



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### **“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL RESTAURANTE FARFALLE PIZZA & YOGURT A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

#### **TRABAJO DE TITULACIÓN**

TIPO: Proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

#### **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### **AUTORA:**

**JENNIFER ANABELL TAIBE VARGAS**

Riobamba-Ecuador

2022



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### **“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL RESTAURANTE FARFALLE PIZZA & YOGURT A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

#### **Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

#### **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:** JENNIFER ANABELL TAIPE VARGAS

**DIRECTOR:** ING. GERMÁN PATRICIO TORRES GUANANGA

Riobamba– Ecuador

2022

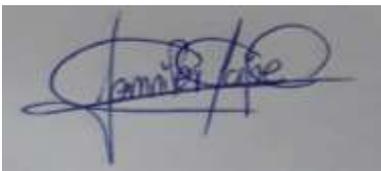
**©2022, Jennifer Anabell Taipe Vargas**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Jennifer Anabell Taipe Vargas, declaro que el presente trabajo de integración curricular es de mi autoría y los resultados de este son auténticos y originales. Los textos en el documento que proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y academia de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 13 de septiembre del 2022



**Jennifer Anabell Taipe Vargas**

**C.C. 180503578-7**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: el trabajo de integración curricular; Tipo: proyecto de investigación. **“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL RESTAURANTE FARFALLE PIZZA & YOGURT A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, realizado por la señorita **JENNIFER ANABELL TAIPE VARGAS**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el misino que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Letty Karina Elizalde Marín		2022/01/18
<b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	.....	.....
Mgs. Germán Patricio Torres Guananga		2022/01/18
<b>DIRECTOR TRIBUNAL</b>	.....	.....
Ing. Mde. Juan Arnulfo Carrasco Pérez		2022/01/18
<b>MIEMBRO DE TRIBUNAL</b>	.....	.....

## **DEDICATORIA**

Dedico en primer lugar al dador de la vida Dios, por ser la guía e inspiración para cumplir esta meta anhelada.

A mis padres, por ser el motor para culminar una etapa más en mi vida, por sus oraciones, arduo esfuerzo, apoyo y sacrificio diario para convertirme en una profesional, sin ustedes no hubiera sido posible llegar hasta aquí y ser su orgullo de hija, los amo mucho.

A mis hermanos por sus ánimos y apoyo moral en todo este tiempo de estudio.

A mis amigos y a todas las personas que formaron parte de este esfuerzo, por impartir su compañía, tiempo, momentos y conocimientos a lo largo de la carrera.

**Jennifer**

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios por la vida, protección, sabiduría y direccionamiento en mi trayecto de vida universitaria, ha sido quien no me ha fallado y no ha soltado mi mano, ha estado en mis errores y aciertos, pues ha permitido culminar con éxito mi tan anhelada carrera.

Agradezco a mi familia por su apoyo incondicional, en especial a mis padres Jorge Taipe e Isabel Vargas quienes son los promotores de mis sueños, de todo corazón les digo gracias, por confiar en mí, por sus principios y valores que me han inculcado para afrontar días buenos y malos, por su sacrificio durante todo este proceso, y sobre todo por inculcarme a no temer las adversidades porque Dios siempre estará conmigo a donde quiera que yo vaya, de igual manera a mis hermanos Jorge Luis Taipe y Dilan Josué por sus risas y palabras de aliento que me hacían sentir orgullosa de lo que puedo llegar a ser y enseñar, pues me han visto crecer como hija, hermana y profesional.

Quiero agradecer a mis amigos, docentes e Institución, que, con su dedicación, conocimientos, paciencia, confianza han logrado formar a una excelente profesional capaz de desempeñarme en el ámbito laboral.

**Jennifer**

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS .....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIII
RESUMEN.....	XIV
ABSTRACT .....	XV
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

1	MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1	Antecedentes de la investigación .....	2
1.2.	Marco teórico.....	3
1.2.1.	<i>Misión</i> .....	3
1.2.2.	<i>Visión</i> .....	4
1.2.3.	<i>Valores corporativos</i> .....	4
1.2.4.	<i>Definición de modelo de negocios</i> .....	4
1.2.5.	<i>Innovación en modelos de negocio</i> .....	5
1.2.6.	<i>¿Para qué sirve un modelo de negocios?</i> .....	5
1.2.7.	<i>¿Quién debe elaborar el documento?</i> .....	5
1.2.8.	<i>Tipos de modelo de negocio</i> .....	5
1.2.9.	<i>Lienzo del modelo de negocios</i> .....	6
1.2.10.	<i>¿Cómo se construye el modelo canvas?</i> .....	6
1.2.11.	<i>Elementos del modelo Canvas</i> .....	7
1.2.12.	<i>Inteligencia Empresarial</i> .....	12

### CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO .....	13
2.2.	Enfoque de la investigación .....	13
2.2.1.	Enfoque cualitativo .....	13
2.2.2.	Enfoque cuantitativo .....	13
2.3.	Nivel de investigación.....	13
2.3.1.	Método inductivo .....	13
2.3.2.	Método deductivo.....	14

2.4.	<b>Diseño de investigación</b> .....	14
2.4.1.	<b>Diseño transversal</b> .....	14
2.5.	<b>Tipo de estudio</b> .....	14
2.5.1.	<b>De campo</b> .....	14
2.6.	<b>Población, selección y cálculo del tamaño de la muestra</b> .....	15
2.6.1.	<b>Población</b> .....	15
2.6.2.	<b>Muestra</b> .....	16
2.7.	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	16
2.7.1.	<b>Técnicas</b> .....	16
2.7.1.1.	<i>Encuestas</i> .....	16
2.7.2.	<b>Instrumentos</b> .....	17
2.7.2.1.	<i>Cuestionario</i> .....	17
2.8.	<b>Idea para defender</b> .....	17

### **CAPÍTULO III**

3.	<b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	18
3.2.	<b>Resultados</b> .....	18
3.2.1.	<i>Análisis e interpretación de resultados</i> .....	18
3.3.	<b>Discusión de Resultados</b> .....	28
3.4.	<b>Propuesta</b> .....	29
3.4.1.	<b>Tema</b> .....	29
3.4.2.	<b>Contenido de la propuesta</b> .....	29
3.4.2.1.	<i>Datos generales de la empresa</i> .....	29
3.4.2.2.	<i>Reseña histórica</i> .....	30
3.4.2.3.	<i>Logotipo de la empresa</i> .....	30
3.4.2.4.	<i>Misión</i> .....	31
3.4.2.5.	<i>Visión</i> .....	32
3.4.2.6.	<i>Valores Corporativos</i> .....	34
3.4.2.7.	<i>Ubicación</i> .....	35
3.4.2.8.	<i>Organigrama estructural</i> .....	36
3.4.2.9.	<i>Manual de Funciones</i> .....	37
3.4.2.10.	<i>Modelo de negocios CANVAS</i> .....	53
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	64
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	65
	<b>GLOSARIO</b>	

**BIBLIOGRAFÍA**  
**ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b>	Baños de Agua Santa Zona.....	15
<b>Tabla 2-3:</b>	Género .....	18
<b>Tabla 3-3:</b>	Edad.....	19
<b>Tabla 4-3:</b>	Consumo de comida rápida .....	20
<b>Tabla 5-3:</b>	Servicio al cliente .....	20
<b>Tabla 6-3:</b>	Frecuencia de consumo .....	21
<b>Tabla 7-3:</b>	Adquisición de productos.....	22
<b>Tabla 8-3:</b>	Productos de preferencia.....	23
<b>Tabla 9-3:</b>	Medios de comunicación de preferencia.....	24
<b>Tabla 10-3:</b>	Pedidos en una aplicación móvil.....	25
<b>Tabla 11-3:</b>	Forma de pago.....	26
<b>Tabla 12-3:</b>	Recibir sugerencias.....	27
<b>Tabla 13-3:</b>	Datos generales de la empresa .....	29
<b>Tabla 15-3:</b>	Manual de funciones del gerente general .....	37
<b>Tabla 16-3:</b>	Manual de funciones del chef .....	38
<b>Tabla 17-3:</b>	Manual de Funciones del Asistente de Cocina .....	39
<b>Tabla 18-3:</b>	Manual de funciones del mesero.....	40
<b>Tabla 19-3:</b>	Manual de funciones del lavaplatos .....	41
<b>Tabla 20-3:</b>	Manual de funciones del personal de limpieza .....	42
<b>Tabla 21-3:</b>	Manual de funciones del comprador y bodeguero.....	43
<b>Tabla 22-3:</b>	Manual de funciones del bodeguero.....	44
<b>Tabla 23-3:</b>	Manual de funciones del área de ventas .....	45
<b>Tabla 24-3:</b>	Manual de funciones del cajero/a.....	46
<b>Tabla 25-3:</b>	Manual de funciones del repartidor.....	47
<b>Tabla 26-3:</b>	Manual de funciones del área financiera .....	48
<b>Tabla 27-3:</b>	Manual de funciones del contador/a.....	49
<b>Tabla 28-3:</b>	Manual de funciones del área de mercadotecnia .....	50
<b>Tabla 29-3:</b>	Manual de funciones del técnico informático.....	51
<b>Tabla 30-3:</b>	Propuesta modelo canvas.....	52
<b>Tabla 31-3:</b>	Presupuesto App.....	57
<b>Tabla 32-3:</b>	Inversión inicial para la App móvil.....	57
<b>Tabla 33-3:</b>	Costos para la App año 1 .....	57
<b>Tabla 34-3:</b>	Costos para la App Año 2.....	58

<b>Tabla 35-3:</b> Costo total para la App móvil .....	58
<b>Tabla 36-3:</b> Estimación de ingresos por pedido .....	58
<b>Tabla 37-3:</b> Estimación número de clientes y crecimiento .....	58
<b>Tabla 38-3:</b> Estimación de Ingresos.....	59
<b>Tabla 39-3:</b> Datos punto de equilibrio.....	59
<b>Tabla 40-3:</b> Fórmula punto de equilibrio .....	60
<b>Tabla 41-3:</b> Cálculo punto de equilibrio .....	60
<b>Tabla 42-3:</b> Valores costo de oportunidad.....	61
<b>Tabla 43-3:</b> Cálculos Financieros.....	62

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1.</b>	Estructura de modelo de negocios .....	6
<b>Figura 2-1.</b>	Segmento de clientes.....	7
<b>Figura 3-1.</b>	Propuesta de valor .....	8
<b>Figura 4-1.</b>	Canales de distribución .....	9
<b>Figura 5-1.</b>	Relación con los clientes.....	9
<b>Figura 6-1.</b>	Flujo de ingresos .....	10
<b>Figura 7-1.</b>	Recursos clave .....	10
<b>Figura 8-1.</b>	Actividades clave .....	11
<b>Figura 9-1.</b>	Alianzas clave .....	11
<b>Figura 10-1.</b>	Estructura de costos.....	11
<b>Figura 11-2.</b>	Nivel Socio Económico Agregado.....	15
<b>Figura 12-3.</b>	Logotipo de la empresa.....	30
<b>Figura 13-3.</b>	Macro localización .....	35
<b>Figura 14-3.</b>	Micro localización .....	35

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-1.</b>	Preguntas para una misión .....	3
<b>Gráfico 2-1.</b>	Preguntas de una visión .....	4
<b>Gráfico 3-1.</b>	Descripción del formato canvas.....	7
<b>Gráfico 4-1.</b>	Diferentes propuestas de valor .....	8
<b>Gráfico 5-3.</b>	Género.....	18
<b>Gráfico 6-3:</b>	Edad.....	19
<b>Gráfico 7-3.</b>	Consumo de comida rápida .....	20
<b>Gráfico 8-3.</b>	Agrado del ambiente y atención .....	21
<b>Gráfico 9-3.</b>	Frecuencia de consumo.....	22
<b>Gráfico 10-3.</b>	Adquisición de productos .....	23
<b>Gráfico 11-3.</b>	Productos de preferencia .....	24
<b>Gráfico 12-3.</b>	Medios de comunicación de preferencia .....	25
<b>Gráfico 13-3.</b>	Pedidos en una aplicación móvil.....	26
<b>Gráfico 14-3.</b>	Forma de pago .....	27
<b>Gráfico 15-3:</b>	Enviar sugerencias.....	28
<b>Gráfico 16-3.</b>	Propuesta misión.....	32
<b>Gráfico 17-3.</b>	Propuesta visión.....	33
<b>Gráfico 18-3.</b>	Valores corporativos .....	34
<b>Gráfico 19-3.</b>	Organigrama estructural.....	36
<b>Gráfico 20-3.</b>	Punto de equilibrio.....	60

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO A: ENCUESTA A CLIENTES</b> .....	70
<b>ANEXO B: LÍNEA DE PRODUCTOS FARFALLE</b> .....	72
<b>ANEXO C: RUC DE LA EMPRESA</b> .....	73

## RESUMEN

La presente investigación se ha enfocado en diseñar un modelo de negocios para la comercialización de productos del restaurante FARFALLE PIZZA & YOGURT a través de una aplicación móvil en la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, posteriormente se determinó la población objetivo y su respectiva muestra, mediante la utilización de encuestas se recabó un porcentaje del 95.30% de aceptación de parte de la clientela, a su vez la entrevista fue aplicada a todo el personal del restaurante, con el propósito de determinar la situación actual del local y plantear una propuesta acorde a su actividad comercial, sobre todo se presentó una herramienta alternativa como es el lienzo negocios (CANVAS). Una vez expuesta la propuesta se realizó un estudio financiero que permitió identificar el nivel de rentabilidad por medio de indicadores como son; El Valor Actual Neto (VAN) con un valor de \$9202.04, Tasa Interna de Retorno (TIR) con un porcentaje de 74%, Índice de Rentabilidad (IR) con un valor de 3,88, garantizando un óptimo nivel de recuperación en los 5 años venideros dentro del funcionamiento de la aplicación móvil en el restaurante. Se concluyó, que un modelo de negocios es de vital importancia para el desarrollo y consecución de todas las actividades que engloba una empresa. Finalmente se sugirió realizar un diseño de modelo de negocios CANVAS adaptable de acuerdo con los cambios del mercado competitivo asegurando así la permanencia de la institución en el futuro.

**Palabras clave:** <CIENCIAS ECONÓMICAS>, <MODELO DE NEGOCIOS>, <LIENZO CANVAS>, <RATIOS FINANCIEROS>, <BAÑOS DE AGUA SANTA (CANTÓN)>.



Firmado electrónicamente por:  
JHONATAN RODRIGO  
PARREÑO UQUILLAS



29-10-2021

2027-DBRA-UTP-2021

## **ABSTRACT**

This research FOCUSES on designing a business model for the commercialization of FARFALLE PIZZA & YOGURT restaurant products by a mobile application in the Baños de Agua Santa, Tungurahua province. In this study, the target population and its respective sample were determined. In addition, surveys reflected a percentage of 95.30% of acceptance customers. Then, it was necessary to figure the current situation of the restaurant and raise a proposal according to its commercial activity by an interview with all the personnel. Even more, an alternative tool, such as the business CANVAS model, was an optimal choice. After the proposal, the next step was a financial study identifying the level of profitability through indicators such as The Net Present Value (NPV) with a value of \$ 9,202.04, Internal Rate of Return (IRR) with a percentage of 74%, Profitability Index (IR) with a value of 3.88, guaranteeing an optimal level of recovery in the next five years within the operation of the mobile application in the restaurant. It was concluded that a business model is essential in the development and achievement of all the activities of a company. Finally, it was suggested to carry out an adaptable CANVAS business model design following the changes in the competitive market, thus ensuring business continuity by the future.

Keywords: <ECONOMIC SCIENCES>, <BUSINESS MODEL>, <CANVAS MODEL >, <FINANCIAL RATIOS>, <BAÑOS DE AGUA SANTA (CANTON)>.

MONICA  
ALEJANDRA  
LOGROÑO  
BECERRA



Firmado  
digitalmente por  
MONICA  
ALEJANDRA  
LOGROÑO BECERRA

## **INTRODUCCIÓN**

La comida rápida en la actualidad es una alternativa muy preferida y válida de alimentación por parte de los consumidores, dentro de la industria alimenticia este sector es uno de los que mayor rubro genera anualmente, en nuestro país cada vez son más los restaurantes tanto físicos como virtuales que inician sus actividades y ofertan productos a precios muy accesibles.

Hoy en día considerando la amplia acogida de los comensales por este tipo de alimentos, ha ocasionado que muchos restaurantes decidan inclinarse por elaborar netamente comida rápida, por otro lado, que emprendimientos similares nazcan, pero en un mundo tan globalizado y competitivo cada vez es más fuerte la competencia por captar y fidelizar clientes, por ello es necesario acudir a herramientas tecnológicas que ayuden a lograr dicho objetivo.

Por lo mencionado anteriormente el proyecto de titulación denominado “DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL RESTAURANTE FARFALLE PIZZA & YOGURT A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA “, contiene 3 capítulos esenciales que son:

El Capítulo I en el cual consta de los antecedentes de la investigación, como el marco teórico que garantiza a profundidad mayor conocimiento para la elaboración de la investigación.

El Capítulo II el cual contiene la metodología a utilizar dentro de la investigación tanto para recabar información como para plantear una propuesta

El Capítulo III en donde consta el análisis e interpretación de resultados, la propuesta del diseño de un modelo de negocios para Farfalle por el lienzo CANVAS, como su contenido y su respectiva evaluación financiera través de indicadores que indiquen costos de su implementación. el nivel de rentabilidad de la inversión, así como también el tiempo de recuperación y la relación costo beneficio que tendrá dicha aplicación.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 1.1 Antecedentes de la investigación

En la actualidad el mundo de los negocios es un entorno que a diario sufre innumerables cambios, por lo que, se ha hecho indispensable aplicar nuevas herramientas, técnicas, modelos, estrategias administrativas con la finalidad que se genere un plus a todo tipo de negocio, alcanzando ventajas competitivas y su permanencia en la economía global, además de aquello, promover nuevas metodologías de comercialización capaz de satisfacer las necesidades de la demanda del mercado y sus tendencias.

Un modelo de negocios está compuesto de nueve módulos básicos en un solo formato integral, esta metodología relaciona tanto al mercado como la empresa, con el propósito de lograr una buena toma de decisiones, asimismo, dicha herramienta proporciona una visión amplia del negocio de manera estructurada y ordena, por otro lado, permite encontrar nuevas estrategias de venta de los diferentes productos o servicios para llegar de manera satisfactoria hacia el mercado objetivo. Para un emprendedor involucrado en el mundo de los negocios le resulta indispensable y oportuno realizar un modelo de negocios, según el proyecto que se desee crear o modificar, sin importar el tamaño del negocio u organización.

El restaurante “Farfalle Pizza & Yogurt” desde su existencia en el ámbito administrativo y comercial, no ha elaborado un documento que contenga una estructura organizacional, políticas, estrategias de Marketing u objetivos empresariales, por lo que, se ha visto en la necesidad en el presente trabajo de investigación de proponer un diseño de modelo de negocios que permita comercializar los distintos productos que oferta el local a través de una aplicación móvil, de la misma manera, se partirá tomando como referencia diferentes tesis habilitadas en la biblioteca de la institución y a su vez artículos científicos que pertenezcan al mismo tema planteado.

Brevemente, se detalla artículos científicos y tesis indagadas para un modelo de negocios:

**Investigación 1:** EXPERIENCIA DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD.

CASO: “DESARROLLO E INNOVACIÓN MICROEMPRESARIAL A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS”, formulada por los siguientes

autores (Castillo et al., 2018: pp. 5-20), permite:

Obtener una guía metodológica pertinente para conseguir desarrollar nuestro marco teórico, vinculado al tema del diseño de un modelo canvas y su aplicación en la sociedad.

**Investigación 2:** “PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA MONTECARLO TRANSVIP CÍA. LTDA. EN

LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, CANTÓN RIOBAMBA EN EL AÑO 2018.”, con su autor (Ávalos, 2018, p.1), se presenta los siguientes hallazgos en su trabajo de investigación: Muestra la importancia de actualizar o crear un modelo de negocios a través de las herramientas tecnológicas, con el objetivo de innovar y satisfacer las necesidades de los clientes.

Además, nos brinda una guía para poder determinar la situación actual del negocio y trasladar dicha información hacia una metodología Canvas para obtener mayor rentabilidad y ventajas competitivas en el mercado.

**Investigación 3:** “DISEÑO MODELO DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA OPERADORA DE TURISMO “EXPLORJUNGLE EXPEDICIONES S.A.”, DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, PARA EL PERIODO 2017-2021.”, con su autor (Carrera, 2018, pp. 2-5), el cual pronuncia el punto de vista de su trabajo investigativo: Recalca que es indispensable incrementar la rentabilidad del local y el servicio que se oferta a la gente, mediante los instrumentos de investigación que son las: encuestas y entrevistas; pues, facilitan la información para diseñar un modelo de negocios que beneficie al local donde se desarrolla dicha propuesta.

## 1.2. Marco teórico

La presente investigación se basa en la importancia de un modelo de negocios dentro de las empresas, pues es una herramienta fundamental para el posicionamiento y sostenibilidad de esta, asimismo proporciona una visión más dinámica de la situación actual de nuestro negocio, con el propósito de mostrar nuevas rutas de comercialización de nuestros productos o servicios.

### 1.2.1. Misión

Es el motivo de la existencia de una empresa menciona en su reportaje Luco (2017, p.18) es decir, porque razón fue creada y que función desea cumplir en la sociedad actual, cabe recalcar que la misión tiene un tiempo de duración de corto y mediano plazo para el cumplimiento de sus objetivos y metas.



**Gráfico 1-1.** Preguntas para una misión

Realizado por: Taipei, Jennifer, 2020.

### 1.2.2. Visión

Hace referencia Federico (2017, pp. 25-27) es su documento de análisis a la imagen que se desea alcanzar la empresa en un largo plazo, es decir, tener una perspectiva de se espera obtener en un futuro, tomando en cuenta que dicha acción debe ser realista y alcanzable manteniendo una plena seguridad de su logro año tras año.



**Gráfico 2-1.** Preguntas de una visión

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### 1.2.3. Valores corporativos

Son elementos fundamentales en la estructura organizativa de una empresa como afirma Corvo (2020, p.30) pues denotan la cultura propia que brinda a su clientela, los mismos deben ser claros, sólidos y adaptables para todos los miembros de la organización, por lo que asegura a su vez una ventaja competitiva hacia sus ofertantes, alcanzando una sostenibilidad y rentabilidad del negocio.

### 1.2.4. Definición de modelo de negocios

De acuerdo con Velázquez (2015, p.22) un modelo de negocios lleva al éxito a una empresa, esto debido a que se tiene una clara definición de las acciones claves al momento de establecer la estrategia, cuidando siempre que se cumpla el objetivo estratégico principal.

En la opinión de Cuevas (2020, pp.26-28) es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos, es decir son pasos por seguir para cumplir objetivos planteados.

#### **1.2.5. Innovación en modelos de negocio**

Como expresa Cordero (2019, p.37) el nuevo entorno (globalización, la velocidad, internet, nuevas tecnologías y la manera de relacionarnos) provoca que sea necesaria una estrategia de negocio centrada en los clientes. Pues es donde cobra una mayor importancia la innovación, por las cuales las empresas deberán ofrecer productos y servicios de valor añadido para los clientes que les permite lograr una diferenciación, esto significa; adelantarse a sus competidores logrando posicionamiento para obtener ventajas competitivas.

#### **1.2.6. ¿Para qué sirve un modelo de negocios?**

Plantea Contini (2018, p.45) para describir lo que deseamos crear, es decir, es la estructura como los diagramas o planos en los que se plasman todos los elementos y componentes que se debe considerar al momento de crear o hacer crecer el negocio y que aquel pueda seguir generando ingresos y permaneciendo vigente y activo en el mercado competitivo.

#### **1.2.7. ¿Quién debe elaborar el documento?**

Según Lloreda (2015, p.17), el modelo de negocio debe prepararse por todos los socios o promotores del proyecto, garantizando de esta forma la implicación de todas las personas que van a intervenir en el análisis previo del mismo.

#### **1.2.8. Tipos de modelo de negocio**

Desde el punto de vista de Mendelson (2015, pp.42-44) los modelos de negocio son esquemas que detallan la manera en que las empresas crean y agregan un plus para sus clientes, y la recompensa que obtienen de ello. El concepto de modelo de negocio abarca el producto o servicio, el cliente y el mercado, el papel de la empresa dentro de la cadena de valor y el motor económico que le permite alcanzar sus objetivos de rentabilidad y crecimiento.

### 1.2.9. Lienzo del modelo de negocios

Según Sánchez (2019, p.14) el lienzo de modelo de negocio es una herramienta fundamental en el desarrollo de cualquier empresa. Pues nos permite conocer el negocio y sus aspectos claves como algo necesario antes de tomar cualquier decisión importante o empezar cualquier estrategia de marketing.



**Figura 1-1.** Estructura de modelo de negocios

**Fuente:** Business Model Generation Book.

Como señala Gómez (2018, p.16) es una gran herramienta para mejorar el enfoque y la claridad de lo que tu empresa está tratando de lograr. En otras palabras, este modelo elimina todos los retrocesos del plan comercial tradicional y te permite concentrarte en lo que sí es importante, el modelo de negocios lienzo canvas propone una estructura donde sitúa las partes que se realizan en el mundo de los negocios entre la empresa y el mercado.

### 1.2.10. ¿Cómo se construye el modelo canvas?

Esta importante estrategia que se utiliza al momento de poner en marcha un negocio o a su vez rediseñar una ya existente, nos permite contar con un mapa de mucha utilidad en el proceso de emplear esta metodología con el fin de alcanzar nuestros objetivos, por otro lado, esta herramienta de negocios nos permite realizar en un solo formato de forma dinámica, sencilla y colaborativa, aborda una lluvia de ideas lo que facilitan la operatividad de un negocio.



**Gráfico 3-1.** Descripción del formato canvas

Realizado por: Taípe, Jennifer, 2020.

### 1.2.11. Elementos del modelo Canvas

Está compuesto por nueve módulos que integran las partes internas como externas de un negocio; por la tanto en la parte derecha se detalla todo lo relacionado al mercado mientras que la parte izquierda integra todo en base a nuestro negocio, los elementos que componen esta metodología son los siguientes:

#### 1. Segmentos de clientes

Hace referencia a nuestro mercado objetivo, es decir, cuál es el público a quien se va a enfocar nuestra propuesta de negocio con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes, cabe mencionar que estos están distinguidos unos de otros ya sea en grupo o secciones.

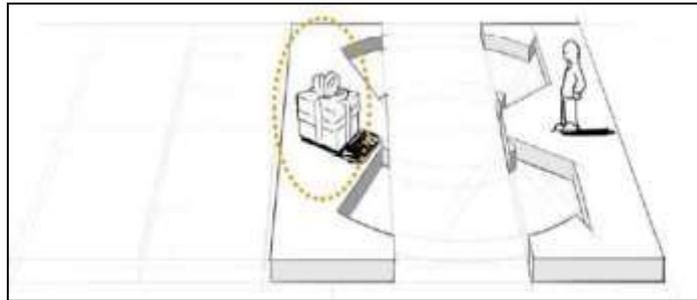


**Figura 2-1.** Segmento de clientes

Fuente: Business Model Generation Book

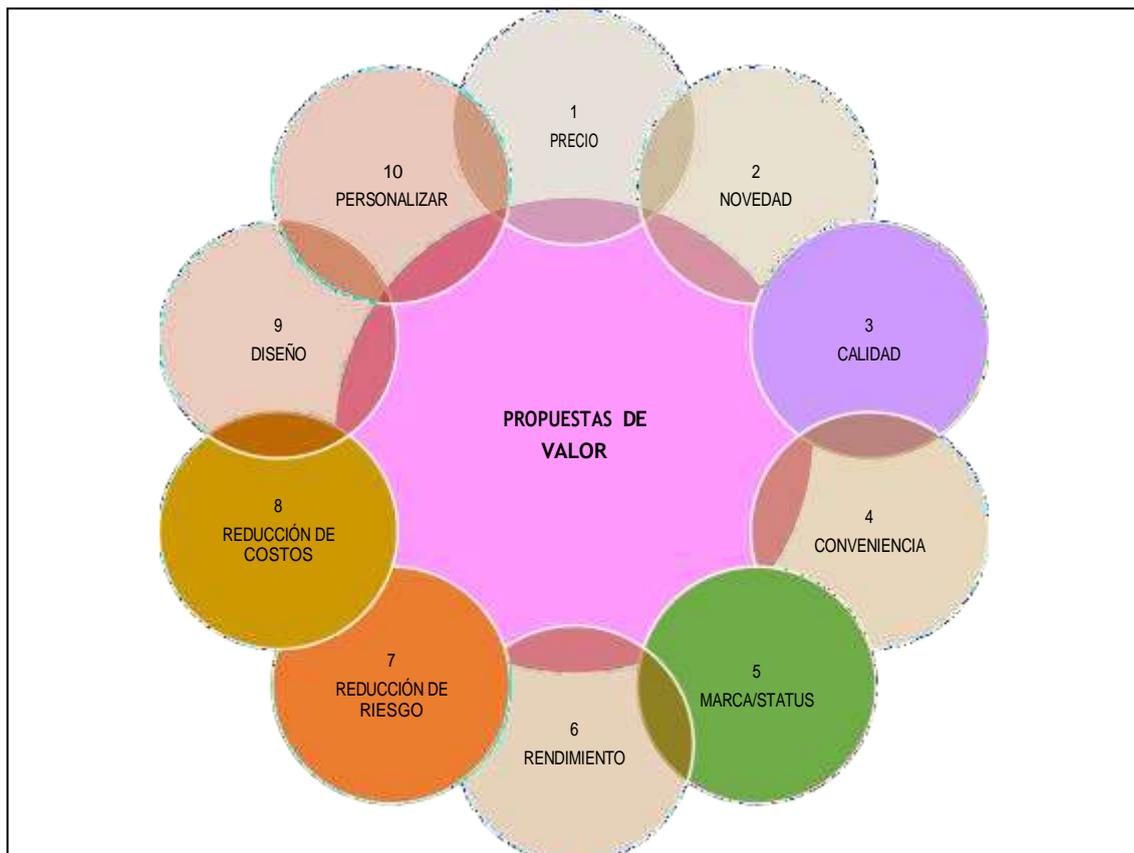
## 2. Propuesta de valor

Ayuda a establecer varias ofertas con un valor agregado que permitirá diferenciarse de la competencia o su vez solucionar algún problema, se conduce hacia los clientes mediante canales que ayuden a llegar con la propuesta que se intenta plasmar definiendo una ventaja competitiva en el mercado.



**Figura 3-1.** Propuesta de valor

**Fuente:** Business Model Generation Book

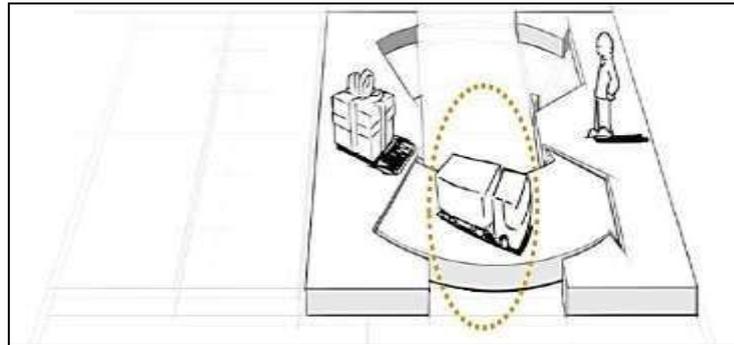


**Gráfico 4-1.** Diferentes propuestas de valor

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

### 3. Canales de distribución y comunicación

De qué manera vamos a interactuar con nuestros clientes de manera dinámica; es decir que medios se va a ocupar para poder informar las propuestas de valor hacia nuestros clientes, se puede definir en base a canales directos o indirectos para dar a conocer, distribuir y vender los productos que se oferta al mercado garantizando una óptima entrega.

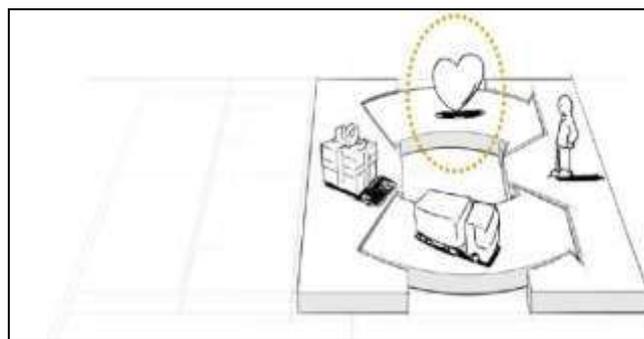


**Figura 4-1.** Canales de distribución

Fuente: Business Model Generation Book

### 4. Relación con el cliente

Definir cómo se va a interactuar con los clientes tomando como referencia los gustos y preferencias del consumidor y que necesidades son las que se van a tratar de satisfacer, que viabilidad es más rentable para poder dialogar de manera efectiva y oportuna.

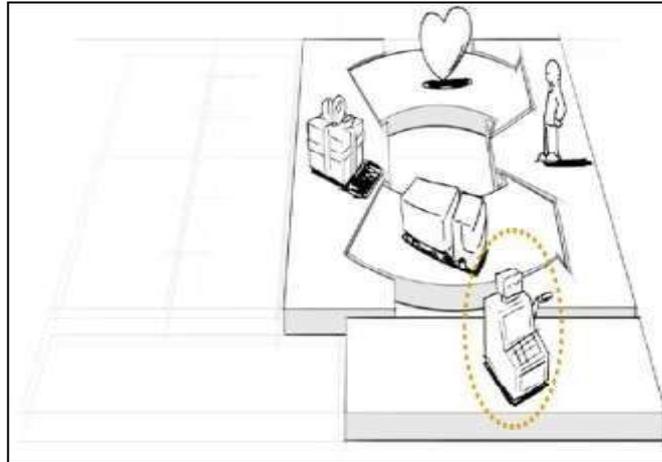


**Figura 5-1.** Relación con los clientes

Fuente: Business Model Generation Book

### 5. Flujos o fuentes de ingresos

Cómo vamos a recabar los flujos de ingreso para nuestro negocio, escoger de todas las lluvias de alternativas la que mejor se ajuste a la propuesta y a la demanda que se está enfoca a satisfacerla.

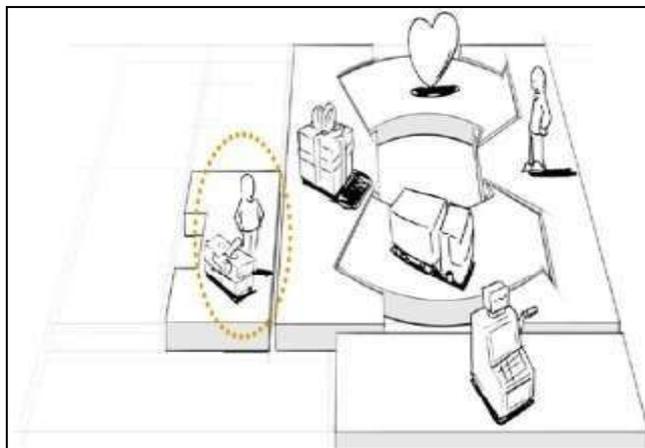


**Figura 6-1.** Flujo de ingresos

Fuente: Business Model Generation Book

## 6. Recursos clave

Analizar que activos dispone el local ya sea tangibles e intangibles que nos permita poner en marcha lo que deseamos realizar, es una parte vital porque define si la empresa cuenta con los materiales suficientes para hacer funcionar diferentes actividades.

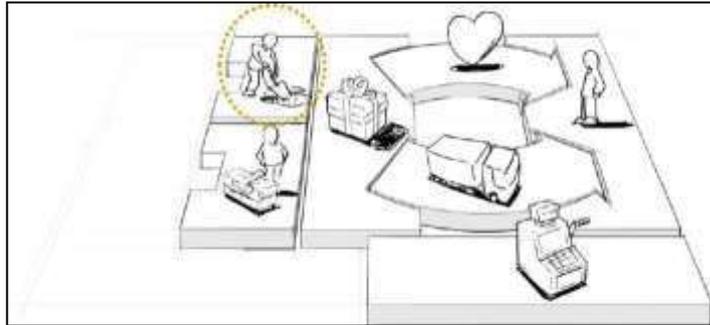


**Figura 7-1.** Recursos clave

Fuente: Business Model Generation Book

## 7. Actividades clave

Se analiza las mejores opciones estrategias que va a permitir llevar a cabo la propuesta de valor trazada, es de relevancia a este módulo pues se determinará la funcionalidad de la empresa.

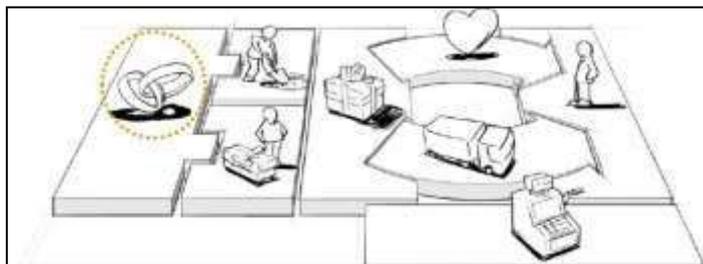


**Figura 8-1.** Actividades clave

Fuente: Business Model Generation Book

## 8. Alianzas clave

Determinar que socios o alianzas nos van a acompañar en la puesta en marcha de la propuesta, pues esto permitirá tener un soporte más sólido para avanzar con confianza todas las actividades que se desealogar.

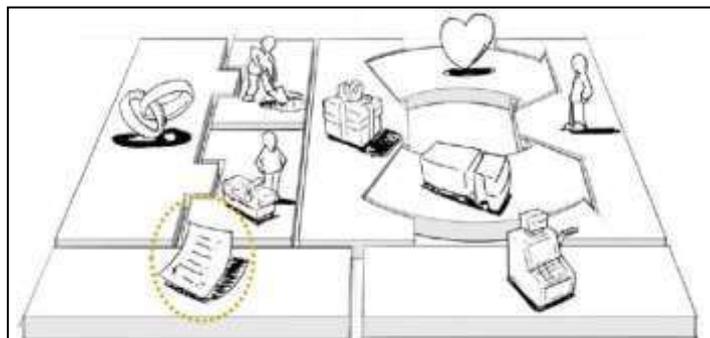


**Figura 9-1.** Alianzas clave

Fuente: Business Model Generation Book

## 9. Estructura de costos

Abarca todos los costos o gastos que incurren plasmar la propuesta realizada, deben ser flexibles con el propósito de garantizar las diferentes operaciones vigentes en los módulos anteriores, por lo tanto, nos otorgará un futuro presupuesto para poder cubrirlos en un periodo determinado.



**Figura 10-1.** Estructura de costos

Fuente: Business Model Generation Book

### **1.2.12. Inteligencia Empresarial**

Da a conocer Castro (2015, p.31) la inteligencia de negocios son una agrupación de procesos, aplicaciones y tecnologías que permiten la obtención rápida y sencilla de datos provenientes de los sistemas de gestión empresarial para su análisis e interpretación, de manera que puedan ser aprovechados para la toma de decisiones y se conviertan en conocimiento para los responsables del negocio.

## **CAPÍTULO II**

### **2 MARCO METODOLÓGICO**

#### **2.2. Enfoque de la investigación**

La investigación se basa por un lado en el análisis cuantitativo, por la recopilación de la información sobre los factores e indicadores relacionados con las ventas de años anteriores y también conocer cuál es el estado actual del negocio, y el análisis cualitativo referente a la identificación, evaluación y descripción de los elementos que se han utilizado para mantener funcionando el restaurante.

##### **2.2.1. Enfoque cualitativo**

Empleando las palabras de (Canive y Ballet, 2017: p.9), el método de investigación cualitativa es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados.

##### **2.2.2. Enfoque cuantitativo**

Como señala Raffino (2020, p.14) Son el conjunto de estrategias de obtención y procesamiento de información que emplean magnitudes numéricas y técnicas formales y/o estadísticas para llevar a cabo su análisis, siempre enmarcados en una relación de causa y efecto.

#### **2.3. Nivel de investigación**

##### **2.3.1. Método inductivo**

Según Valbuena (2015, p.23) consiste en una forma de hipótesis que, a partir de una evidencia singular, sugiere la posibilidad de una conclusión universal. Como términos en esta investigación suele expresarse en términos de probabilidades, tendencias o posibilidades, de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios

Se pretende mediante la investigación identificar cual es la situación actual que enfrenta el restaurante y en que medio se desenvuelve, con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades del comercio electrónico de sus productos.

### **2.3.2. Método deductivo**

Como expresa Raffino (2020, p.56) es la forma específica de pensamiento o razonamiento, que extrae conclusiones lógicas y válidas a partir de un conjunto dado de premisas o proposiciones. Es, dicho de otra forma, un modo de pensamiento que va de lo más general, como leyes y principios a lo más específico.

El uso de este método se basó en deducir la información recolectada del método inductivo; a través de un análisis crítico y constructivo, es decir que se estudió el contexto de la situación que se encuentra el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt con relación a las políticas diseñadas y las percepciones de la población dedicada a esta actividad frente a la pandemia, el cual nos permitirá corregir falencias dentro del funcionamiento del negocio.

## **2.4. Diseño de investigación**

### **2.4.1. Diseño transversal**

Como lo hace notar Montano (2016, pp. 45-47) considera a la investigación como una forma observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido que tiene como medir la prevalencia del fenómeno medido, al igual que cómo afecta a la población en un momento temporal.

En nuestra investigación en el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt analizará como afectó al rendimiento del negocio la pandemia que estamos pasando, y como incidió en las ventas según los datos recopilados.

## **2.5. Tipo de estudio**

### **2.5.1. De campo**

Como lo hace notar Cajal (2019, p.62) es una investigación donde se adquieren datos sobre un suceso en particular, en el lugar donde suceden, es decir, el investigador se traslada hasta el sitio donde ocurre el fenómeno que desea estudiar, con el propósito de recolectar información útil para su investigación. Se utilizó este tipo de investigación para obtener información del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt referente a sus ingresos por ventas, además de especificar de forma más clara y precisa cómo afectó la pandemia a sus ventas e ingresos en el negocio.

## 2.6. Población, selección y cálculo del tamaño de la muestra

### 2.6.1. Población

Expresa Ventura (2017, p.73) que la población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar. Por esa razón, entre la población y la muestra existe un carácter inductivo (de lo particular a lo general), esperando que la parte observada represente una realidad; garantizando las conclusiones extraídas en el estudio. Para el cálculo de la muestra en la investigación el universo es de 20018 habitantes del Cantón Baños según el (INEC, 2010) considerando a hombres y mujeres de la ciudad de Baños que pueden consumir nuestros productos.

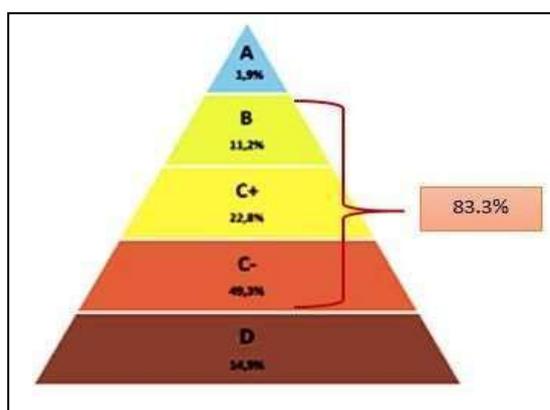
**Tabla 1-2:** Baños de Agua Santa Zona

Ciudad	Zona
Baños de Agua Santa	Urbana y Rural
<b>Población total de la ciudad</b>	20018

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010

**Realizado por:** Taipei, Jennifer, 2020.

Además, el estrato socioeconómico del país nos permite visualizar la población que podría adquirir los diferentes productos, tomando en cuenta que nuestra población objetiva las personas económicamente activas (PEA) a partir de los 18 años hasta los 65 años de sexo femenino o masculino de clase media baja C- (49,3%), media C+ (22,8%) y media alta B (11,2%) lo que equivale al 83.3% de los habitantes del cantón Baños de Agua Santa que se encuentran en la posibilidad de adquirir nuestros productos obteniendo así un total de 16,675 personas.



**Figura 11-2.** Nivel Socio Económico Agregado

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010

## 2.6.2. Muestra

Como plantea Sampieri (2015, p.57) la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

**Fórmula:**

$$n = \frac{[Z^2 p q] * N}{[(N-1)e^2] + [Z^2 p q]}$$

**En donde el significado de los términos es:**

**n** = tamaño de la muestra

**Z** = Nivel de confiabilidad = 95% ~ 1,96

**p** = Probabilidad de ocurrencia = 83.3% (según el estrato socioeconómico)

**q** = Probabilidad de no ocurrencia = 16.7%

**N** = Población = 20018

**e** = Máximo margen de error = 5%

$$n = \frac{[(1,96)^2 (0,833)]}{\frac{(0,167) \times (20018)}{[(20018-1)(0,05)^2] + [(1,96)^2 (0,833)]}}$$

$$n = 211,5154121 \sim 211$$

Se determinó a través del cálculo que la muestra que se aplicará a las personas es de **211** encuestas.

## 2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

### 2.7.1. Técnicas

#### 2.7.1.1. Encuestas

Una encuesta está constituida por una serie de preguntas que están dirigidas a una porción representativa de una población, y tiene como finalidad averiguar estados de opinión, actitudes o comportamientos de las personas ante asuntos específicos. (Significados, 2017)

## **2.7.2. Instrumentos**

### **2.7.2.1. Cuestionario**

El cuestionario es un instrumento académico científico que permite recolectar datos, que luego del proceso de tabulación, descripción y análisis tiene como resultado información que orienta la toma de decisiones frente a un problema de una investigación.

## **2.8. Idea para defender**

El diseño de un modelo de negocios referentes al restaurante “Farfalle Pizza & Yogurt” permitirá conocer la ruta clave para poder comercializar sus productos a través de una aplicación móvil con el fin de generar una ventaja competitiva y sostenible en el mundo de los negocios.

## CAPÍTULO III

### 3 MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 3.2. Resultados

##### 3.2.1. Análisis e interpretación de resultados

La recolección de datos para la interpretación de resultados se obtuvo mediante la aplicación de encuestas dirigidos a los clientes del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt; por consiguiente, la presentación de dichos resultados arrojados estadísticamente se los detallará a continuación a través de tablas y gráficos que faciliten una amplia comprensión.

#### Datos informativos

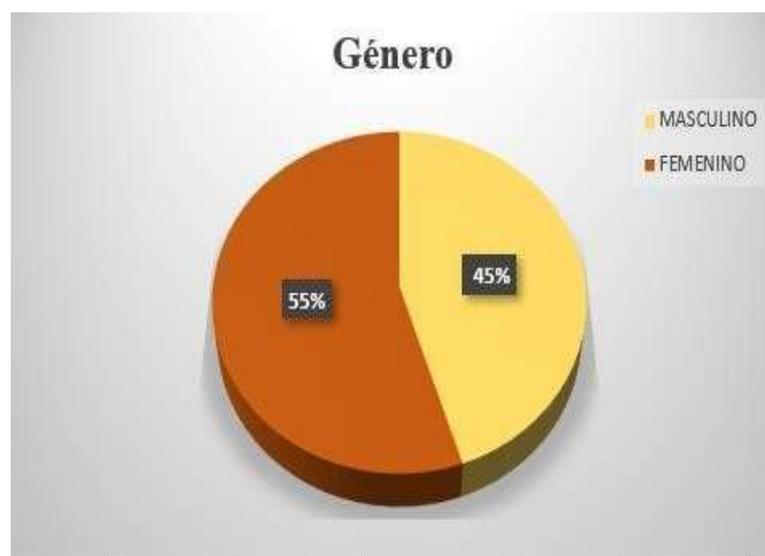
##### Género

**Tabla 2-3:** Género

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
MASCULINO	95	45%
FEMENINO	116	55%
<b>TOTAL</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Investigación de campo)

**Realizado por:** Taípe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 5-3.** Género

**Realizado por:** Taípe, Jennifer, 2020.

## Análisis e interpretación

Se evidencia que la mayoría de clientela que acude al sitio son mujeres; no obstante, se puede visualizar que los hombres también les encanta acudir a estos sitios de comida rápida, ya sea estos por varios motivos.

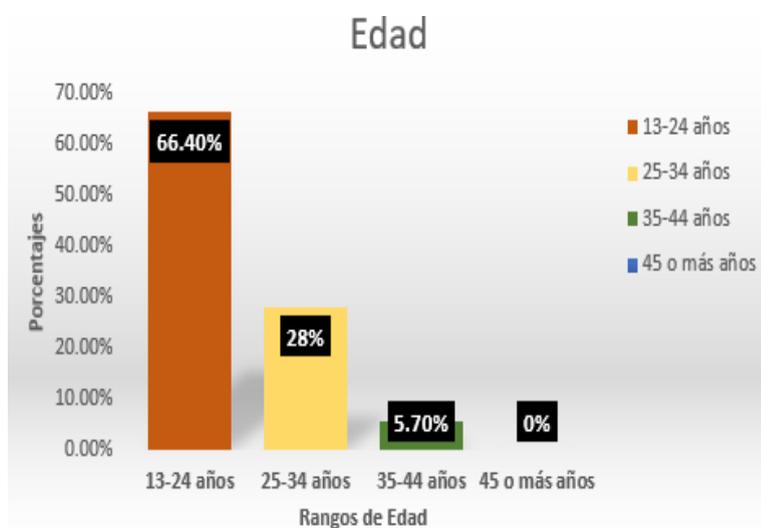
### Edad

**Tabla 3-3:** Edad

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
13-24 años	140	66.40%
25-34 años	59	28%
35-44 años	12	5.70%
45 0 más años	0	0%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Investigación de campo)

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 6-3:** Edad

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

## Análisis e interpretación

El rango de edad que posee mayor acogida y frecuencia es la de 13 a 24 años, siendo esta una etapa de la plena juventud donde se disfruta y deleite con libertad el consumo de la comida rápida.

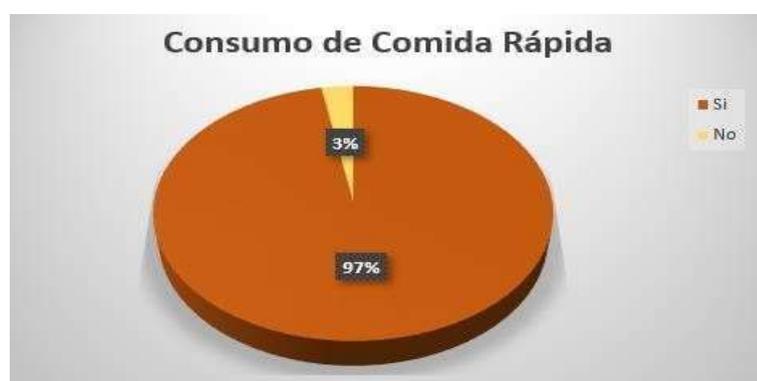
## PREGUNTA 1. ¿Consume usted comida rápida?

**Tabla 4-3:** Consumo de comida rápida

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Si	205	97.20%
No	6	2.80%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Investigación de campo)

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 7-3.** Consumo de comida rápida

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

## Análisis e interpretación

Existe una gran afluencia de personas que se deleitan en la comida rápida, esto se puede ocasionar por el estilo de vida y consumo que lleva a diario; no obstante, se puede evidenciar que hay un alto porcentaje de personas que si recurren al consumo de la comida rápida.

## PREGUNTA 2. ¿Le agrada a usted el ambiente y atención del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt?

**Tabla 5-3:** Servicio al cliente

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Si	204	96.70%
No	7	3.30%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Investigación de campo)

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 8-3.** Agrado del ambiente y atención

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### Análisis e interpretación

Se evidencia de parte de los clientes una gran conformidad con el ambiente y atención que se brinda el local; cabe destacar que frente a estas posturas del consumidor sobresale el favoritismo por el lugar y la aceptación en el gusto de los diferentes locales que maneja la empresa, ya sea por su creatividad y aprovechamiento del espacio físico que brinda a su distinguida clientela trabajando de la mano con la atención de sus trabajadores al momento de atenderlos.

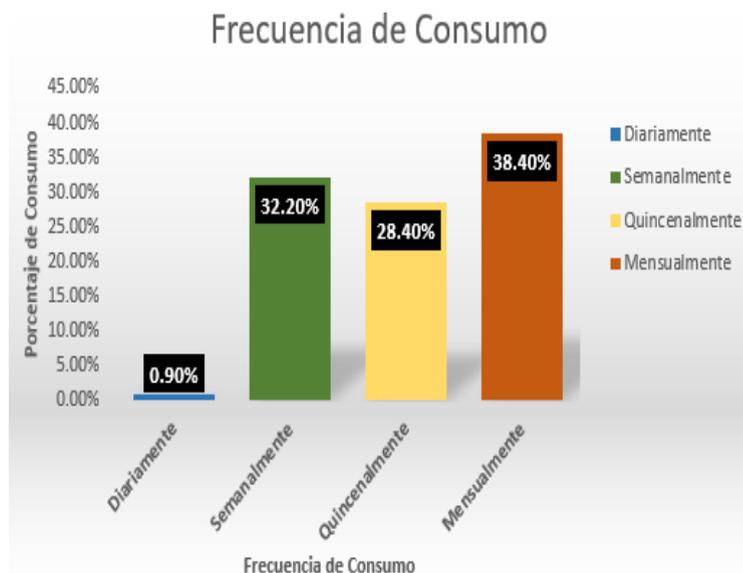
### PREGUNTA 3. ¿Con qué frecuencia usted consume los productos del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt?

**Tabla 6-3:** Frecuencia de consumo

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Diariamente	2	0.90%
Semanalmente	68	32.20%
Quincenalmente	60	28.40%
Mensualmente	81	38.40%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación de campo)

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 9-3.** Frecuencia de consumo

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### Análisis e interpretación

A los clientes cada mes y quincenalmente les gusta consumir en el local, esto debido a que tienen otras prioridades y se deleitan en compartir un platillo en el tiempo que ellos lo requieran y según las oportunidades que se ofertan.

### PREGUNTA 4. ¿Al momento de adquirir un producto del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt que le llama más la atención?

**Tabla 7-3:** Adquisición de productos

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Calidad	69	32.70%
Precio	40	18.95%
Cantidad	24	11.37%
Variedad	22	10.42%
Higiene	56	26.54%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación de campo)

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 10-3.** Adquisición de productos

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### Análisis e interpretación

Lo que al cliente le llama la atención al momento de consumir un producto del restaurante definen que es su calidad e higiene que se maneja en el local, además se fijan en el precio que oferta el lugar al consumir sus productos, finalmente su cantidad y variedad; esto nos facilita un resultado claro y evidente que los clientes observan la calidad, higiene, y precio por sobre todo al momento de degustar los diferentes platillos.

**PREGUNTA 5.** ¿De la siguiente lista de productos del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt, cuales son de su preferencia?

**Tabla 8-3:** Productos de preferencia

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Alitas en diferentes salsas	89	42.18%
Pizzas	67	31.75%
Lasañas	35	16.59%
Pan de yuca con yogurt	20	9.48%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación de campo)

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 11-3.** Productos de preferencia

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### Análisis e interpretación

Cuando los clientes visitan el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt los productos que son de su preferencia son las alitas en sus diferentes salsas ( BBQ, mostaza y miel, maracuyá y demás) pues señalan que les encanta, continuando las pizzas que son de gran aceptación; y situándose en los últimos lugares tenemos a las lasañas y el pan de yuca con yogurt lo cual nos permite evidenciar que se debe reforzar en estos productos para que la gente consuma con mayor frecuencia; esto nos demuestra que el producto de mayor preferencia para nuestra clientela son las alitas en sus diferentes salsas debido a su sabor único e inigualable que provoca en el consumidor degustar siempre de este platillo.

### PREGUNTA 6. ¿Mediante qué medio de información usted conoció el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt?

**Tabla 9-3:** Medios de comunicación de preferencia

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Radio	40	18.95%
Redes sociales	84	39.81%
Internet	62	29.38%
Otros medios de información	25	11.85%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación de campo)

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 12-3.** Medios de comunicación de preferencia

Realizado por: Taípe, Jennifer, 2020.

### **Análisis e interpretación**

El medio de comunicación donde se informaron con mayor afluencia del negocio fue en las redes sociales e internet dieron a conocer este dato importante la clientela, por otro lado, manifiestan que se informaron a través de la radio y mediante otros medios de comunicación, es importante tomar este dato ya que nos hace ver con claridad que las redes sociales y la prensa juegan un papel muy importante para dar a conocer más sobre el local ya que la internet es una herramienta muy importante hoy en día, pues todos de alguna manera están conectados en el mundo tecnológico de la información y comunicación.

**PREGUNTA7. ¿Le gustaría tener la posibilidad de realizar un pedido de los productos que ofrecen el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt a través de una aplicación móvil?**

**Tabla 10-3:** Pedidos en una aplicación móvil

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Si	201	95.30%
No	10	4.70%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Investigación de campo)

**Realizado por:** Taípe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 13-3.** Pedidos en una aplicación móvil

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

### Análisis e interpretación

Existe una gran aceptación de parte de los clientes en tener la posibilidad de realizar un pedido de los varios productos que oferta el restaurante mediante una aplicación móvil; claramente muestra que implementar esta herramienta de trabajo le llama la atención al consumidor, pues se puede ocasionar por distintos motivos como: tiempo, ocupaciones, problemas en nuestro entorno y diferentes disposiciones que puede emitir el gobierno, esto hace que de alguna manera la gente requiera otra manera de seguir consumiendo en el sitio y al local otra opción para comercializar su gama de productos.

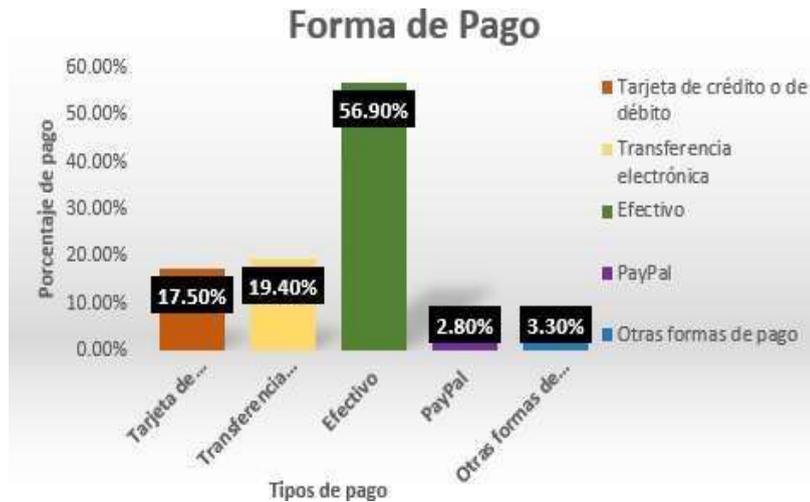
### PREGUNTA 8. ¿Con qué tipo de pago le gustaría cancelar su pedido electrónico?

**Tabla 11-3:** Forma de pago

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Tarjeta de crédito o de débito	37	17.50%
Transferencia electrónica	41	19.40%
Efectivo	120	56.90%
PayPal	6	2.80%
Otras formas de pago	7	3.30%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (Investigación de campo)

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 14-3.** Forma de pago

Realizado por: Taípe, Jennifer, 2020.

### Análisis e interpretación

El tipo de pago que al cliente le gustaría cancelar su pedido electrónico es por medio del efectivo y transferencia, por otro lado, indican mediante una tarjeta de crédito o débito, afirmando también por medio de PayPal. Se puede deducir que es ocasionado debido a un desconocimiento de este medio alternativo de pago; la gente destacó el efectivo como la forma de pago que desean realizar al instante de hacer un pedido electrónico pues se sienten seguros del manejo de su dinero y a su vez garantizan la confianza en el local.

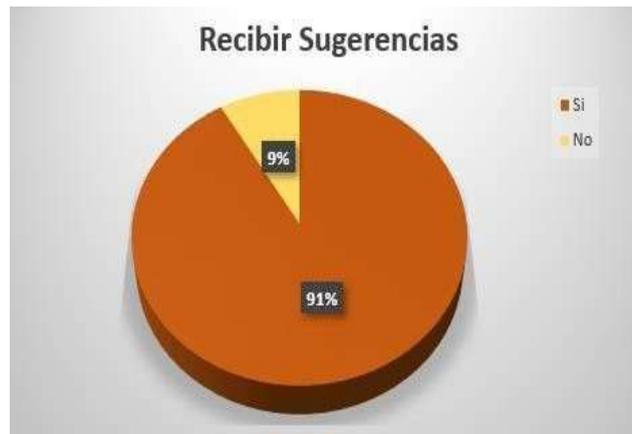
**PREGUNTA 9.** ¿Le gustaría tener la oportunidad de enviar al restaurante Farfalle Pizza & Yogurt sus dudas, recomendaciones o quejas de forma directa, mediante un buzón de sugerencias establecido en una aplicación móvil?

**Tabla 12-3:** Recibir sugerencias

Respuesta	Encuesta	Porcentaje
Si	193	91.50%
No	18	8.50%
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación de campo)

Realizado por: Taípe, Jennifer, 2020.



**Gráfico 15-3:** Enviar sugerencias

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### **Análisis e interpretación**

Es importante poder tener la posibilidad de enviar nuestras dudas, sugerencias, recomendaciones y demás, en el lugar que frecuentamos y es de nuestro agrado, es así como definen los clientes del restaurante optar que exista un buzón de sugerencias implantado en una aplicación móvil; esto es un dato relevante para el local ya que ayuda a interactuar con los clientes averiguando sus gustos y preferencias para mejorar el ritmo de trabajo. Todos estos resultados son relevantes para nuestro proceso investigativo ya que facilita en poder tomar mejores decisiones para el desempeño del local y llegar a satisfacer las necesidades de los clientes, por lo tanto, esto ayudará que el negocio siga manejándose dentro del ámbito competitivo y empresarial.

### **3.3. Discusión de Resultados**

Como hemos apreciado, una vez finalizada la investigación de campo en el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt mediante esta técnica reconocida que son las encuestas el cual fueron aplicadas a los clientes se obtuvo como resultados que gran cantidad de personas asumen que les gusta consumir comida rápida en el local aprovechando su acogida en la etapa de la juventud quienes son los que más acuden a estos sitios mostrando un agrado en las diferentes instalaciones y atención que se brinda mediante un correcto ambiente laboral, mostrando cuales son los productos que mayormente suelen consumir y por qué les gusta acudir al restaurante, además de ello manifiestan que el medio por el cual en estos tiempos conocieron de negocio fue por medio de las redes sociales, internet y radios con mayor afluencia esto debido a que son los medios de información y comunicación más usados por la gente y esto nos otorga con claridad que nuestra clientela va a querer conocer más de nosotros por estos medios de comunicación, de acuerdo con los clientes afirman que les gustaría tener la posibilidad de realizar pedidos de los diferentes productos que ofrece el restaurante mediante una aplicación móvil dado que es un factor muy

importante dentro de la investigación que estamos realizando y a su vez señalan se sienten conformes con poder pagarlos a través del efectivo, transferencias electrónicas y tarjetas de crédito o de débito, consideran además que quieren ser parte de nuestra mejora e innovación otorgándonos sus recomendaciones, sugerencias y demás dentro de esta aplicación móvil esto con el fin de garantizar la satisfacción del cliente.

### 3.4. Propuesta

#### 3.4.1. Tema

Diseño de un modelo de negocios para la comercialización de productos del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt a través de una aplicación móvil en la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

#### 3.4.2. Contenido de la propuesta

##### 3.4.2.1. Datos generales de la empresa

**Tabla 13-3:** Datos generales de la empresa

<b>Nombre comercial:</b>	Farfalle Pizza & Yogurt
<b>Actividad económica:</b>	Venta de comidas y bebidas en restaurantes, incluso para llevar.
	<b>Provincia:</b> Tungurahua
	<b>Cantón:</b> Baños de Agua Santa
	<b>Parroquia:</b> Baños
<b>Dirección:</b>	<b>Calles:</b> Sucursal 1 Rocafuerte y Maldonado; Sucursal 2 Eloy Alfaro y Oriente.
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:pizzeriafarfalle@gmail.com">pizzeriafarfalle@gmail.com</a>
<b>Teléfono:</b>	0999943289
<b>RUC:</b>	0503695785001

**Fuente:** Farfalle Pizza & Yogurt

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

### **3.4.2.2. Reseña histórica**

El restaurante “Farfalle Pizza & Yogurt” es una microempresa que inició su actividad económica de comercialización de productos de comida rápida, se encuentra registrada con el RUC 0503695785001, el cual inicio sus actividades en el año 2014 en la ciudad de Baños de Agua Santa provincia de Tungurahua. Este negocio se dedica a la preparación, venta y distribución de comida rápida entre sus productos destacados (Las alitas y sus diferentes salsas y bebidas, la pizza, pan de yuca y yogurt) el cual contribuye al desarrollo personal como también para la nación.

El Sr. Bladimir Mansano y Vanesa Tasinchana dueños legales del restaurante “Farfalle Pizza & Yogurt”, cuentan con 2 sucursales en la ciudad de Baños y hace unos meses 2 en diferentes ciudades como: Salcedo y Ambato; con un total de 10 empleados, cuentan con proveedores potenciales e importantes en la labor que son: Pronaca, Microfertron ubicadas en las ciudades de Quito y Ambato para el abastecimiento de sus productos, por otro lado, destacan que el monto de las ventas anuales en años anteriores eran altas en referencia a este año 2020 debidos a problemas de pandemia que atravesamos actualmente , pues han optado por entregas a domicilio para poder mantener el ritmo de trabajo y marca del negocio, es por ello que nace la iniciativa de generar un nuevo modelo de negocios que permita comercializar sus productos mediante una aplicación móvil con el fin de facilitar una pedido rápido y seguro no solo en estos tiempos de pandemia sino como una herramienta de innovación para el negocio de igual manera incrementar sus ganancias destinados para dar mejor estructura al local y expandir su producción en diferentes sitios; finalmente para mantener su posición en el mercado participa en medios de comunicación para ofertar su marca.

### **3.4.2.3. Logotipo de la empresa**



**Figura 12-3.** Logotipo de la empresa

**Fuente:** Farfalle Pizza & Yogurt

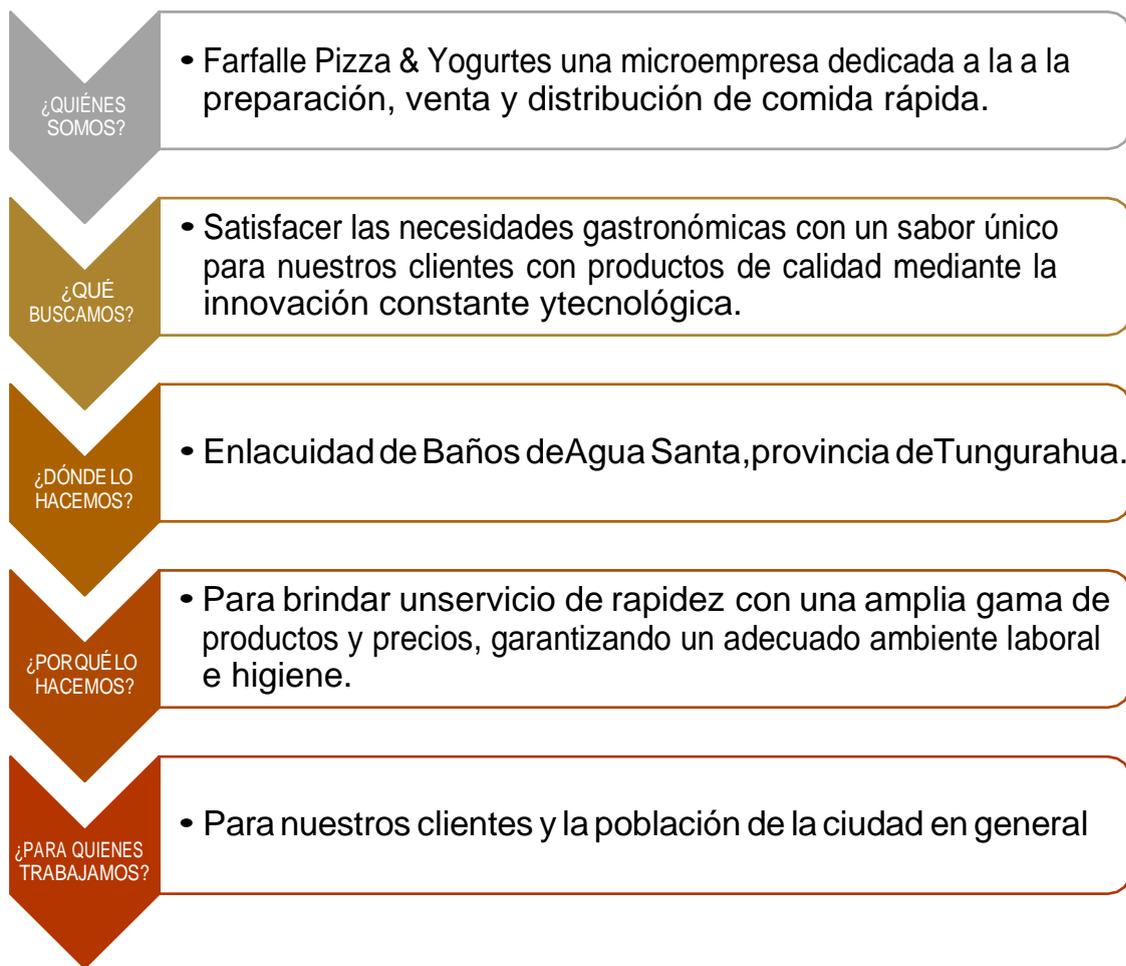
## Descripción

El logotipo diseño por el restaurante “Farfalle Pizza & Yogurt” se destaca una mezcla de colores llamativos acorde a la función que desempeña la microempresa, el cual producto cierta atracción hacia el cliente y la captación de su atención, entre los colores que conforman el llamativo logotipo son los siguiente:

- **Blanco:** Otorga un fondo limpio y simple para un logotipo, resalta la pureza, sofisticación y eficiencia, además transmite un cierto nivel de exclusividad y lujo que se puede usar el color blanco con gran éxito.
- **Rojo:** Símbolo universal de la pasión, ira, entusiasmo, popularidad en el mundo de las marcas. Una marca con una imagen juvenil y con fortaleza.
- **Amarillo:** Brillante ejemplo de simpatía y alegría atrae a los consumidores con un abrazo cálido, reconfortante y energía juvenil.
- **Negro:** Tradicionalmente es visto como un símbolo de profesionalismo y seriedad. Sin embargo, también puede usarse para provocar sentimientos de elegancia, sustancia y poder. Aquellas marcas que eligen el negro buscan hacer una declaración poderosa y transmitir un sentido de autoridad y respeto.
- **Marrón:** Transmiten una sensación de seriedad, siendo sólida frente a tonos naturales matizando un tono cálido.

### 3.4.2.4. Misión

El negocio no posee una misión correctamente estructurada, que muestre la razón de su existencia y los roles que desempeña para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo, por tal motivo plantearemos a continuación las preguntas que respondan cuales son las funciones del restaurante:



**Gráfico 16-3.** Propuesta misión

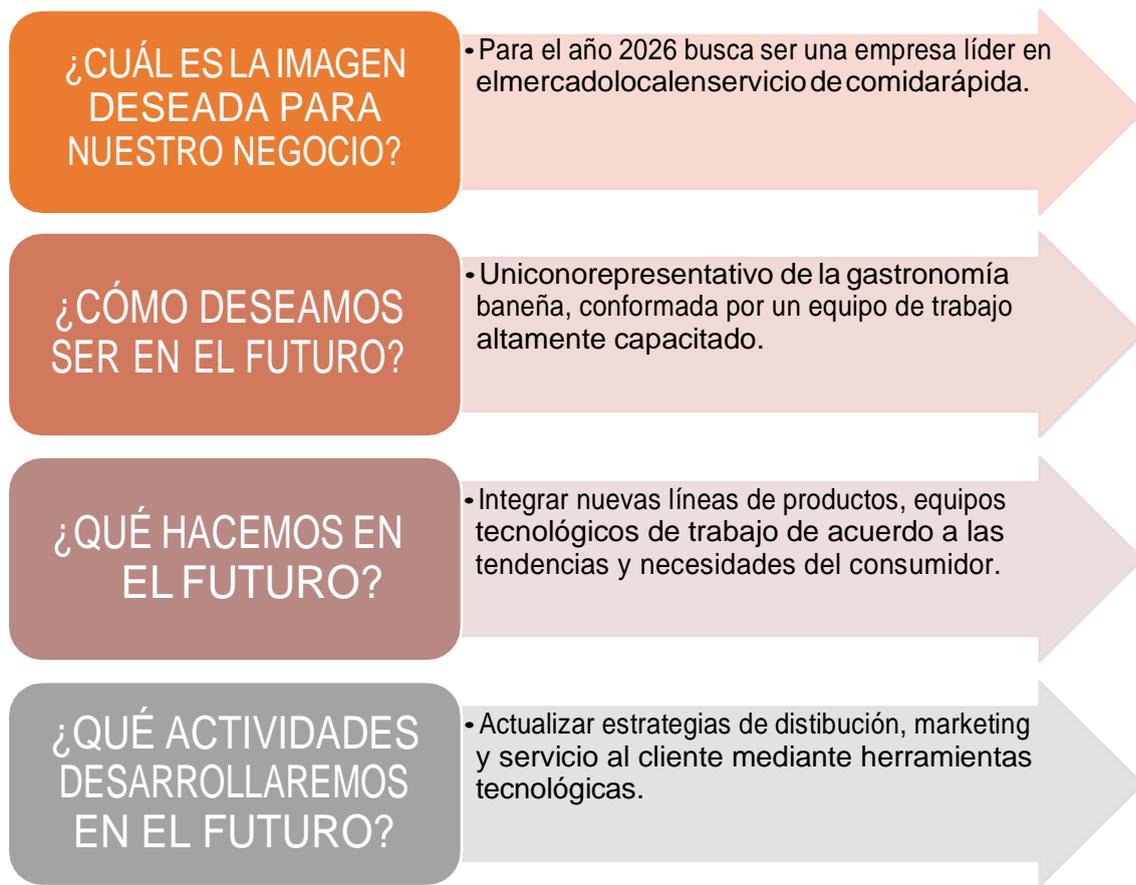
Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### Misión Propuesta

- La microempresa Farfalle Pizza & Yogurt se dedica a la preparación, venta y distribución de comida rápida, en la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, orientado a satisfacer las necesidades gastronómicas con calidad y sabor único en cada producto, mediante la innovación constante y tecnológica, garantizando un ambiente laboral de calidad, precio accesible, rapidez de servicios e higiene, con el fin de satisfacer los gustos y preferencias de los clientes y población en general fomentando su fidelidad.

#### 3.4.2.5. Visión

Es importante conocer que es lo que una empresa espera en un futuro, para lo cual, proponemos más adelante una visión al restaurante Farfalle Pizza & Yogurt.



**Gráfico 17-3.** Propuesta visión

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### Visión Propuesta

Para el año 2026 consolidarse en el mercado local como una empresa líder en servicio de comida rápida, logrando ser un icono representativo de la gastronomía baneña, conformada por un equipo profesional de trabajo comprometidos a llevar el mejor sabor al paladar del cliente y la población de la ciudad en general, promoviendo nuevas estrategias de comercialización y distribución según las tendencias del mercado.

### 3.4.2.6. Valores Corporativos



**Gráfico 18-3.** Valores corporativos

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

### 3.4.2.7. Ubicación

#### Macro localización

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Tungurahua

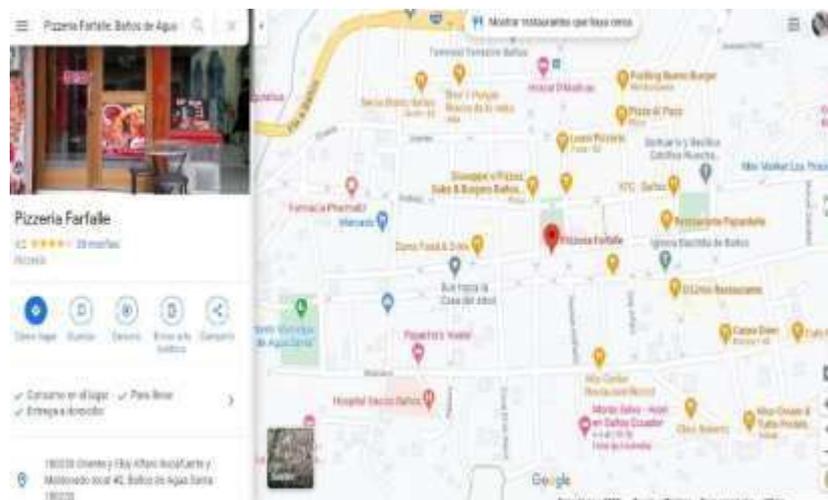


**Figura 13-3.** Macro localización

Realizado por: Taibe, Jennifer, 2020.

#### Micro localización

- **Ciudad:** Baños de Agua Santa
- **Parroquia:** Baños
- **Dirección:** Oriente y Eloy Alfaro, Maldonado local #2

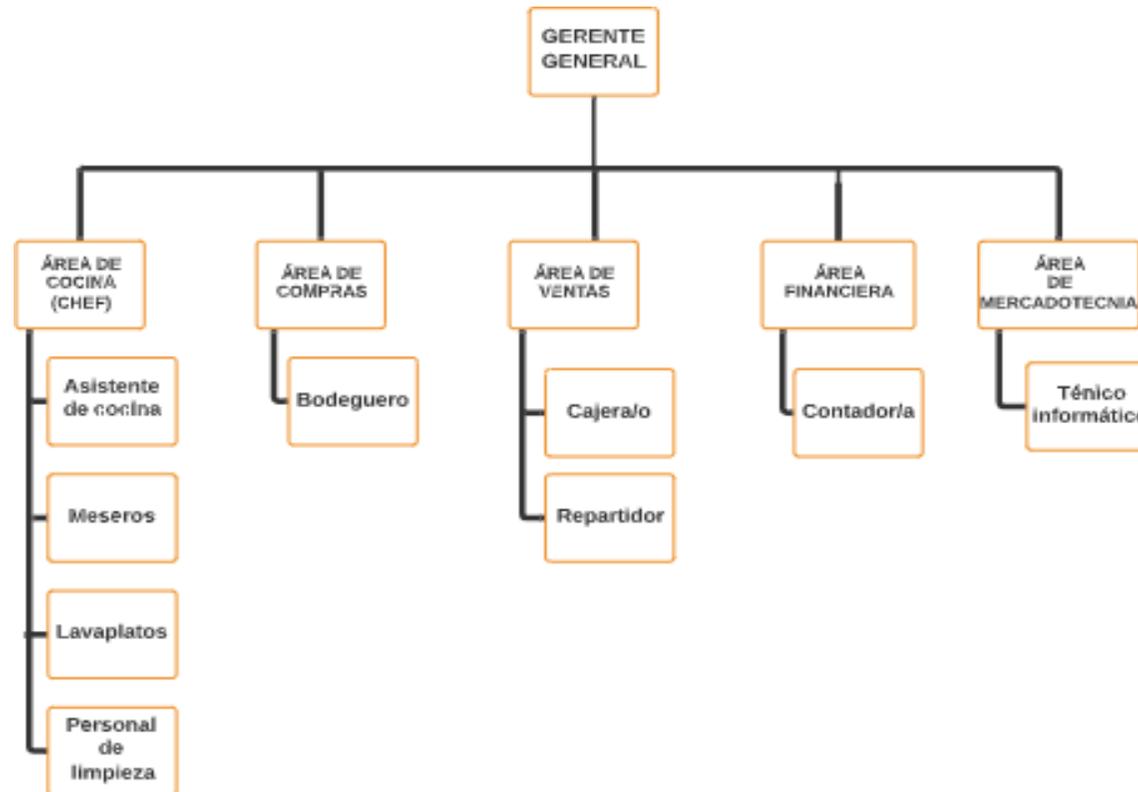


**Figura 14-3.** Micro localización

Realizado por: Taibe, Jennifer, 2020.

3.4.2.8. Organigrama estructural

**RESTAURANTE**  
**“Farfalle Pizza & Yogurt”**



**Gráfico 19-3.** Organigrama estructural

Realizado por: Taípe, Jennifer, 2020

### 3.4.2.9. Manual de Funciones

**Tabla 14-3:** Manual de funciones del gerente general

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 1	<b>Código:</b> MDF-0001
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: GERENTE GENERAL</b>		
<b>Depende de:</b> .....		
<b>Supervisa a:</b> Todo el personal de trabajo		
<b>Misión del puesto:</b> Controlar, supervisar y dirigir todas las actividades del restaurante gestionando de manera eficiente todos los recursos y encargarse de la toma de decisiones para alcanzar los objetivos deseados en el mercado local.		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Funciones:</b></li> <li>• Realizar control continuo al personal.</li> <li>• Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa.</li> <li>• Organizar los recursos de la entidad.</li> <li>• Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización.</li> <li>• Motivar a toda la organización para lograr satisfacer a sus clientes.</li> <li>• Realizar evaluaciones periódicas del cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas</li> <li>• Autorizar compras de insumos o materiales de instalaciones para el local.</li> <li>• Controlar la calidad de los productos que se elaboran.</li> <li>• Llevar una buena relación con los clientes, al mismo tiempo captar nuevos.</li> <li>• Selección de personal competente.</li> <li>• Mantener contacto continuo con los proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Carrera de Administración de Empresa o Gastronomía	
	<b>Años de experiencia:</b> 5 años	
	<b>Cursos afines:</b> Administración de empresas Dirección de personal Finanzas Declaración de impuestos	
	<b>Cursos complementarios:</b> Curso de cocina	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Decisión</li> <li>• Visión</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 15-3:** Manual de funciones del chef

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 2	<b>Código:</b> MDF-0002
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: ÁREA DE COCINA CHEF</b>		
<b>Depende de:</b> Gerente general		
<b>Supervisa a:</b> Personal del área de cocina		
<b>Misión del puesto:</b> Crear y elaborar alimentos de alta calidad utilizando los productos más frescos adicionando un sabor único a los diferentes platillos. Buscar siempre satisfacer y exceder las expectativas de nuestros clientes en el cantón Baños de Agua Santa.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar el equipo y la distribución de tareas en la cocina.</li> <li>• Decorar los platos de una manera atractiva.</li> <li>• Preparar salsas principales de la casa.</li> <li>• Controlar al personal a su cargo la realización correcta de actividades.</li> <li>• Verificar que el cada plato contenga lo previsto en el menú.</li> <li>• Gestionar el tiempo de cocinado y preparación de los alimentos.</li> <li>• Verificar los sabores exactos necesarios.</li> <li>• Proponer un mayor compromiso por brindar un buen servicio.</li> <li>• Revisar las cantidades exactas para la preparación de los alimentos según la receta.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Cocinero profesional	
	<b>Años de experiencia:</b> 4 años	
	<b>Cursos afines:</b> Panadería y pastelería Curso de repostería Curso Experto de jefe de cocina Curso de barbacoa	
	<b>Cursos complementarios:</b> Manejo de alimentos Atención al cliente Dirección y liderazgo	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación fluida</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 16-3:** Manual de Funciones del Asistente de Cocina

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 3	<b>Código:</b> MDF-0003
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: ASISTENTE DE COCINA</b>		
<b>Depende de:</b> Chef		
<b>Supervisa a:</b> Mesero		
<b>Misión del puesto:</b> Brindar un apoyo permanente al encargado de la cocina, para la elaboración y preparación de los platos.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar, pelar y cortar las verduras.</li> <li>• Mezclar los ingredientes.</li> <li>• Freír papas.</li> <li>• Ayudar a emplatar.</li> <li>• Mantener limpia la cocina y los utensilios.</li> <li>• Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina.</li> <li>• Clasifica y tira los desperdicios.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Bachillerato	
	<b>Años de experiencia:</b> 2 años	
	<b>Cursos afines:</b> Curso de cocina	
	<b>Cursos complementarios:</b> Higiene y seguridad alimenticia	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés por la cocina.</li> <li>• Rápido y eficiente</li> <li>• Interés en el aprendizaje continuo</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 17-3:** Manual de funciones del mesero

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 4	<b>Código:</b> MDF-0004
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: MESERO</b>		
<b>Depende de:</b> Chef		
<b>Supervisa a:</b> Lavaplatos		
<b>Misión del puesto:</b> Procesar pedidos y servirlos en la mesa de manera adecuada y a tiempo causando una buena impresión al cliente respecto atención.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar el menú.</li> <li>• Ser enlace entre la cocina y el comensal.</li> <li>• Atender quejas y halagos.</li> <li>• Mantener comunicación continua con los clientes.</li> <li>• Procesar pedidos.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Bachillerato	
	<b>Años de experiencia:</b> 1 año	
	<b>Cursos afines:</b> Atención al cliente Relaciones interpersonales	
	<b>Cursos complementarios:</b> Conocimiento básico de cocina	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena comunicación</li> <li>• Rápido y eficiente</li> <li>• Trabajar bajo presión</li> <li>• Buena presencia</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 18-3:** Manual de funciones del lavaplatos

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 5	<b>Código:</b> MDF-0005
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: LAVAPLATOS</b>		
<b>Depende de:</b> Chef		
<b>Supervisa a:</b> Personal de limpieza		
<b>Misión del puesto:</b> Brindar la tranquilidad a toda el área de la cocina que tanto utensilios como platos están muy limpios y listos para su utilización		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavar los platos, vasos, cubiertos, ollas, sartenes, etc.</li> <li>• Mantener las áreas de trabajo de la cocina, equipo o utensilios en condiciones limpias y ordenadas.</li> <li>• Colocar los platos, utensilios, o equipos de cocina en las áreas de almacenamiento.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Primaria	
	<b>Años de experiencia:</b> Ninguno	
	<b>Cursos afines:</b> Conocimiento de limpieza en general	
	<b>Cursos complementarios:</b>	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer capacidad de superación</li> <li>• Rápido y eficiente</li> <li>• Trabajar bajo presión</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 19-3:** Manual de funciones del personal de limpieza

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 6	<b>Código:</b> MDF-0006
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: PERSONAL DE LIMPIEZA</b>		
<b>Depende de:</b> Chef		
<b>Supervisa a:</b> .....		
<b>Misión del puesto:</b> Contribuir a la calidad y comodidad de los clientes y a la seguridad y conservación de las instalaciones, generando valor agregado.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza de suelos, muebles y cristales. Generalmente esto se basa en barrer, fregar, quitar el polvo, entre otros.</li> <li>• Vaciado de papeleras o eliminación de residuos.</li> <li>• Reposición de materiales, como papel higiénico o servilletas.</li> <li>• Mantenimiento de equipos.</li> <li>• Notificar al área de mantenimiento al encontrar algún desperfecto en las instalaciones.</li> <li>• Adornar las instalaciones para eventos importantes.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Primaria	
	<b>Años de experiencia:</b> Ninguno	
	<b>Cursos afines:</b> Conocimiento de limpieza en general	
	<b>Cursos complementarios:</b> Servicio al cliente y decoración de instalaciones	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer capacidad de superación</li> <li>• Trabajar bajo alta exigencia</li> <li>• Capacidad de servicio</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 20-3:** Manual de funciones del comprador y bodeguero

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 7	<b>Código:</b> MDF-0007
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: ÁREA DE COMPRAS COMPRADOR</b>		
<b>Depende de:</b> Gerente General		
<b>Supervisa a:</b> Bodeguero		
<b>Misión del puesto:</b> Planificar, cotizar, seleccionar y comprar la mercancía se requiere dentro del restaurante y a su vez registrar, manipular y mover mercancías dentro de la bodega		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el tipo de productos que cumple con los requerimientos del local.</li> <li>• Reunirse con los proveedores o diseñadores a los fines de escuchar lo que tienen para ofrecer.</li> <li>• Determinar los términos y condiciones de los contratos.</li> <li>• Cotizar y seleccionar mercadería a buen costo y de calidad.</li> <li>• Estar al corriente de las tendencias actuales y avances recientes en el mercado.</li> <li>• Coordinar los requerimientos de los diferentes miembros de la empresa.</li> <li>• Mantener control constante de inventario.</li> <li>• Apoyo en funciones relacionadas con el área de Abastecimiento.</li> <li>• Despachar insumos de Bodega según requerimiento.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Bachillerato	
	<b>Años de experiencia:</b> 2 años	
	<b>Cursos afines:</b> Curso de logística Compras.	
	<b>Cursos complementarios:</b> Control las entradas de productos para la producción de alimentos Curso de cocina básico Selección de materias primas	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer alto grado de responsabilidad</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 21-3:** Manual de funciones del bodeguero

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 8	<b>Código:</b> MDF-0008
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: BODEGUERO</b>		
<b>Depende de:</b> Área de compras		
<b>Supervisa a:</b> .....		
<b>Misión del puesto:</b> Brindar seguridad y mantenimiento continuo a los diferentes bienes materiales y productos, despachando los mismos de manera oportuna y profesional según los requerimientos del mando superior.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener control constante de inventario.</li> <li>• Despachar insumos de Bodega según requerimiento.</li> <li>• Mantener limpia y en óptimas condiciones la bodega.</li> <li>• Cumplir con los tiempos de despacho.</li> <li>• Informar sobre las deficiencias detectadas en los productos.</li> <li>• Ejecutar un registro de entrada y salida de los insumos.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Bachillerato	
	<b>Años de experiencia:</b> 2 años	
	<b>Cursos afines:</b> Curso de logística. Técnicas control de inventarios. Abastecimiento, almacenamiento, inventario y distribución de los materiales.	
	<b>Cursos complementarios:</b> Control las entradas de productos para la producción de alimentos. Selección de materias primas.	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer alto grado de responsabilidad</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 22-3:** Manual de funciones del área de ventas

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 9	<b>Código:</b> MDF-0009
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: ÁREA DE VENTAS</b>		
<b>Depende de:</b> Gerente General		
<b>Supervisa a:</b> Cajera/o y Repartidor		
<b>Misión del puesto:</b> Generar un buen liderazgo mediante estrategias de innovación constante, logrando incrementar las ventas y cumplir con las metas propuestas.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, ejecutar y controlar las estrategias de venta del negocio.</li> <li>• Generar informes al gerente sobre el ritmo de ventas diarias.</li> <li>• Establecer indicadores financieros para la toma de decisiones.</li> <li>• Dar prontas soluciones a las necesidades de los clientes y su servicio.</li> <li>• Actualizar la base de datos del personal y clientes.</li> <li>• Ejecutar actividades de venta y post venta.</li> <li>• Desarrollar ventas online.</li> <li>• Observar los cambios y tendencias constantes en el mercado competitivo.</li> <li>• Mantener diálogos constantes con los directores de las demás áreas del negocio.</li> <li>• Elaborar presupuesto de ventas alcanzables.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Administración de empresas, Marketing.	
	<b>Años de experiencia:</b> 3 años	
	<b>Cursos afines:</b> Dirección comercial Relaciones humanas Marketing Herramientas informáticas	
	<b>Cursos complementarios:</b> Neuromarketing	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Habilidad de negociación</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 23-3:** Manual de funciones del cajero/a

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 10	<b>Código:</b> MDF-0010
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: CAJERO/A</b>		
<b>Depende de:</b> Área de ventas		
<b>Supervisa a:</b> Repartidor		
<b>Misión del puesto:</b> Recepción, entrega y custodio de dinero en efectivo a fin de lograr la recaudación de ingresos y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja, conforme al rubro		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejar la caja registradora.</li> <li>• Ser amigable, cortés y profesional a la hora de tratar con los clientes.</li> <li>• Recibir el pago total en efectivo, tarjetas de crédito o débito y procesar las transacciones del punto de venta de una manera eficiente, precisa y amigable.</li> <li>• Entregar el cambio al cliente, si fuese el caso, al igual que la factura de su compra.</li> <li>• Ordenar los productos adquiridos por el cliente y embolsarlos de ser la compra para llevar.</li> <li>• Garantizar que su área de trabajo esté organizada y limpia en todo momento.</li> <li>• Realización de arqueo de caja al final de la jornada.</li> <li>• Agradecer a los clientes por su visita e invitarlos a volver.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Contabilidad, Administración o Carrera Afín	
	<b>Años de experiencia:</b> 3 años	
	<b>Cursos afines:</b> Contabilidad general. Técnicas para el manejo de máquina registradora, sumadora y calculadora. Programas de computación.	
	<b>Cursos complementarios:</b> Facturación Cursos relaciones interpersonales Manejo básico de Excel	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer alto grado de responsabilidad</li> <li>• Comunicación efectiva y amable</li> <li>• Dinámico y rápido</li> <li>• Buena presencia</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 24-3:** Manual de funciones del repartidor

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 11	<b>Código:</b> MDF-0011
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: REPARTIDOR</b>		
<b>Depende de:</b> Cajero/a		
<b>Supervisa a:</b> .....		
<b>Misión del puesto:</b> Realizar entregas a domicilio de la manera más rápida y segura buscando cumplir con todos los requerimientos del cliente dentro del cantón Baños de Agua Santa.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiza la ruta de transporte en función del pedido y la ubicación del domicilio donde debe hacer la entrega.</li> <li>• Conduce el vehículo desde el lugar de elaboración o venta hasta el domicilio.</li> <li>• Libra el pedido, teniendo cuidado de que la atención al cliente sea la correcta.</li> <li>• Realiza el registro de la transacción realizada: domicilio de entrega, hora de entrega, incidencias, etc.</li> <li>• En su caso, utiliza la aplicación de la plataforma donde ofrece sus servicios para gestionar el tiempo de entrega a domicilio y hacer un seguimiento del conjunto de pedidos que se le asignan.</li> <li>• Llevar un registro de los paquetes entregados.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Licencia de conducir tipo A.1	
	<b>Años de experiencia:</b> 1 año	
	<b>Cursos afines:</b> Curso de Mecánica básica Manejo de aplicaciones móviles de ubicación	
	<b>Cursos complementarios:</b> Atención al cliente	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer alto grado de responsabilidad</li> <li>• Dinámico y rápido</li> <li>• Conocer totalmente el cantón</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 25-3:** Manual de funciones del área financiera

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 12	<b>Código:</b> MDF-0012
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: ÁREA FINANCIERA</b>		
<b>Depende de:</b> Gerente General		
<b>Supervisa a:</b> Contador/a y repartidor		
<b>Misión del puesto:</b> Administrar de forma clara todos los recursos financieros de la empresa, mediante una programación, coordinación, supervisión y evaluación de todos los procesos contables.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar y analizar todos los estados financieros que se maneja en el negocio con transparencia.</li> <li>• Supervisar todo los ingresos y egresos del local.</li> <li>• Encontrar fuentes de financiación e inversión.</li> <li>• Mantener ética y honradez en las cuentas financieras.</li> <li>• Ejecutar la nómina de pagos a los trabajadores.</li> <li>• Proporcionar informes permanentes sobre la situación financiera del establecimiento.</li> <li>• Utilizar indicadores de gestión para la toma de decisiones.</li> <li>• Verificar que se cumplan con las obligaciones de las entidades de control.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Licenciatura en Administración de empresas y afines	
	<b>Años de experiencia:</b> 3 años	
	<b>Cursos afines:</b> Herramientas informáticas Tributación Curso de perito	
	<b>Cursos complementarios:</b> Idiomas Banca y finanzas	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Comunicación asertiva</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 26-3:** Manual de funciones del contador/a

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 13	<b>Código:</b> MDF-0013
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: CONTADOR/A</b>		
<b>Depende de:</b> jefe del área financiera		
<b>Supervisa a:</b> .....		
<b>Misión del puesto:</b> Supervisar y control todas las actividades relacionadas con el área de finanzas, brindando información útil y concisa para una buena toma de decisiones.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las operaciones contables de manera oportuna y clara.</li> <li>• Asistir a las reuniones como apoyo del jefe de finanzas.</li> <li>• Registrar mensualmente de los comprobantes del negocio, documentos y compras.</li> <li>• Anotar las observaciones que se generen en las reuniones y dar solución a las mismas.</li> <li>• Calcular los impuestos que genera el negocio en las distintas entidades de control.</li> <li>• Examinar los estados financieros.</li> <li>• Ejecutar informes de la contabilidad que se maneja en la empresa a los directivos encargados.</li> <li>• Realizar arqueos de caja donde se necesario tomar medidas de conservación y protección de los bienes del local.</li> <li>• Examinar los libros contables conforme la ley lo establece.</li> <li>• Gestionar un adecuado manejo de nómina del personal de trabajo.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Licenciatura en contabilidad o bachiller	
	<b>Años de experiencia:</b> 1 años	
	<b>Cursos afines:</b> Office intermedio Facturación electrónica Manejo de SRI y Superintendencia de compañías	
	<b>Cursos complementarios:</b> Idiomas	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integridad y honestidad</li> <li>• Habilidad operativa</li> <li>• Capacidad de análisis e interpretación</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 27-3:** Manual de funciones del área de mercadotecnia

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 14	<b>Código:</b> MDF-0014
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: ÁREA DE MERCADOTECNICA</b>		
<b>Depende de:</b> Gerente General		
<b>Supervisa a:</b> Técnico Informático		
<b>Misión del puesto:</b> Estructurar un correcto plan de marketing que impulse alcanzar los objetivos del negocio, y a su vez permitir la toma de decisiones con las demás áreas de este.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar estrategias de marketing innovadoras.</li> <li>• Informar sobre las promociones de venta a los clientes.</li> <li>• Ejecutar buenos canales de comunicación para difundir información del negocio, captando la mente de los clientes o nuevos segmentos de mercado.</li> <li>• Realizar publicidad de las diferentes actividades que se ejecutan en el establecimiento.</li> <li>• Estudiar las nuevas tendencias tecnológicas que permitan interactuar de manera directa hacia los clientes.</li> <li>• Planificar nuevos rumbos de comercialización y distribución de los productos o servicios que se oferta, llegando así a nuevos nichos de mercado.</li> <li>• Identificar las necesidades de los clientes, sus gustos y preferencias.</li> <li>• Manejo de publicidad en las redes sociales.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Licenciatura en marketing o cursos afines	
	<b>Años de experiencia:</b> 2 años	
	<b>Cursos afines:</b> Idiomas Diseño gráfico Herramientas tecnológicas	
	<b>Cursos complementarios:</b> Negociaciones nacionales e internacionales Estadística	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad</li> <li>• Relaciones personales</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 28-3:** Manual de funciones del técnico informático

	<b>MANUAL DE PROCESOS</b>	
	<b>RESTAURANTE “FARFALLE PIZZA &amp; YOGURT”</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2020
	<b>Nro. de cargo:</b> 15	<b>Código:</b> MDF-0015
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: TÉCNICO INFORMÁTICO</b>		
<b>Depende de:</b> jefe del área de mercadotecnia		
<b>Supervisa a:</b> .....		
<b>Misión del puesto:</b> Ser capaz de analizar, diseñar, construir sistemas informáticos y de conocimiento, mediante la utilización de tecnologías de información ofreciendo soluciones avanzadas de mercadeo de forma personalizada mejorando la competitividad y productividad del local.		
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp del restaurante).</li> <li>• Encargarse del soporte técnico de la aplicación móvil.</li> <li>• Creación y edición de material publicitario</li> <li>• Realizar mantenimiento preventivo, correctivo y predictivo a los equipos.</li> <li>• Control de cámaras de vigilancia.</li> <li>• Velar por el buen funcionamiento de la red de área local.</li> <li>• Elaborar informes mensuales sobre el trabajo realizado.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>	<b>Título profesional:</b> Ingeniería en Sistemas o Licenciatura en Informática.	
	<b>Años de experiencia:</b> 2 años	
	<b>Cursos afines:</b> Conocimientos básicos en diseño gráfico y edición de vídeos. Conocimientos en el manejo de software de diseño y administración de páginas web Conocimiento y experiencia en mantenimiento y reparación de equipo de cómputo.	
	<b>Cursos complementarios:</b> Marketing Redes sociales Publicidad	
<b>Competencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser muy comprometido</li> <li>• Tener un grado alto de responsabilidad</li> <li>• Poseer una amplia visión</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Jennifer Taipe Vargas		<b>Revisado y aprobado por:</b> Gerente General

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020.

## PROPUESTA LIENZO CANVAS

**Tabla 29-3:** Propuesta modelo canvas

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>Proveedores</li> <li>Influencers</li> <li>Alianzas con agencias turísticas</li> <li>Medios de comunicación.</li> <li>Empresas distribuidoras de productos.</li> <li>GAD Municipal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Materia prima de calidad</li> <li>Atención rápida y eficiente</li> <li>Publicidad</li> <li>Capacitación al personal de trabajo</li> <li>Innovación</li> <li>Servicio a domicilio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Productos de calidad con sabor único.</li> <li>Confort y ambiente de confianza</li> <li>Seguridad y estabilidad en el local</li> <li>Elaboración rápida y oportuna de los productos</li> <li>Excelente atención al cliente</li> <li>Servicio y diseño personalizado.</li> <li>Porción adicional de algún producto por fecha de cumpleaños.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación móvil y página web</li> <li>Marketing gastronómico web</li> <li>Asistencia personal</li> <li>Vía telefónica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familia</li> <li>Jóvenes</li> <li>Parejas</li> <li>Locales, extranjeros y turistas</li> </ul>
<b>Recursos Clave</b>			<b>Canales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemas informáticos</li> <li>Apertura de nuevos locales</li> <li>Servicio web y aplicación móvil para pedidos</li> <li>Personal técnico</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Venta directa</li> <li>Delivery o entrega</li> <li>Redes sociales</li> <li>Aplicación móvil</li> <li>Medios de comunicación</li> </ul>	
<b>Estructura de Costes</b>			<b>Estructura de Ingresos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuevo Equipo diseñador de la aplicación móvil</li> <li>Costos fijos</li> <li>Costos variables</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Ventas online</li> <li>Hosting o entregas a domicilio</li> <li>Uso de franquicias</li> <li>Publicidad y Giveaway</li> <li>Venta de bebidas alternativas</li> </ul>	

**Realizado por:** Taipe, Jennifer, 2020

### **3.4.2.10. Modelo de negocios CANVAS**

#### **Modelo de negocio mediante la metodología CANVAS**

Una de las herramientas de negocios más actuales es el método de Lienzo Canvas consiste en proporcionarnos un amplio análisis situacional de la empresa y a su vez una visión global de manera fácil y rápida es por ello, que se propone en este trabajo de investigación el diseño de esta herramienta para el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt.

##### **1. Socios o aliados claves:**

- Establecer mejores relaciones de compra de la materia prima con los proveedores que nos permita generar estrategias de competitividad y precio accesible para todos los clientes, y a su vez obteniendo mejores tiempos de entrega según la necesidad del mercado demandante.
- Emplear relaciones de promoción de nuestra marca a través de influencers, youtubers y personas con afines a este trabajo, con el fin de dar a conocer a nuevas personas sobre la existencia del local, además efectuar publicidad a la mano con estas operadoras de turismo.
- Generar alianzas estratégicas con las diferentes agencias turísticas con el propósito de ofrecer a la gente a consumir en el local después de visitar los lugares turísticos de la zona.
- Promocionar por los distintos medios de comunicación frecuentes de la ciudad para dar a conocer más sobre la marca del restaurante, los productos, promociones, descuentos y demás que ofrece.
- Proponer trabajo junto con empresas distribuidoras de productos a domicilio con el fin de realizar una entrega inmediata de los diferentes pedidos hacia nuestro mercado demandante mediante una aplicación de fácil uso y acceso para nuestros clientes.
- Ser partícipes de los diferentes proyectos, ferias y emprendimientos que realice el GAD Municipal con el propósito de atraer nuevos clientes reforzando las nuevas necesidades del mercado y exponer los diferentes productos del restaurante que oferta a la gente.

##### **2. Actividades claves**

- Adquirir materia prima de buena calidad y accesible en cualquier momento que permite generar competitividad frente a la competencia en la elaboración de los diferentes platillos que oferta el local.
- Prestar un servicio rápido y eficiente a los clientes promulgando en cada uno de sus productos una preparación inmediata y fresca.

- Promocionar cada uno de los productos ofertantes mediante la publicidad en los medios de comunicación, dando a conocer descuentos, ofertas, días de promoción y demás con el fin de captar la mente del consumidor.
- Realizar capacitaciones al personal de trabajo para brindar un mejor servicio y calidad a los clientes, a su vez satisfaciendo cada una de sus necesidades.
- Incorporar constantemente la innovación en todas las áreas del negocio (productos, instalaciones, maquinaria, publicidad y demás) ofreciendo un mejor servicio al cliente garantizando los gustos y preferencias que el consumidor requiera.
- Integrar el servicio de entrega inmediata a domicilio mediante una aplicación móvil que permita realizar pedidos o reservaciones de los diferentes productos del restaurante.

### **3. Recursos clave**

- Implementar un sistema informático que se encargue de los pedidos mediante la aplicación móvil y por redes sociales, contribuyendo a una mayor rapidez en los pedidos de los productos y agilidad en su entrega inmediata, minimizando tiempos y futuros errores.
- Analizar nuevos locales dentro de un mercado estratégico que permita la expansión y conocimiento del local a la gente, con el fin de obtener ganancias y mayor afluencia de personas que consuman los productos del restaurante.
- Diseñar un sistema web y aplicación móvil que permita realizar pedidos online a los usuarios generando una nueva modalidad de consumo en esta era del mercado tecnológico.
- Disponer de un personal que brinde servicio técnico en el local, pues es indispensable tener un especialista que se encargue en plenitud de toda el área tecnológica para prevenir errores venideros y solucionarlos a tiempo.

### **4. Relaciones con los clientes**

- Mantener una relación dinámica con los clientes mediante una aplicación móvil y una página web creando una comunidad de usuarios que nos permitirá conocer lo que realmente desean de una manera rápida y oportuna, además proporcionar información útil de los diferentes productos que el restaurante comercializa ayudando a obtener una mejor posición del negocio en el mercado competitivo.
- Promocionar frecuentemente a nuestros clientes los diferentes productos del restaurante, manteniendo un continuo marketing gastronómico en la web con el fin de atraer la atención de la gente hacia la imagen de nuestro negocio y a su vez conocer las valoraciones y opiniones de nuevos clientes.

- Llevar una interacción directa con el cliente nos ayudará a mantener una asistencia personalizada y oportuna consiguiendo llenar sus expectativas con las propuestas de valor que el negocio ofrece, por lo tanto, se podrá infundir cara a cara con el cliente.
- Atender los pedidos y encargos vía telefónica se logrará receptar con mayor claridad el producto que solicita, además se logrará obtener una interacción directa con el cliente y conocer un poco más de su personalidad y gustos.

## **5. Canales de distribución**

- Realizar ventas directas hacia el consumidor es la oportunidad adecuada para demostrar claramente las cualidades de las que está hecha el negocio y a su vez brindar el servicio en su máximo esplendor.
- Implementar en estos tiempos cambiantes un sistema delivery o entregas a domicilio es una herramienta esencial para incrementar las ventas en cualquier situación que se encuentre el mercado, ya que permitirá reservar y llegar con facilidad la entrega inmediata hacia el consumidor.
- Llegar hacia los clientes de manera atractiva hoy en día en plena globalización tecnológica es sin duda las redes sociales una herramienta de uso masivo en las personas, pues en la actualidad la afluencia de información se maneja por medio de las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, etc.), por otro lado, facilita una manera de comunicación dinámica y barata hacia los consumidores y referencias como sus opiniones, experiencias, sugerencias.
- Implementar una aplicación móvil en un negocio se ha vuelto de vital importancia puesto que los usuarios se manejan por medio de la tecnología y aparatos electrónicos en cualquier ocupación en el trayecto de su diario vivir.
- Fortalecer la publicidad de la marca del negocio y los productos que comercializa a través los medios de comunicación alternativos como la radio, prensa y televisión de la localidad con el propósito de llegar a todo el mercado existente proporcionándoles información pertinente como la ubicación, promociones, horarios de apertura y demás.

## **6. Segmentos de clientes**

- La oferta de los distintos productos que comercializa el restaurante va orientada hacia las familias, jóvenes, parejas y público en general (locales, turistas y extranjeros) que requieran el consumo de comida rápida por diferentes motivos, celebraciones, citas, fechas festivas, integraciones y demás razones, pues es de conocimiento general el consumo es masivo cuando se trata de comida rápida por su sabor único y agilidad de preparación para ocasiones en las cuales se desee ahorrar tiempo y compartir de una manera eficiente y especial.

## **7. Propuesta de valor**

- Hacer que el cliente se sienta satisfecho y en su paladar quede el sabor único de los diferentes platillos que se comercializa, promoviendo su fidelidad al local, es por ello, que las propuestas promulgadas son las siguientes:
- Elaborar productos con rapidez sin provocar que el cliente espere mucho por su orden.
- Ofrecer calidad y frescura en el producto que se deguste, el cliente sienta un sabor único y atractivo a la hora de consumir la comida rápida especializados bajo las manos gastronómicas y mágicas del local.
- Adaptar un ambiente de confort y confianza a los clientes satisfaciendo sus gustos y preferencias garantizando la fidelización del usuario y su próxima visita al mismo.
- Mantener la plena seguridad (cámaras de vigilancia) y estabilidad en el local preservando el bienestar del cliente evitando problemas o sucesos que puedan ocasionar en el vivir diario.
- Brindar una excelente atención a los clientes con amabilidad, respeto y tolerancia creando confianza entre consumidor y servidor.
- Manejar un servicio personalizado en los diferentes productos que se comercializa el local con diseños y detalles en los cuáles sobresalgan la imagen del negocio, en la vestimenta de todo el personal, instalaciones, vajillas y demás componentes del establecimiento, construyendo un ambiente familiar y acogedor hacia todo el público en general resaltando además la importancia que tiene en el restaurante.
- Ofrecer una porción adicional de alguno de los productos que se oferta en fechas de cumpleaños con el fin de hacerles sentir que somos parte de ellos y que juntamente nos regocijamos en su agasajo, el único requisito es su cédula de identificación al entrar al local.

## **8. Estructura de costo**

- Para el diseño y desarrollo de una aplicación móvil que permita comercializar varios productos del restaurante es indispensable calcular el costo que demanda dicha acción, por lo tanto, se analizará un futuro presupuesto de la aplicación tomando en cuenta todos los costos y gastos que sean necesarios para la puesta en marcha de esta herramienta tecnológica.
- Para nuestra investigación se tomará en cuenta los valores de los salarios mínimos sectoriales para el año 2021, publicados por el Ministerio de trabajo del Ecuador, por lo que tomaremos los datos para un equipo dedicado al desarrollo de aplicaciones móviles y software, basados en un tiempo determinado del proyecto de 2 meses de duración.

## Presupuesto para el desarrollo de la aplicación

Se ha tomado datos del instituto ecuatoriano de seguridad social los salarios mínimos sectoriales del año 2021 para realizar el presupuesto de los profesionales encargados en la materia.

**Tabla 30-3:** Presupuesto App

Cargo/Actividad	Código IESS	Salario Mínimo Sectorial 2021
Programador en telecomunicaciones	1209642000016	429.41
Programador y diseñador multimedia/web	1209642000019	429.41
Programador semi senior de software	1210000000007	429.41
<b>Subtotal</b>		1288.23
<b>Subtotal + IVA 12%</b>		1442.82
<b>Tiempo (meses)</b>		2
<b>TOTAL</b>		<b>\$2885.6352</b>

**Fuente:** Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

**Realizado por:** Taípe, Jennifer, 2020.

Costos adicionales incurridos para el diseño y desarrollo de aplicación móvil:

**Tabla 31-3:** Inversión inicial para la App móvil

Inversión inicial		
Descripción / Costo	Valor	Duración
Salarios del equipo de trabajo	\$2,885.64	2 meses
Arriendo de Oficinas	\$200	2 meses
Servicio de internet	\$30	2 meses
Energía eléctrica	\$75	2 meses
<b>TOTAL</b>	<b>\$3,190.64</b>	

**Realizado por:** Taípe, Jennifer, 2020.

**Tabla 32-3:** Costos para la App año 1

Costo para la aplicación Año 1		
Descripción/ costo	Valor	Duración
Publicación	\$400	12 meses
Servicio alojamiento web	\$200	12 meses
Mantenimiento de la App	\$500	12 meses
Imprevistos	\$500	12 meses
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,600</b>	

**Realizado por:** Taípe, Jennifer, 2020.

**Tabla 33-3:** Costos para la App Año 2

Costo para la aplicación Año 2		
Descripción/costo	Valor	Duración
Mantenimiento de la App	\$500	12 meses
Servicio alojamiento web	\$200	12 meses
<b>TOTAL</b>	<b>\$700</b>	

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 34-3:** Costo total para la App móvil

Costos totales para el diseño y desarrollo de la App						
Descripción	Inversión I.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo aplicación móvil	\$3,190.64	\$1,600	\$700	\$700	\$700	\$700

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

Además, es importante realizar una proyección del funcionamiento mediante el sistema operativo para reservar los pedidos de varios productos que se comercializa en el restaurante mediante la aplicación móvil venidera, para aquello lo demostraremos en los siguientes ítems:

- a) Estimación de ingresos por reservación de pedidos y clientes en el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt.

**Tabla 35-3:** Estimación de ingresos por pedido

Detalle	Unidad	Diario	Mensual	Anual
Número de pedidos	1	3	60	720
Ingreso por reservación de pedido	\$0.25	\$0.75	\$15.00	\$180.00

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

**Tabla 36-3:** Estimación número de clientes y crecimiento

Cliente con la aplicación	Ingresos
Número de clientes iniciales	15
Ingresos anuales (año 1)	\$2,700.00
<b>Crecimiento anual</b>	<b>1 pedido diario adicional</b>

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

Para el cálculo del crecimiento anual de pedidos se realizó asumiendo que después del primer año se aumentará 1 reserva de pedidos diario a través de la aplicación móvil en el restaurante

Farfalle Pizza & Yogurt, es otras palabras de los 3 pedidos iniciales que se pronosticó, se adicionará 1 pedido diarios más por cada año que transcurre.

b) Estimación de ingresos en los primeros años de funcionamiento de la aplicación móvil en el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt.

**Tabla 37-3:** Estimación de Ingresos

Periodos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Numero de reservaciones diarias	3	4	5	6	7
Numero de reservaciones mensuales	60	80	100	120	140
Numero de reservaciones anuales	720	960	1200	1440	1680
<b>Cientes totales</b>	10800	14400	18000	21600	25200
<b>Ingresos totales</b>	\$2700	\$3600	\$4500	\$5400	\$6300

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

c) Punto de Equilibrio

Es indispensable a través del punto de equilibrio identificar la viabilidad de la propuesta de nuestro trabajo de investigación, punto en donde se calcule el cruce de los costos de venta, es decir el conocer el valor en dónde ni se gana, ni se pierde, en esta ocasión nuestros costos fijos que involucran a los sueldos, se identifican dos etapas que son: desarrollo y mantenimiento. Al hablar de desarrollo informático los costos no se ven afectados en el tiempo ya que el programa se diseña y desarrolla una sola vez y se oferta el mismo producto a varios usuarios. Entonces podemos deducir que el punto de equilibrio es aquel donde los ingresos totales se igual a los costos totales, en general para obtener ganancias nuestras ventas deben estar por encima de dicho punto, caso contrario resultará como pérdida.

**Tabla 38-3:** Datos punto de equilibrio

Datos		
Precio de venta unitario	0.25 ctvs.	Cada reservación de pedido
Unidades vendidas	900	Reservas Año 1
Ingreso total	\$3375	De 15 pedidos
Costo fijo total (CFT)	\$2885.64	2 meses
Costo variable total (CVT)	0	
Costo variable unitario (CVU)	0	

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

## Fórmula del punto de equilibrio

**Tabla 39-3:** Fórmula punto de equilibrio

<b>Cantidad de equilibrio= CFT/ (P-CVU)</b>	11542.56	Reservas necesarias
<b>Valor monetario de equilibrio</b>	\$2885.64	Dólares

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

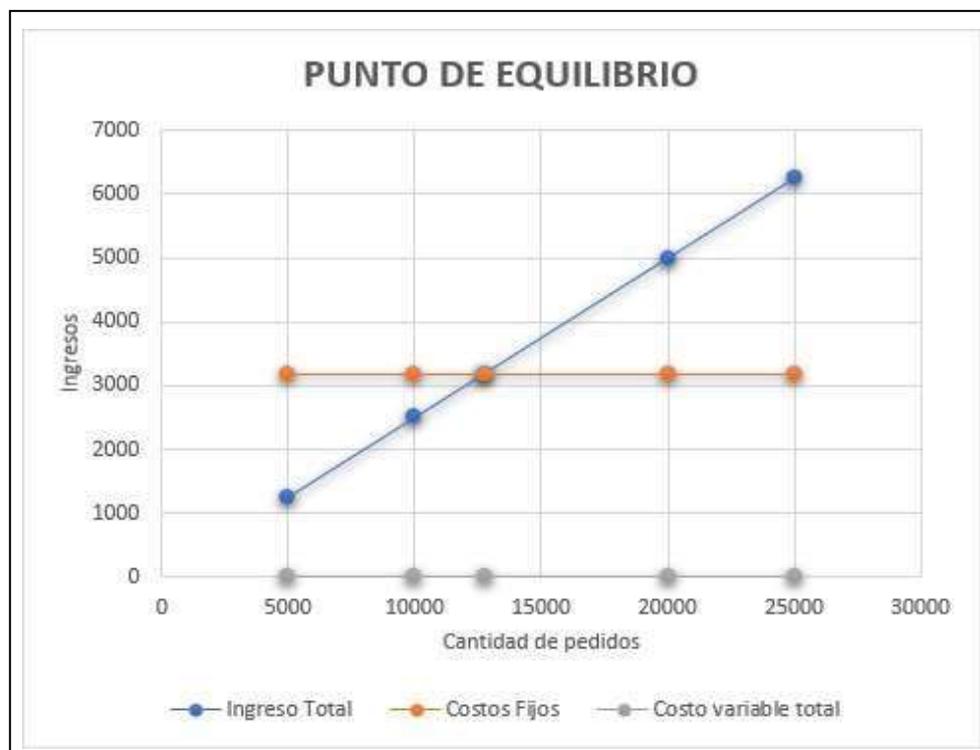
## Cálculo para el punto de Equilibrio

**Tabla 40-3:** Cálculo punto de equilibrio

A	B	C= A*B	D	E	F=B*E	G=D+F
Precio venta unitario	Cantidad	Ingreso total	Costos fijos	Costos variables unitarios	Costo variable total	Costo total
0.25	5000	1250	3190.64	0.1	500	3690.64
0.25	10000	2500	3190.64	0.1	1000	4190.64
0.25	12763	3190.64	3190.64	0.1	1276.256	4466.896
0.25	20000	5000	3190.64	0.1	2000	5190.64
0.25	25000	6250	3190.64	0.1	2500	5690.64

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

## Gráfica del punto de equilibrio



**Gráfico 20-3.** Punto de equilibrio

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

Concluido el cálculo del punto equilibrio se determina que se debe realizar 12763 reservaciones de pedidos de cualquier tipo de producto que comercializa el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt usando la aplicación móvil para poder retornar la inversión inicial de \$3190.64 en un tiempo futuro determinado y cumplir con lo propuesto, además seguir vigente en el mercado competitivo, de tal manera le permita seguir satisfaciendo las necesidades de los usuarios e incrementando sus ganancias.

**d) Costo de oportunidad**

Este tipo de costo alternativo es de vital importancia ya que hace referencia al valor que se renuncia o pierde al momento de tomar una decisión entre varias alternativas para nuestro negocio y saber si va hacer rentable o no en el mercado, por tal motivo extraemos datos del Banco central del Ecuador considerando los siguientes: inversión de recursos propios, inflación y riesgo que se presentan en nuestro país y puede afectar de manera positiva o negativa a nuestro proyecto, además la tasa pasiva referencial considerando nuestro riesgo país actual.

**Tabla 41-3:** Valores costo de oportunidad

Detalle	Valor	Fuente
Inflación	-1.4%	Enero-2021: Banco central del Ecuador
Tasa pasiva referencial	5.53%	Marzo-2021: Tasa pasiva en depósitos a plazo Banco central del Ecuador
Riesgo país	7.26%	Marzo-2021: Riesgo país, Banco central del Ecuador

Fuente: Banco central del Ecuador

Realizado por: Taípe, Jennifer, 2020.

**CÁLCULO**

**Costo de oportunidad**= (T. Pasiva x % R. Propio) + Inflación + Riesgo país

**Costo de oportunidad**= (5.53% x 1) + (-1.4%) + 7.26%

**Costo de oportunidad**= **11.39%**

Se determinó que el costo de oportunidad es de 11.39% para este proyecto de investigación, considerando este porcentaje como el beneficio que se logrará cuando esté en funcionamiento la comercialización de los varios productos que ofrece el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt mediante una aplicación móvil.

**Tabla 42-3:** Cálculos Financieros

<b>Tasa</b>	11.39%			
<b>Año</b>	<b>Costos Proyectados</b>	<b>Ingresos Proyectado</b>	<b>Flujo Estimado</b>	<b>Flujo Actualizado</b>
0	-3190.64		-3190.64	
1	1600	2700	1100	987.52
2	700	3600	2900	2337.25
3	700	4500	3800	2749.44
4	700	5400	4700	3052.90
5	700	6300	5600	3265.56
<b>VAN</b>				\$9202.04
<b>TIR</b>				74%
<b>IR</b>				3.88

Realizado por: Taipe, Jennifer, 2020.

Los resultados obtenidos mediante de los cálculos financieros nos otorgó un valor en el VAN con \$9202.04, posteriormente un TIR del 74% y por último un índice de rentabilidad del 3.88; es por ello que se puede asegurar un óptimo nivel de recuperación en los 5 años venideros dentro del funcionamiento de la aplicación móvil en el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt; cabe recalcar la evidencia de rentabilidad de este proyecto de investigación, a fin de que el TIR es mayor que el costo de oportunidad como se puede constatar en nuestra propuesta realizada.

## 9. Estructura de Ingresos

- Recibir un ingreso extra por pedidos en línea con un costo de 0.25 ctvs. por la venta de alguno de los productos que oferta el negocio mediante la aplicación móvil o página web.
- Implantar un servicio de entrega de comida rápida a domicilio, disponiendo de los distintos productos del restaurante hacia la comodidad de la casa, llegando a satisfacer la necesidad de los clientes y disminuyendo el aforo físico en nuestro local dando lugar a nueva gente que consume y disfrute de las instalaciones del sitio.
- Conceder la oportunidad de adquirir una franquicia del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt, a futuros emprendedores o gente que desee incursionar en el mundo de los negocios; esto garantiza una cercanía más profunda de nuestra marca hacia los clientes y la frecuencia de consumo incrementando las ganancias del local a la misma vez.
- Realizar publicidad de los productos y servicios a través de medios ambiguos como la radio, prensa y TV, no obstante, en la actualidad se maneja un amplio mayor afluencia de publicidad

mediante redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp y demás; es por ello que se gana un porcentaje por la divulgación y acogida de las diferentes ballas publicitarias, juntamente con esta herramienta móvil se encuentran inmersos los famosos influencers que se han logrado involucrar dentro del mundo de los negocios generando una rápida acogida de una marca o producto en particular, obteniendo más visitas y misterio por conocer dichos productos o servicios que se oferta.

- Una manera de hacer público nuestro local a través de las redes sociales son los famoso Giveaway, consiste en sortear distintos premios a la gente, con el propósito de incrementar seguidores y captar nuevos clientes hacia nuestro negocio, es decir la empresa ofrece un regalo a cambio de una meta que se ha planteado como organización.
- Adicionar la venta de bebidas alternativas en nuestro local como: gaseosas, vino, refrescos y demás bebidas que la gente le encanta consumir, colaborando con un ingreso extra hacia el local muy aparte de las bebidas naturales que se ofrece en el restaurante.

## CONCLUSIONES

- La investigación realizada permitió explorar el Restaurante Farfalle Pizza & Yogurt, lo que demostró que existe gran potencial respecto a ubicación, popularidad y aceptación, pero carece de un modelo de negocios, el mismo que limita su crecimiento en el mercado y dificulta alcanzar un mayor nivel de rentabilidad, lo cual obstaculiza poder alcanzar sus metas y objetivos.
- El modelo CANVAS es una herramienta de gestión muy importante que permite tener una visión global del negocio e innovar para adaptarse a los cambios del mercado competitivo en el que se encuentra una unidad de negocio, uno de sus principales aciertos es la asignación de responsables en las diversas áreas de la organización empresarial.
- La aplicación comercial es una alternativa relativamente nueva la cual brinda muchos beneficios entre los cuales se encuentra poder visualizar toda la línea de productos con sus respectivos precios, ofertas, pedidos y no solo eso sino lo más interesante es que la app permitirá realizar una reservación en tiempo real y gratuitamente.

## RECOMENDACIONES

- Implementar el modelo de negocios propuesto en el presente trabajo de titulación ya que es muy rentable y sin duda permitiría al Restaurante Farfalle Pizza & Yogurt alcanzar un desarrollo integral y esto se vería reflejado en sus rentabilidad y posicionamiento dentro del mercado local.
- Cualquier persona que desee iniciar o administrar un negocio del tamaño que sea debe diseñar un modelo CANVAS, es muy sencillo, pero a la vez demasiado útil que definan con claridad lo que una empresa va a ofrecer al mercado, brinda la posibilidad de moldear y estructurar nuestro negocio, identifica las áreas de amenaza y oportunidad para prever posibles acontecimientos y tomar de manera oportuna decisiones.
- Sugiero a los negocios ya sea de productos o servicios prestar mayor atención a la aplicación comercial ya que muchos consumidores tienen desconfianza para realizar compras y pedidos por medio de redes sociales por ello esta es una alternativa para brindar mayor garantía y seriedad.

## **GLOSARIO**

### **Lienzo canvas**

El Lienzo Lean Canvas es una representación gráfica que sirve para el desarrollo estratégico de un modelo de negocio. Se divide en 9 módulos y es usado, comúnmente, como una plantilla para plasmar los elementos básicos de cualquier idea de negocio. (Medina, 2020)

### **Propuesta de valor**

Constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes. Es el beneficio diferencial que ofrece tu producto o servicio con respecto a otras soluciones en el mercado. (Medina, 2020)

### **PayPal**

Es un método de pago en línea que te permite asociar tus tarjetas de crédito a una cuenta, para que, de esta manera, puedas realizar tus pagos y transferencias online con tan solo iniciar sesión con tu correo electrónico y contraseña, sin tener que compartir tu información financiera con el destinatario. (Barrera, 2019)

### **Pedido electrónico**

Un pedido electrónico es un pedido emitido y enviado en formato electrónico. El pedido o también llamado orden de compra, es el documento que acredita la petición de bienes y servicios a un proveedor bajo las condiciones acordadas entre las partes de la transacción comercial. (Antillana, 2020)

### **Inflación**

Es un aumento generalizado en los precios de los bienes y servicios de una economía durante un periodo de tiempo. (Sevilla, 2015)

## BIBLIOGRAFÍA

- Antillana, R. (2020). *¿Qué son los pedidos electrónicos?*. Recuperado de :  
[https://www.edicomgroup.com/es\\_AR/news/13350-que-son-los-pedidos-electronicos-beneficios-y-casos-de-exito-en-europa.html](https://www.edicomgroup.com/es_AR/news/13350-que-son-los-pedidos-electronicos-beneficios-y-casos-de-exito-en-europa.html)
- Ávalos, G. (2018). *Propuesta de modelo de negocio mediante una aplicación móvil para la empresa Montecarlo Transvip Cía. LTDA.* (Tesis de grado). ESPOCH, Riobamba. Recuperado de:  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/10250>
- Barrera, A. (2019). *¿Qué es PayPal y cuál es su historia de éxito?*. Recuperado de:  
<https://www.nextu.com/blog/que-es-paypal-y-cual-es-su-historia/>
- Cajal, A. (2019). *Investigación de campo: características, diseño, técnicas, ejemplos.* Recuperado de: <https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>
- Canive, T., & Ballet, R. (02 de Julio de 2017). *SINNAPS*. Recuperado de :<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>
- Carrera, C. (2018). *Modelo de negocios para la empresa operadora de turismo Explorjungle Expediciones S.A. Baños de Agua Santa.* (Tesis de grado). ESPOCH, Riobamba. Recuperado de:  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/10217>
- Castillo, A., Alvivar., A., Freire, J., & Vargas, M. (2018). Experiencia de proyecto de vinculación con la sociedad caso :“Desarrollo e innovación micro empresarial a través de la aplicación del modelo de negocios canvas”. *Ecociencia*. Recuperado de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/109>
- Castro, J. (12 de Agosto de 2015). *Corponet*. Recuperado de:  
<https://blog.corponet.com.mx/que-es-la-inteligencia-de-negocios>
- Contini, L. (2018). *Modelo de negocios*. Recuperado de: <https://bizocial.com/modelo-de-negocio-que-es-para-que-sirve-y-cuales-considerar/>
- Cordero, R. (2019). *Innovación y Emprendimiento, motores del cambio*. Recuperado de:  
<http://www.rodrigocordero.org/innovacion-en-modelos-de-negocio/>
- Corvo, H. (2020). *Valores corporativos de una empresa: definición y ejemplos.* Recuperado de: <https://www.lifeder.com/valores-corporativos/>
- Cuevas, J. (2020). *¿Para qué sirve un modelo de negocio?*. Recuperado de:  
<https://www.emprendedores.es/plan-de-negocio/para-que-te-sirve-modelo-negocio/#:~:text=En%20otras%20palabras%3A%20es%20una,forma%20vas%20a%20generar%20ingresos.>
- Emprendedores. (2020). *Emprendedores*. Recuperado de:  
<https://www.emprendedores.es/estrategia/que-significa-modelo-de-negocio/>

- Federico, F. (2017). *Repensar el liderazgo estratégico: La visión*. Madrid: Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- García, I. (2017). *Economía Simple*. Recuperado de: <https://bizocial.com/modelo-de-negocio-que-es-para-que-sirve-y-cuales-considerar/>
- Gómez, G. (2018). *Lienzo del modelo de negocio*. Recuperado de: <https://www.cuhm.edu.mx/03/03/2018/sabes-lienzo-del-modelo-negocio-lo-necesitas-pyme/>
- INEC. (2010). *Población y demografía censo de población*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Lloreda, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid: ESIC Editorial.
- Luco, Á. (16 de 10 de 2017). *Misión y visión: su importancia para la organización. MBA*. Recuperado de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/mision-y-vision-su-importancia-para-la-organizacion>
- Matiz, F. (2013). *Modelos de negocio*. Recuperado de: <https://www.matizyassociados.com/conceptos-modelos-de-negocio/>
- Medina, R. (2020). *Lienzo Lean Canvas*. Recuperado de: <https://branch.com.co/marketing-digital/todo-sobre-el-lienzo-lean-canvas/>
- Mendelson, H. (2015). *Reinventar la empresa en la era digital*. Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/01/BBVA-OpenMind-libro-Reinventar-la-Empresa-en-la-Era-Digital-empresa-innovacion1-1.pdf>
- Milán, E. (2018). *Definición y cómo funcionan las aplicaciones móviles*. Recuperado de: <https://servisoftcorp.com/definicion-y-como-funcionan-las-aplicaciones-moviles/>
- Montano, J. (2016). *Investigación transversal*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/investigacion-transversal/>
- Paladines, J. (2020). *La Importancia del modelo de negocios*. Recuperado de: <https://cepymenews.es/importancia-del-modelo-de-negocio>
- Raffino, M. (2020). *Concepto de método deductivo*. Recuperado de: <https://concepto.de/metodo-deductivo-2/>
- Raffino., M. (2020). *Concepto de método cuantitativo*. Recuperado de: <https://concepto.de/metodo-cuantitativo/>
- Roldán, P. (2017). *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>
- Saavedra, O. (2019). *Escuela Emprendedores*. Recuperado de: <https://escuela-emprendedores.alegra.com/marketing/que-es-un-segmento-de-mercado-y-por-que-debemos-segmentar/>

- Sampieri, H. (2015). *Selección de la muestra*. México: McGraw-Hill. Recuperado de: [http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf](http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf)
- Sánchez, A. (2019). *Experiencias Marketing Digital*. Recuperado de: <https://www.uup.es/lienzo-de-modelo-de-negocio-plantilla-gratis/>
- Sevilla, A. (2015). *¿Por qué el significado de inflación?*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>
- Significados. (2017). *Encuesta*. Recuperado de: <https://www.significados.com/encuesta/>
- Valbuena, R. (2015). *Investigación Científica Avanzada*. Zulia: Maracaibo.
- Velázquez, J. (2015) Modelo de negocios. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, doi.org/10.29057/icea.v3i6.165
- Ventura, J. (2017). *¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria*. Scielo, p. A2.

## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA A CLIENTES



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS



#### Encuesta dirigida a los clientes del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt

**Tema:** “Diseño de un modelo de negocios para la comercialización de productos del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt a través de una aplicación móvil en la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.”

**Objetivo:** Recolectar información que permita el diseño de un modelo de negocios para la comercialización de productos del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt a través de una aplicación móvil.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y seleccione la respuesta que considere la más apropiada. La encuesta es anónima.

#### DATOS INFORMATIVOS

##### Género

Masculino  Femenino

##### Edad

13-24  25-34  35-44  45 o más

#### CUESTIONARIO

1. ¿Consume usted comida rápida?

SI  NO

2. ¿Le agrada a usted el ambiente y atención del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt?

SI  NO

3. ¿Con qué frecuencia usted consume los productos del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt?

- Diariamente  
 Semanalmente  
 Quincenalmente

Mensualmente

4. **¿Al momento de adquirir un producto del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt que le llama más la atención?**

Calidad

Precio

Cantidad

Variedad

Higiene

5. **¿De la siguiente lista de productos del restaurante Farfalle Pizza & Yogurt, cuales son de su preferencia?**

Alitas en sus diferentes salsas (BBQ, mostaza y miel, maracuyá)

Pizzas

Lasañas

Pan de yuca con yogurt

6. **¿Mediante qué medio de información usted conoció el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt?**

Radio

Redes sociales (Facebook, Instagram, whatsapp, etc)

Internet

Otros medios de información      ¿Cuál?.....

7. **¿Le gustaría tener la posibilidad de realizar un pedido de los productos que ofrecen el restaurante Farfalle Pizza & Yogurt a través de una aplicación móvil?**

SI

NO

8. **¿Con qué tipo de pago le gustaría cancelar su pedido electrónico?**

Tarjeta de crédito o débito

Transferencia electrónica

Efectivo

PayPal

Otras formas de pago      ¿Cuál?.....

9. **¿Le gustaría tener la oportunidad de enviar al restaurante Farfalle Pizza & Yogurt sus dudas, recomendaciones o quejas de forma directa, mediante un buzón de sugerencias establecido en una aplicación móvil?**

SI

NO

ANEXO B: LÍNEA DE PRODUCTOS FARFALLE







**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**



**NÚMERO RUC:**

02038974001

**APELLIDOS Y NOMBRES:**

TAGUICHINA TRANTURA DEICY VANESSA

**ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS**

<b>N.º ESTABLECIMIENTO</b>	001	<b>Estado</b>	ABIERTO - MATRIZ	<b>REC. INICIO ACT.</b>	2020/03/10
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	FARFALLE PIZZA & GRILL	<b>REC. CERRA</b>		<b>REC. FINICIO</b>	

**ACTIVIDAD ECONOMICA**

04010000 SERVICIO DE RESTAURANTES A DOMICILIO  
 C1070001 ELABORACION DE PLATOS A BASE DE CARNE O DE POLLO, ESTOFADOS Y COMIDAS PREPARADOS AL VACIO, CONGELADOS, ENVASADOS, ENLATADOS O CONSERVADOS DE OTRA MANERA  
 84010001 VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES, INCLUIDO PARA LLEVAR  
 84010002 VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CAFETERIAS, INCLUIDO PARA LLEVAR  
 84010003 PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES

**DIRECCION ESTABLECIMIENTO**

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: BAÑOS DE AGUA SANTA Parroquia: BAÑOS DE AGUA SANTA Calle: ORIENTE Número: 316 Intersección: ELÍOY ALTARO  
 Referencia: CERCA A LA COOPERATIVA OSCUR PISO 1 Telexero Distrito: 03072001 Email: deicyvany@gmail.com Celular: 0948320360 Email principal: deicy23m@hotmail.com

<b>N.º ESTABLECIMIENTO</b>	002	<b>Estado</b>	ABIERTO - LOCAL COMERCIAL	<b>REC. INICIO ACT.</b>	2019/02/18
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	FARFALLE PIZZA & GRILL	<b>REC. CERRA</b>		<b>REC. FINICIO</b>	

**ACTIVIDAD ECONOMICA**

VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES, INCLUIDO PARA LLEVAR

**DIRECCION ESTABLECIMIENTO**

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: BAÑOS DE AGUA SANTA Parroquia: BAÑOS DE AGUA SANTA Calle: RCAFUERTE Número: 316 Intersección: BALDOMADO  
 Referencia: FRENTE AL PARQUE CENTRAL CASA DE TRES PISOS, COLOR VERDE Email: deicyvany@gmail.com Celular: 0948320360 Email principal: deicy23m@hotmail.com



Código: RIMRUC2020000095008

Fecha: 15/04/2020 10:01:58 AM



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE  
CHIMBORAZO  
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS  
PARA EL APRENDIZAJE Y LA  
INVESTIGACIÓN**



**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS  
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 26/ 1 / 2022

**INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)**

**Nombres – Apellidos:** JENNIFER ANABELL TAIBE VARGAS

**INFORMACIÓN INSTITUCIONAL**

**Facultad:** ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Carrera:** ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Título a optar:** LICENCIADA DE EMPRESAS

**f. Analista de Biblioteca responsable:** Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



Pirmado electrónicamente por:  
JHONATAN RODRIGO  
PARREÑO UQUILLAS



26-1-2022  
2027-DBRA-UTP-2021