios negocios que se encuentren al rededor del sector, por ende se convierten en empresas competidoras para el restaurante "El Éxito" (Jose Maria Legorburu, 2011, pág. 11)

Análisis

El restaurante "EL Éxito" se desarrolla en un mercado donde la competencia es diversa y exigente. En la actualidad, en el mercado de servicios cuenta con algunos restaurantes a sus alrededores como competidores directos del restaurante como: El Restaurante El Goloso, Restaurante El Sol, Restaurante Mar Azul.

Fuente: restaurante"El Exito "

Elaborado por: Angelica Cojtambo

Análisis Interno

El análisis interno dentro del restaurante "El Éxito" nos permite conocer los recursos internos que tiene el negocio de tal manera identificando sus fortalezas y debilidades, y conociendo los recursos que cuenta el negocio para la elaboración del plan estratégico presente. (Guillermo Guerra Espinel, 2011, pág. 47)

5.4.5.1 Área Administrativa

El área de administración son todas aquellas actividades que desarrollan los directivos del negocio cumpliendo con los objetivos del restaurante. Ejecutando todos los procesos establecidos por el restaurante llevando un control adecuado en su servicio que brinda. (Cesar Montalvan, 2011, pág. 22)

5.4.5.2 Proceso Administrativo

Planificación: " la planificacion no permite en restaurante estalecer nuevbos proceos para le mejoramiento continuo que tenga el negocio en su ambito interno y externo . estableciendo metas y objetivos claros en el restaurante . (Arturo Nuñez, 2010, pág. 22)

Organización: es el desempeño que realizan los trabajodors dentro de la empresa . cumpliendo sus actividades en cada area y cordinando su trabajo de la mejor manera . (Stephen Robbin, 2012, pág. 18)

Pasa para organizar:

- Division de trabajo : otorgar distinas funciones a los trabajadroes en su area de trabajo .

- Jerarquia : establece los niveles mas altos dentro de la organizaccion supervisando cada area .

- Departamentalizacion : agrupar a todos los empleados dentro de la empresa cumpleidno susu funciones .
- Delegacion : cumple el papel de otorgar cargos importantes a los empleados , para el comtrol de sus actividades .
- Coordinación : establecer un acuerdo con las actividadesd qu ese van a realizar en las areas respectivas de la empresa ..

- **Direccion : encargos de realiar capcitaciones diarias a los empleados de cada area del negocio**

- **Control:** establecde un contro adecuado a todas las actividades que se realizan dentro del negocio observando sus procesos que se cumplan al pie de la letar para tener un alto nivel de prestigio en el mercado (Jhon Voyer, 2011, pág. 12)

Análisis

El restaurante "El Éxito" necesita definir nuevos planes estratégicos, objetivos que ayuden a mejorar la rentabilidad de recursos disponibles y el posicionamiento en el mercado. Esta propuesta tiene como finalidad analizar y buscar mejoras en el restaurante "El Éxito". De tal manera que se pueda incrementar una mejora para el restaurante y verificando sus factores negativos que tiene, cumpliendo con las estrategias establecidas y sus objetivos aportando la rentabilidad del restaurante.

5.5.01 Área De Comercialización

Mediante el area de comercializaccion podemos desarrollar el sevicio que broinda el restaurante "El Éxito " como es broindar el servicio alimenticio a los cliente sque frecuebta en el sector de lso dos puentes . nejorando su rentabilidad economica dentro del negocio . (Jose Luis Pando, 2013, pág. 41)

5.5.02Procesos Básicos De Comercialización y marketing

El restaurante "El Éxito" mediante los procesos de comercializacion , otorgaran menus de los platos gastronomicos variados que tiene el negocio para la implemtacion de nuevas estrategias para el crecimiento del restaurante .como son las sieguientes :

- La promocion en su servicios
- La publicidad
- Medios de cominicacion

5.6LA PUBLICIDAD:

Mediante la publicidad el restaurante" el éxito ".Dara a conocer su marca en el mercado y su servicio gastronómico en el sector de los dos puentes que brinda a los clientes que habitan en él .utilizando estrategias positivas para la acogida de servicio en el mercado estableciendo una rentabilidad económica dentro del restaurante a su vez con una planificación estrategia .

La Promoción Del Servicio : a traves de las promociones del servicio que brinda el restaurante ayudara a desarrollar un servicio de lata calidad y un mejoramiento continuo en sus procesos como son las soguientes .

- Descuentos de dinero.
- Cupones
- Premios
- Cenas familiares
- Descuentos por cumpleaños de los clientes más reconocidos en el restaurante.

5.6.1Medios de publicidad

El restaurante "El Éxito "otorgara para la publicidad de su servicio los siguientes medios de publicidad. Como son:

5.6.01 trípticos

Fuente: Restaurante "El Éxito"

Elaborado Por: Angélica Cojitambo

5.6.02 Volantes Publicitarios

Fuente: Restaurante "El Éxito"

Elaborado Por: Angélica Cojitambo

5.6.03 Tarjetas De Presentación

Fuente: Restaurante "El Éxito"

Elaborado Por: Angélica Cojitambo

5.6.04 Pagina Web

Fuente: Restaurante "El Éxito"

Elaborado Por: Angélica Cojitambo

5.7 Políticas

El restaurante implementara las siguientes políticas dentro de sus procesos.

- Implantación de nuevos procesos dentro del restaurante
- Desarrollo de capacitaciones mensuales a los empleados del negocio.
- Realizar una mejora continua en sus servicios brindado alimentos de alta calidad.
- Brindar el mejor servicio gastronómico en el sector de los dos puentes

5.8 Objetivo General

Desarrollar una planificación estratégica aportando el posicionamiento del restaurante "El Éxito", ubicado en el centro histórico sector los dos puentes del distrito metropolitano de quito, en el año 2016 mejorardo la situacion economica del negocio obteniendo un rentabilidad estable .

5.9 Objetivos Estratégicos

El objetivo estratégico son aquellas metas que el restaurante desea alcanzar en un periodo de tiempo, cumpliendo el objetivo general del negocio para verificar si se cumple o no sus metas establecidas dentro del proyecto. (Jose Maria Saenz, 2014, pág. 25)

- Incrementar políticas y normas para la utilización necesaria de los recursos de la empresa.
- Desarrollo de nuevos procesos para mejora del restaurante.
- Incrementar la cartera de clientes
- Respetar y cumplir con los objetivos estipulados en el restaurante

5.10 Estrategias

El restaurante "El Éxito" implantara estrategias para el posicionamiento del negocio en el mercado, cumpliendo con sus objetivos estipulados y generando nuevas estrategias en sus procesos para brindar su servicio gastronómico de calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes. (Steven Pearson, 2015, pág. 30)

5.10.01Estrategias FO (estrategias para atacar)

Mediante las estrategias FO el restaurante desarrollara las siguientes:

- Incrementar talleres de incentivos para el personal en las distintas áreas del negocio.
- Posicionamiento de la marca que brinda como servicio gastronómico el restaurante.
- Realizar precios mínimos para el consumo de su servicio. Ante los demás restaurante que están alrededor.
- Incremento de la cartera de clientes.
- Incrementar la mejor tecnología en el restaurante.
- Innovación de gastronomía internacional en el restaurante
- Alcanzar un 100% de la satisfacción del cliente con su servicio alimenticio.

5.10.02Estrategias DA (estrategias para reforzar)

Mediante las estrategias DA el restaurante tendrá un reducción de los factores negativos que afectarían al negocio

- Manejo adecuado de los procesos que se encuentran dentro del negocio.
- Diseñar un plan estratégico para fortalecer el ambiente interno y externo para el posicionamiento del restaurante.
- Realizar un control necesario en cada área del negocio
- Incrementar nuevos de comunicación para el reconocimiento de la marca del negocio.

CAPÍTULO VI

6.1.01 Aspectos administrativos

A través de los aspectos administrativos dentro de la situación actual del restaurante se observara todo el manejo realizado en cada área que realiza los procesos de tal manera se implementara la planificación estratégica para el mejor desempeño y control especifico en sus recursos como son los recursos financieros y tecnológicos que se implemente en el negocio.

6.1.02 Recursos.

Los recursos son todos aquellos materiales que son utilizados en el restaurante mediante la ejecución de sus procesos en cada área que este realice para la medición específica de los objetivos del negocio. (Laura Loria, 2014, pág. 19)

6.1.03 Recursos Humanos

Para el desarrollo de la planificación estratégica estipulada en el presente proyecto es necesario reconocer los recursos humanos como son la capacidad del personal que tiene el restaurante como factor interno. A su vez incrementando nuevas estrategias y procesos como son los más involucrados en este recurso.

- El instituto tecnológico superior cordillera
- La estudiante
- El docente tutor

6.1.04 Recursos Materiales

El restaurante" El Éxito "para el manejo adecuado del presente proyecto utilizara recursos materiales como son:

- Suministros de oficina
- Hojas de papel
- Esferos
- Documentos de información
- Entre otros

6.1.05 Recursos Financieros

Mediante los recursos financieros que necesita para el desarrollo de la planificación estratégica del negocio será su recurso propio y deben estar constituidos por los dueños o socios del negocio para alcanzar un nivel económico estable.

. 6.1.06 Recursos Tecnológicos

Para el desarrollo de la presente palnificacion estrategica el restaurante debera utilizar variso recurso tecnologicos como son :

- Internet
- Telefonía Celular
- paguinas web
- Laptop
- Publicidad

6.2 Presupuesto

El restaurante "El Éxito" para el posicionamiento en su servicio gastronómico, otorgado por la señora Zoila Lucero Lituma dueña del restaurante destina un presupuesto de 500 dólares de capital propio que brinda al negocio para su desarrollo en el proyecto.

El restaurante para su presupuesto debe tener en cuenta los gastos que deben ser utilizados para llevar a cabo el proyecto como son:

Tabla 20 Presupuesto

Descripción	Gasto
Transporte	$40,00
Impresiones y Copias	$25,00
Anillados de los borradores de la tesis	$25,00
Útiles De oficina	$10,00
Suministros De Oficina	$25,00
Internet	$20,00
Celular	$20,00
Publicidad	$150,00
Varios	$30,00
Total	$345,00

Fuente: Restaurante "El Éxito "
Elaborado Por: Angélica Cojitambo

Análisis

Para el posicionamiento en el mercado al brindar sus servicios gastronómicos, en sus gastos para el desarrollo de dicha propuesta indican un gasto total de 345 dólares lo cual

el restaurante "El Éxito "mantiene un capital propio de 500 dólares .para continuar otorgando el mejor servicio de platos gastronómicos en la ciudad de quito ubicado en el sector de los dos puentes en el presente año 2016.

6.3 Cronograma De Actividades.

Tabla 21 Cronograma De Actividades.

	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
Actividades	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Desarrollo Capitulo 1																
Redacción del Capitulo																
Desarrollo Capitulo 2																
Redacción Capitulo																
Desarrollo Capitulo 3																
Redacción del Capitulo																
Desarrollo Capitulo 4																
Redacción del Capitulo																
Desarrollo Capitulo 5																
Redacción del Capitulo																
Propuesta																
Desarrollo Capitulo 6																
Redacción del Capitulo																
Desarrollo Capitulo 7																
Concluciones y recomendaciones																
Revisión General																
Correcciones																
Aprobación final																

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Mediante la planificación estratégica desarrollada se obtendrá como conclusiones las siguientes:

- Implementar la planificación estratégica par ale restaurante "El Éxito "incrementado un aporte positivo y eficiente para el negocio n realizan el control necesario en cada actividad que se va a llevar a cabo una mejor imagen organizacional única tanto en el mercado como en el restaurante.

- Mediante este cambio se llevar a cabo una mejora continua. Para satisfacer la necesidades del cliente y otorgando un servicio de calidad bueno en sus plato gastronómicos

- Con la observación dada en el restaurante se detalló que no existen procesos de mejora para el negocio.

- El restaurante no tiene una idea clara de la misión y visión de su negocio. Lo que son principios claves para su reconocimiento en el mercado.

- Se detalla que el restaurante cuenta con prestigio adquirido a lo largo del tiempo, que ha logrado que muchos clientes la prefieran por la calidad en el servicio gastronómico que brinda.

7.2 Recomendaciones.

Se recomienda realizar la planificación estratégica para el mejor desempeño en el negocio estableciendo de una forma positiva.

- Los dueños deben dar un apoyo al restaurante en los cambios de mejora que este genere a un largo periodo y deben estar comprometidos en cada cambio que se realice dentro del negocio.

- Verificar el cumplimiento de la planificación estratégica para los procesos mal llevados dentro del restaurante. De tal manera conseguir los objetivos y estrategias para la satisfacción del cliente.

- De tal manera se recomienda también realizar mensualmente talleres de capacitación al personal para que tenga un meta en sus funciones en cada área, lo que con lleva a un cambio en los procesos

- Se recomienda también realizar un plan de acción dentro del restaurante para obtener un servicio de alta calidad generando mayor liquidez económica dentro del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

Ana Belen Casado Diaz. (2013). *analsiis externo.* españa: ecu. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=bZVDiA_GDIEC&pg=PA38&dq=analisis+externo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjkgeztrbvQAhXFJCYKHQGbBX4Q6AEIITAB#v=onepage&q=analisis%20externo&f=false

Ana Isabel Bastos. (2015). *clientes.* españa: ideas propias. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=8nj-kruWt1gC&pg=PT9&dq=que+es+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwic0-auibvQAhUKQCYKHdvnD14Q6AEIGTAA#v=onepage&q=que%20es%20cliente&f=false

Antonio Frances. (2012). *diagrama de estrategias.* mexico: lssn. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=yAmLG-Vr8BkC&pg=PA112&dq=diagrama+de+estrategias+concepto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjuvu2Iy7jQAhXTTiYKHQafA_cQ6AEIOjAG#v=onepage&q=diagrama%20de%20estrategias%20concepto&f=false

Arturo Nuñez. (2010). *planificacion.* quito: primera. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=0FwN-g0IdQ4C&pg=PA9&dq=que+significa+planificacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZ5_z0uLvQAhUGPiYKHbZ8Az4Q6AEIJTAD#v=onepage&q=que%20significa%20planificacion&f=false

B. c. (11 de 11 de 2016). *Banco Central Del Ecuador* . Obtenido de riesgo pais: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Banco Central Del Ecuador . (12 de 11 de 2016). *Banco Central Del Ecuador* . Obtenido de Banco Central Del Ecuador : https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion

Cesar Montalvan. (2011). *area administartiva.* quito: univerisdad iberoamericana. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=_Li6utAkc7kC&pg=PA22&dq=que+significa+area+administrativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiU_-abs7vQAhVB4yYKHV7uAecQ6AEIGTAA#v=onepage&q=que%20significa%20area%20administrativa&f=false

David Parmerlee. (2012). *plan de marqueting.* barcelona: ediciones granica. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=E2dQf7-iZm8C&printsec=frontcover&dq=que+es+un+plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwibjtC-iLvQAhUD7SYKHd5BDJsQ6AEIMTAA#v=onepage&q=que%20es%20un%20plan%20de%20marketing&f=false

Eduardo ALdunate . (28 de 05 de 2011). *formacion de capacitadores.* Obtenido de ILPES: http://planeamiento.uncoma.edu.ar/images/phocadownload/ReunionDecanos20160505/DiagnsticorboldeproblemayrboldeobjetivosCEPAL.pdf

Elena Abascal. (2015). *el muestreo.* mexico: ESIC LIBROS PROFESIONALES DE EMPRESAS . Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=qFczOOiwRSgC&pg=PA70&dq=que+es+el+muestreo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjzksDr5LjQAhVDTCYKHX_WDFkQ6AEIGTAA#v=onepage&q=que%20es%20el%20muestreo&f=false

Elena Diaz. (2015). *modalidad de la investigacion.* mexico: lssp. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=bm-6AwAAQBAJ&pg=PA236&dq=que+es+el+los+tipos+de+investigacion+en+gestion+administrativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi7z8er4LjQAhUHbSYKHXCnDscQ

6AEIOzAH#v=onepage&q=que%20es%20el%20los%20tipos%20de%20investigacion%20en%20gesti

Fred Red David. (2011). *matris de impoacto de objetivos.* mexico: universitaria. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=kpj-H4TukDQC&printsec=frontcover&dq=que+es+la+matriz+de+impacto+de+objetivos+pdf&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Guillermo Guerra Espinel. (2011). *Analsisi interno de negocios.* MEXICO: LIMUSA. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=5mfpMwS2cpMC&pg=PA47&dq=que+significa+an%C3%A1lisis+interno&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiH3qzEk7vQAhWIRiYKHUEnAF0Q6AEIGTAA#v=onepage&q=que%20significa%20an%C3%A1lisis%20interno&f=false

Jhon Voyer. (2011). *contro en una empresa.* mexico: UNAM. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=YephqTRD71IC&pg=PA213&dq=que+significa+control+en+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj46bGUwbvQAhXCKiYKHVZ_BWcQ6AEIIjAA#v=onepage&q=que%20significa%20control%20en%20una%20empresa&f=false

Jose Luis Pando. (2013). *area de comercializaccion.* mexico: ayayala. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=n4m1IZgW4t0C&printsec=frontcover&dq=que+es+una+area+de+comercializacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjg3oD7xLvQAhWJ4yYKHQ58D4AQ6AEIIjAA#v=onepage&q=que%20es%20una%20area%20de%20comercializacion&f=false

Jose Maria Legorburu. (2011). *los competidores.* españa: ceu. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=UmRn52TMd-wC&pg=PA196&dq=que+significa+competidores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwin

5K3Bj7vQAhXKTSYKHWjVARsQ6AEIIDAB#v=onepage&q=que%20significa%20competidores&f=false

Jose Maria Saenz. (2014). *objetivos estartegicos.* mexico: ESIC. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=bIh5CgAAQBAJ&pg=PA385&dq=que+es+un+objetivo+estrategico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiW9cuFy7vQAhUB7yYKHZq5ClQQ6AEIIjAA#v=onepage&q=que%20es%20un%20objetivo%20estrategico&f=false

Juan Carlos Cuellar. (2012). *definicion del problema central.* Quito -Ecuador: abyayala. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=c4OQQWycJosC&pg=PA135&dq=que+es+definicion+del+problema+central+de+UNA+PLANIFICACI%C3%93N+ESTRATEGICA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwit-Y6EzrbQAhWM4SYKHQttCLkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=que%20es%20definicion%20del%20problema%20centra

Juan Carlos Cuellar. (2012). *mapeo de invlucrados.* Quito -Ecuador: abayayala. Obtenido de http://dspace.unm.edu/bitstream/handle/1928/12238/Planificaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20y%20operativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Juan Carlos Cuellar. (2012). *Planificacion Estrategica.* Quito - Ecuador: Abayala. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=c4OQQWycJosC&pg=PA64&dq=CONTEXTO+DE+UNA+PLANIFICACI%C3%93N+ESTRATEGICA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY-ba1srbQAhXBRyYKHX8_DiAQ6AEILDAB#v=onepage&q=CONTEXTO%20DE%20UNA%20PLANIFICACI%C3%93N%20ESTRATEGICA&f=false

Juan Carlos Cuellar. (2013). *enfoqe de la investigacion.* quito: abayayala. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=c4OQQWycJosC&pg=PA78&dq=que+es+el+enfoque+de+la+investigacion+juan+carlos+cuellar&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjmxcfT27jQAhUBXiYKHYFpCyEQ6AEIGTAA#v=onepage&q=que%20es%20el%20enfoque%20de%20la%20investigacion%20juan%20carlos%2

Juan Maria Ayala. (2010). *los provedores.* madrid: editex s.a. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=vWVeDAAAQBAJ&pg=PA64&dq=que+es+proveedores+para+que+sirve&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjKxfuzjbvQAhUCQiYKHfQECC0Q6AEIKDAB#v=onepage&q=que%20es%20proveedores%20para%20que%20sirve&f=false

Laura Loria. (2014). *recuros.* mexico: ediciones. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=LZWjDAAAQBAJ&pg=PA30&dq=que+son+los+recursos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6mLSO07vQAhVEPiYKHYGRAwsQ6AEIGTAA#v=onepage&q=que%20son%20los%20recursos&f=false

Leonellha Barreto Dillon. (02 de 02 de 2011). *analisis de arbol de problemas* . Obtenido de MWSS: http://www.sswm.info/ar/category/step-gass-en-al/gass-en-castellano/gesti%C3%B3n-de-agua-y-saneamiento-sostenible-en-am%C3%A9rica-la-8

Mirian Leon Sanchez. (2013). *investigacion descriptiva.* quito: ayayala. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=bm-6AwAAQBAJ&pg=PA236&dq=que+es+el+los+tipos+de+investigaci

Nidia Garcia Lizano. (2013). *contexto macro planificacion estrategica.* univeristaria rodrigo facio: Universidad De costa rica. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=Kc-_rtXWipkC&pg=PA114&dq=CONTEXTO+MACRO+DE+UNA+PLANIFICACI%

C3%93N+ESTRATEGICA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiX2_mXvLbQAhVEeSYKHWTNBPIQ6AEILjAB#v=onepage&q=CONTEXTO%20MACRO%20DE%20UNA%20PLANIFICACI%C3%93N%20ESTRATEGICA&f=false

Romulo Canillo Alvarado . (2008). *analisis de alternativas* . manabi : centro de estudios posgrados .

Stephen Robbin. (2012). *organizaccion.* mexico: pearson. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=OWBokj2RqBYC&pg=PA438&dq=que+significa+organizacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi5j77xvbvQAhVD0iYKHTrBCfwQ6AEIHjAB#v=onepage&q=que%20significa%20organizacion&f=false

Steven Pearson. (2015). *estrategias.* nueva york: colegio baruch. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=XMhruAii5X0C&pg=PA317&dq=que+es+unA+ESTRATEGIA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHv_LZzbvQAhVLQiYKHRlhBeYQ6AEIJTAC#v=onepage&q=que%20es%20unA%20ESTRATEGIA&f=false

Teresa Vega Bermudez. (2012). *importancias de analisis de alternativas.* manibi: universidad tecnica de manabi. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=2H4zAQAAMAAJ&pg=PA223&dq=que+es+la+matriz+de+analisis+de+alternativas&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20la%20matriz%20de%20analisis%20de%20alternativas&f=false

ANEXOS

Logotipo Del Restaurante

Diseño De La Encuesta

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

Esta encuesta se recopilara información para conocer cada uno de los gustos de la población en el restaurante y brindar el servicio adecuado dando un posicionamiento en el sector.

Genero

Masculino ☐ Femenino ☐

Edad

18-25 ☐ 26-29 ☐ 30 – 35 ☐ 36 en adelante ☐

Instrucciones: Lea detenidamente cada una las preguntas y marque con una X

1.- ¿Cuántas veces a la semana consume usted el servicio de restaurante?

Una ☐ dos ☐ tres ☐ cuatro ☐ cinco ☐ as ☐

2.- ¿Utiliza usted los servicios de un restaurante?

Sí ☐ No ☐

3.- ¿Con cuantas personas usted visita un restaurante?

Una ☐ dos ☐ tres ☐ uatro ☐ cinco ☐ o mas ☐

4.- ¿Tiene preferencia con la comida típica?

Sí ☐ No ☐

5.- ¿Qué clase de bebidas consume usted?

Colas ☐

Aguas ☐

Jugos ☐

Cerveza ☐

Otros ☐

6.- ¿Qué estaría dispuesto a pagar por el servicio que le brinden?

$ 1 a 3 ☐ $ 4 a 7 ☐ 8 a 10 otros ☐

7.- ¿Qué servicio le gustaría que le brinden cuando va a un restaurante?

Áreas de juegos para niños ☐

Comida a domicilio ☐

Otros ☐

8.- ¿A los restaurantes existentes que calificación le da usted?

Excelente ☐

Buena ☐

Mala ☐

9.- ¿Los fines de semana acude a un restaurante?

Sí ☐ No ☐

10.- ¿Degustaría de los platos típicos del Ecuador?

Sí ☐ No ☐

Menú

Restaurante
El Exito

Desayunos

Empanadas de verde con café.....$2.00
Bolón con queso.....$1.25
Bolón con chicharrón.....$1.50
Bolón mixto.....$1.75
Desayuno simple (leche, pan, mermelada).....$1.25
Humitas con café.....$1.50

Almuerzos

Ceviche de camarón.....$2.00
Churrasco.....$1.50
Crema de Zapallo.....$1.00
Caldo de 31.....$1.50
Guatita.....$1.50
Locro Ecuatoriano $1.75
Sopa marinera.....$2.00
Yaguar locro.....$3.00
Filetes de pescado con papas fritas.....$2.50
Mote con Chicharrón.....$1.50
Sopa de pollo.....$1.50
Pollo al jugo.....$1.25
Camarón Encocado.....$2.50
Seco de Chivo.....$1.75

Restaurante
El Exito

Bebidas

Gaseosas personales $0.50
Agua mineral.....$0.50
Cerveza.....$1.30
Jugo de mora.....$1.25
Jugo de mango.....$1.25

Postres

Come y Bebe.....$1.00
Ensaladas de frutas.....$1.25
Flan de coco.....$1.25
Quimbolitos.....$1.50
Higos con dulce de miel.....$1.50
Duraznos con crema de leche.....$1.25

Platos Gastronómicos

Menestras

Secos De Pollo

Caldos De Gallina

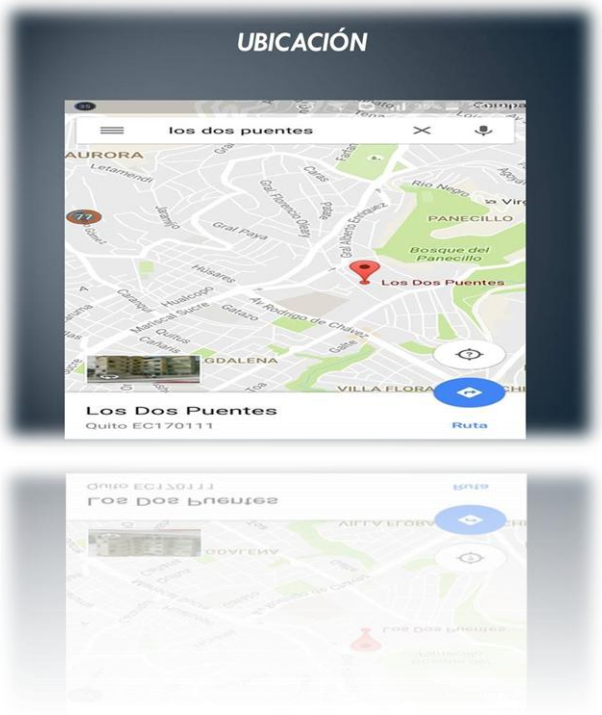
Guatitas

Mariscos

Publicidad

Tríptico

Volantes Publicitarios



Tarjetas De Presentación

Página web