

no/a.

AUTOR

AÑO



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DEL
RESTAURANTE ONO SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE QUITO,
IMPLEMENTANDO LA METODOLOGIA DEL PMBOK VERSION 6

“Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Magíster en Administración de
Empresas Mención en Dirección Estratégica de Proyectos”

Profesor guía:

MBA. Alfredo Humberto Alvear Báez PMP.

Autor:

Diego Efraín Albuja Fiallo

Año

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido el trabajo, "Plan de negocio para la apertura de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito, implementando la metodología del PMBok® versión 6", a través de reuniones periódicas con el estudiante Diego Efraín Albuja Fiallo en el semestre 201900, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Alfredo Humberto Alvear Baez
Master en Administración de Empresas
C.C.1705523882

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, "Plan de negocio para la apertura de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito, implementando la metodología del PMBOK® versión 6", del estudiante Diego Efraín Albuja Fiallo en el semestre 201900, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Omar Alexander Gómez Jaramillo
Master en Administración de Empresas
C.C. 0501987325

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

"Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes"

Diego Efraín Albuja Fiallo

C.C.1716369341

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por dame la fuerza y la sabiduría de seguir adelante con todos mis proyectos.

Agradezco a mis padres por darme ese apoyo incondicional.

Agradezco a mi esposa Claudia por aguantarme y apoyarme en estos dos años de estudio.

Agradezco a mi tutor por esa guía incondicional para poder concluir con el trabajo de titulación.

Agradezco a la vida por enseñarme algo nuevo en cada paso que doy.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios porque gracias a él estoy donde estoy.

A mis padres por su apoyo.

A mi esposa por ser ese pilar fundamental de fuerza y de apoyo en todo momento.

Y finalmente dedico este proyecto a mí mismo por tener la valentía, el coraje y la fuerza de seguir adelante.

¡GRACIAS!

RESUMEN

ONO Sushi Bar se encuentra en el mercado por más de 4 años en el sector de Miravalle / Cumbaya y tiene una oferta de productos desde rollos tradicionales, hasta rollos más elaborados, cuenta con una fusión de platos fuertes con variedad de productos cárnicos y del mar, manteniendo y respetando siempre los productos y técnicas japonesas.

El sector de alimentos y bebidas en el Ecuador es muy complicado y competitivo ya que existe mucha competencia directa e indirecta entre los negocios relacionados con la comida, los negocios fracasan por falta de experiencia, conocimiento y por las malas estrategias competitivas de otros negocios.

Bajo este contexto se ha realizado un plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar bajo la guía de las buenas practicas PMBoK® esto nos ayuda a minimizar el riesgo de fracaso del proyecto y así poder gestionar de la mejor manera.

El objetivo del plan de negocio es analizar todos los puntos claves para ver la factibilidad del proyecto y así poder ejecutarlo,

Finalmente se analizado la parte económica y financiera del plan de negocio y se pudo comprobar la rentabilidad y viabilidad del proyecto gracias a los indicadores financieros que se utilizo

ABSTRACT

ONO Sushi Bar has been in the market for more than 4 years in the Miravalle / Cumbaya sector and has a range of products from traditional rolls to more elaborate rolls, it has a fusion of main dishes with a variety of meat and sea products, always maintaining and respecting Japanese products and techniques.

The food and beverage sector in Ecuador is very complicated and competitive since there is a lot of direct and indirect competition between food-related businesses, businesses fail due to lack of experience, knowledge and the bad competitive strategies of other businesses.

Under this context, a business plan has been created for the opening of a new branch of the ONO Sushi Bar restaurant under the guidance of good practices PMBoK® this helps us minimize the risk of project failure and thus manage in the best way.

The objective of the business plan is to analyze all the key points to see the feasibility of the project and thus be able to execute it,

Finally, the economic and financial part of the business plan was analyzed and the profitability and viability of the project could be verified thanks to the financial indicators that were used.

ÍNDICE

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 | Antecedentes | 1 |
| 1.1.1 | Análisis de la industria o sector | 4 |
| 1.1.1.1 | Análisis PESTLE | 5 |
| 1.1.1.2 | Las cinco fuerzas de PORTER | 6 |
| 1.1.1.3 | Matriz de Evaluaciones de Factores Externos (MEFE) | 8 |
| 1.1.2 | Factores internos de la empresa | 8 |
| 1.1.2.1 | Descripción de la empresa | 8 |
| 1.1.2.2 | Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI) | 9 |
| 1.1.2.3 | FODA | 9 |
| 1.1.3 | Planteamiento y formulación del problema o del Plan de Mejora con el Proyecto | 11 |
| 1.2 | Objetivos | 11 |
| 1.2.1 | Objetivo general | 11 |
| 1.2.2 | Objetivos específicos | 11 |
| 1.3 | Marco Teórico | 12 |
| 1.3.1 | Introducción | 12 |
| 1.3.2 | Grupos de procesos | 12 |
| 1.3.3 | Áreas de conocimiento | 13 |
| 1.3.4 | Canvas | 14 |
| 2 | PROCESOS DEL PROYECTO ALINEADO AL ESTÁNDAR DEL PMI®- PMBOK® | 17 |
| 2.1 | Desarrollo del acta de constitución del proyecto | 17 |
| 2.2 | Listado de interesados | 21 |
| 2.3 | Registro de interesados | 21 |
| 2.4 | Priorización y clasificación de los interesados | 21 |
| 2.5 | Análisis de alternativas generales del proyecto | 24 |
| 2.6 | Gestión de integración del proyecto | 25 |
| 2.6.1 | Gestión de la integración | 25 |
| 2.6.2 | Formato de lecciones aprendidas | 28 |
| 2.6.3 | Formato de cierre administrativo | 29 |
| 3 | DESARROLLO DE LAS ÁREAS DEL CONOCIMIENTO ALINEADO AL ESTÁNDAR DEL PMI®- PMBOK® | 30 |
| 3.1 | Planificación de la gestión del alcance, cronograma y costos | 30 |
| 3.1.1 | Plan de Gestión del Alcance | 30 |
| 3.1.1.1 | Diccionario de la EDT | 32 |

| | | |
|---------|---|-----------|
| 3.1.2 | Plan de Gestión del Cronograma | 43 |
| 3.1.3 | Listado y secuenciamiento de actividades..... | 44 |
| 3.1.4 | Cronograma | 45 |
| 3.1.5 | Plan de Gestión de los cotos..... | 45 |
| 3.1.6 | Estimación de costos | 46 |
| 3.1.6.1 | Base de estimaciones de costos..... | 47 |
| 3.1.6.2 | Presupuesto del proyecto..... | 48 |
| 3.2 | Planificación de la gestión de la calidad, los recursos y las comunicaciones | 50 |
| 3.2.1 | Plan de Gestión de la calidad | 50 |
| 3.2.2 | Plan de Gestión de los Recursos | 56 |
| 3.2.3 | Plan de Gestión de las comunicaciones | 60 |
| 3.2.4 | Matriz de comunicaciones | 64 |
| 3.2.5 | Registro de incidentes | 64 |
| 3.3 | Desarrollar la planificación de la gestión de riesgos. | 64 |
| 3.3.1 | Matriz de identificación y Evaluación de Riesgos | 75 |
| 3.3.1.1 | Registro de riesgos del proyecto..... | 75 |
| 3.3.1.2 | Análisis cualitativo de Riesgos del Proyecto | 76 |
| 3.3.1.3 | Plan de gestión de respuesta a riesgos..... | 77 |
| 3.4 | Desarrollar la planificación de la gestión de las adquisiciones y el involucramiento de los interesados. | 77 |
| 3.4.1 | Plan de Gestión de las Adquisiciones | 77 |
| 3.4.2 | Involucramiento de los interesados..... | 81 |
| 4 | ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO Y SU VIABILIDAD | 85 |
| 4.1 | Análisis Financiero | 85 |
| 4.2 | Análisis Económico | 87 |
| 4.3 | Viabilidad | 94 |
| 5 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 95 |
| 5.1 | Conclusiones..... | 95 |
| 5.2 | Recomendaciones..... | 96 |
| | REFERENCIAS | 97 |
| | ANEXOS..... | 98 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----------|
| <i>Figura 1. Logotipo del restaurante ONO Sushi Bar.....</i> | <i>1</i> |
| <i>Figura 2. Sushi Rolls del restaurante ONO Sushi Bar.....</i> | <i>2</i> |
| <i>Figura 3. Aoyagui ONO, Entrada Caliente.....</i> | <i>3</i> |
| <i>Figura 4. Sopa Sumashi ONO Sushi Bar.....</i> | <i>3</i> |
| <i>Figura 5. Ubicación del restaurante principal.</i> | <i>4</i> |
| <i>Figura 6. Análisis Pestle.</i> | <i>6</i> |
| <i>Figura 7. Las 5 fuerzas de Porter.</i> | <i>6</i> |
| <i>Figura 8. Modelo CANVAS</i> | <i>16</i> |
| <i>Figura 9. Matriz Poder / Interés</i> | <i>23</i> |
| <i>Figura 10. Modelo de Prominencia</i> | <i>24</i> |
| <i>Figura 11. Análisis de Alternativas.</i> | <i>25</i> |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Matriz MEFE | 8 |
| Tabla 2. Matriz EFI..... | 9 |
| Tabla 3. Sueldos y Salarios | 87 |
| Tabla 4. Costos y Gastos | 88 |
| Tabla 5. Proyección de Ventas | 89 |
| Tabla 6. Depreciación Anual..... | 90 |
| Tabla 7. Inversión | 90 |
| Tabla 8. Resumen Costos..... | 91 |
| Tabla 9. Estructura del Costo | 91 |
| Tabla 10. Estado de Ganancias y Perdidas | 92 |
| Tabla 11. Flujo de Caja | 92 |
| Tabla 12. Flujo de Caja Financiero | 93 |
| Tabla 13. Indicadores Financieros | 93 |

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes



Figura 1. Logotipo del restaurante ONO Sushi Bar.

ONO Sushi Bar es una marca, representativa de la gastronomía japonesa y nace de la idea de satisfacer a los más exigentes paladares amantes de la comida japonesa. Con la misión de llegar a hacer uno de los restaurantes más reconocidos en el país, con la visión inspirada en la perfección, constancia y dedicación mostrada por el gran maestro del sushi Jiro Ono.

La oferta de productos va desde los rollos tradicionales, hasta los rollos más elaborados, se cuenta con una fusión de platos fuertes con variedad de productos cárnicos y del mar, manteniendo y respetando siempre los productos y técnicas japonesas.

El concepto que se quiere transmitir en el restaurante es de un sushi bar tradicional japonés ya que cuentan con una barra donde el cliente puede observar los productos frescos y las técnicas que emplea el itamae (chef) para la elaboración de los diferentes sushis.

La clientela por el sector donde se encuentra debe tener un poder adquisitivo alto, pero los clientes pueden comprender entre jóvenes y adultos ya que por la ubicación estratégica es punto de encuentro.

El restaurante se presta para que la gente vaya a disfrutar de un ambiente donde se puede realizar varias actividades como reuniones de trabajo, reuniones sociales entre amigos, disfrutar buena comida, ver deportes o disfrutar de un buen coctel.

Restaurante con 4 años en el mercado de Quito, brindando la mejor comida japonesa en el Valle de Cumbayá.

La calidad de sus productos ha hecho que sus clientes depositen la confianza y que el restaurante de comida japonés tenga un crecimiento relevante cada año.

Dentro del menú que presenta ONO tiene desde entradas frías, entradas calientes, sopas, platos fuertes, rollos tradicionales, especiales, etc.

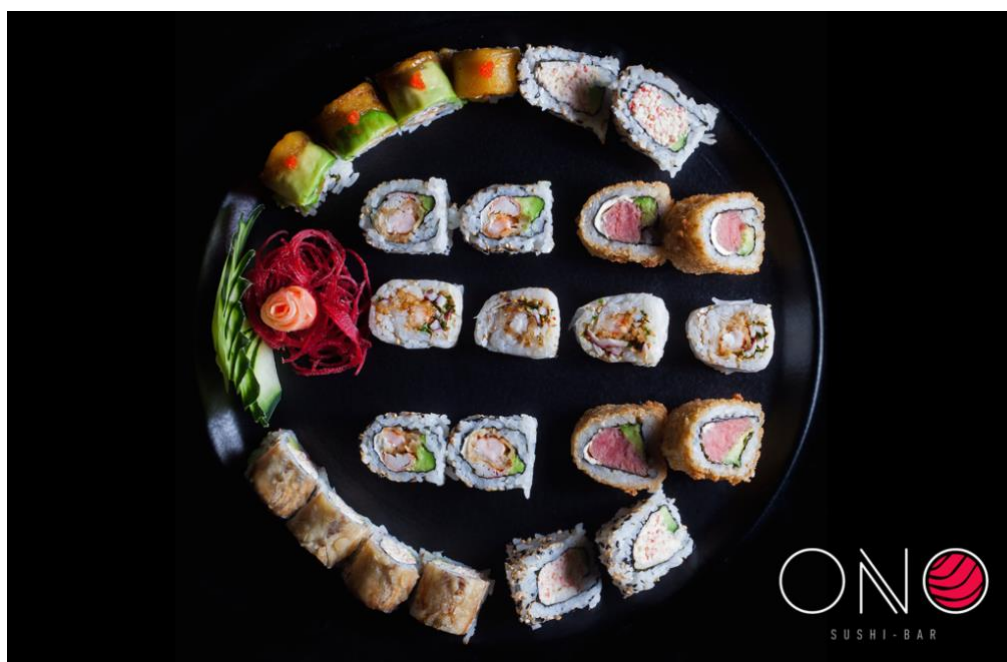


Figura 2. Sushi Rolls del restaurante ONO Sushi Bar.



Figura 3. Aoyagui ONO, Entrada Caliente.



Figura 4. Sopa Sumashi ONO Sushi Bar.

La experiencia, calidad y excelente servicio de ONO Sushi Bar, ha hecho que su clientela aumente y que su comida sea una de las preferidas por los Quiteños. La ubicación principal del restaurante ONO Sushi Bar es en

Miravalle, tras la gasolinera Mobil, en la Plaza Comercial El Punto, local 15, vía Tanda, su horario de atención es lunes a jueves: 12:00 - 21:30; viernes - sábado: 12:30 - 22:00 y domingos: 12:00 - 18:00. Además, cuenta con servicio propio a domicilio y está presente en las principales aplicaciones para pedir comida en caso como por ejemplo Uber eats, Glovo y Delivery.

ONO se encuentra en una etapa de crecimiento y es el momento adecuado para generar una idea nueva que permita generar más dinero, en este caso es la de abrir otra sucursal en la ciudad de Quito, utilizaremos la guía del PMBOK ya que esta contiene las mejores prácticas para la gestión de proyectos.



Figura 5. Ubicación del restaurante principal.

1.1.1 Análisis de la industria o sector

Al hablar de la gastronomía japonesa, suele aludirse con frecuencia al estilo y tradicional de cocinar que ha sobrevivido al Japón imperial en los últimos años la gastronomía japonesa se ha popularizado en el mundo entero gracias a su delicadeza, vitalidad y elegante sencillez. Sus sabores naturales y el empleo de

productos frescos y bajos en grasa, han hecho una de las dietas más sanas y balanceadas del mundo.

Tal es la rapidez que ha experimentado su expansión a nivel internacional que hoy en día, sushis, sashimis y tempuras no son ya los únicos referentes del recetario japonés ya que son solo una parte de un inmenso abanico de sabores y texturas, capaces de ofrecerle al amante de la buena mesa una experiencia única y día a día más accesible y diversas.

Para desarrollar el análisis se ha decidido usar como herramientas principales el análisis PESTLE, las 5 fuerzas de Porter y el análisis FODA, mismo que nos permitirá analizar a fondo sobre la empresa.

1.1.1.1 Análisis PESTLE

Para este análisis se consideran los siguientes factores:

| ANALISIS PESTLE | |
|------------------------|---|
| POLÍTICOS | <ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad política del país. • Reducción de salvaguardas a las importaciones • Modificación de tratados comerciales. |
| ECONÓMICOS | <ul style="list-style-type: none"> • Situación económica actual. • Los tipos de interés, en caso de requerir financiamiento. • Tipo de cambio y el nivel de inflación • Impuestos • Políticas económicas del gobierno. |
| SOCIALES | <ul style="list-style-type: none"> • Opiniones de los clientes. • Imagen corporativa. • Nuevas tendencias en el estilo de vida. Modas. • Gasto medio de las familias. |
| TECNOLÓGICAS | <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura tecnológica. • Infraestructura física • Tecnologías de la información y comunicación. • Cambios tecnológicos futuros. |
| AMBIENTALES | <ul style="list-style-type: none"> • Leyes de protección medioambiental. • Regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos. • Políticas medioambientales. • Licencias municipales |
| LEGALES | <ul style="list-style-type: none"> • Cambios legislativos previstos • Contratos • Ley de empleo • Derechos de propiedad intelectual. • Leyes de salud y seguridad laboral. • Legislación para el consumidor. |

| | |
|--------------------|--|
| AMBIENTALES | • Leyes de protección medioambiental. |
| | • Regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos. |
| | • Políticas medioambientales. |
| | • Licencias municipales |
| LEGALES | • Cambios legislativos previstos |
| | • Contratos |
| | • Ley de empleo |
| | • Derechos de propiedad intelectual. |
| | • Leyes de salud y seguridad laboral. |
| | • Legislación para el consumidor. |

Figura 6. Análisis Pestle.

1.1.1.2 Las cinco fuerzas de PORTER

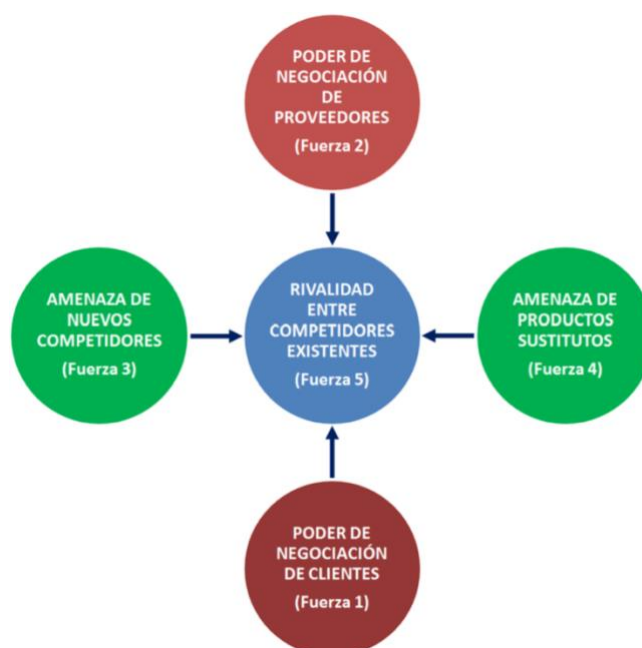


Figura 7. Las 5 fuerzas de Porter.

- Amenaza de nuevos competidores

La entrada de nuevas empresas es la facilidad que tiene una compañía para entrar al mercado, en este caso, para ingresar a esta industria se necesita una inversión media alta para poder competir con varias cadenas. En esta industria se necesita

buena estrategia de promoción, publicidad y calidad que atraiga al consumidor.

Por lo tanto, la amenaza de nuevos entrantes es alta, de tal forma se reducirían los costos de producción.

- Rivalidad entre los competidores existentes

Si bien actualmente existe variedad de restaurantes de comida japonesa, la rivalidad entre los competidores es alta ya que existen otros restaurantes de comida japonesa que compiten directa e indirectamente con el restaurante. Uno de los atributos más deseados por el consumidor es la relación calidad- precio.

Uno de los puntos fuertes para diferenciarse de los competidores, aparte de los insumos que contienen, es el sabor de la calidad de la comida, del sushi, de sus salsas.

- Amenaza de Productos Sustitutos.

La amenaza de productos sustitutos es media, puesto que en la ciudad de Quito se ofrece comida asiática, como los restaurantes peruanos ofrecen sushi, los restaurantes chinos ofrecen sushi, y otros productos alimenticios que fácilmente pueden satisfacer a los clientes de la misma forma que la comida japonesa. Además, existen muchas empresas posicionadas que tienen una gran acogida de la población.

- Poder de negociación de los clientes.

El poder de negociación de los consumidores se establece según la capacidad que tengan los compradores para fijar el precio final del producto, en el caso de la industria de alimentos, los consumidores están dispersos y no pueden ejercer una presión hacia las empresas para fijar el precio, además para la industria no existe un solo comprador sino que se enfocan en grandes segmentos de la población, por lo tanto el poder de negociación es bajo, lo cual incentiva a las empresas que

componen esta industria a participar de un segmento competitivo de mercado.

- Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores se fundamenta en la influencia que tienen en afectar el proceso productivo, en el caso de la industria de alimentos el poder de negociación de los proveedores es alto, por cuanto existen pocas organizaciones o personas naturales que pueden abastecer a la industria. Este factor incentiva la creación de empresas en el sector para abastecer de materia prima.

1.1.1.3 Matriz de Evaluaciones de Factores Externos (MEFE)

Tabla 1.
Matriz MEFE

| FACTORES EXTERNOS CLAVES | | | | |
|---------------------------------|--|--------------|----------------------|------------------------|
| | OPORTUNIDADES | VALOR | CLASIFICACIÓN | VALOR PONDERADO |
| 1 | Nuevo mercado y en constante crecimiento. | 0,15 | 2 | 0,3 |
| 2 | Tendencias de los consumidores por nuevas experiencias y sensaciones en la comida. | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 3 | Crear una nueva marca comercial. | 0,13 | 3 | 0,39 |
| | AMENAZAS | VALOR | CLASIFICACIÓN | VALOR PONDERADO |
| 1 | Inestabilidad política, monetaria y socio - económica | 0,2 | 2 | 0,4 |
| 2 | Nuevas normativas que deben cumplir las empresas. | 0,2 | 3 | 0,6 |
| 3 | Competencia. | 0,17 | 3 | 0,51 |
| | | 1,00 | | 2,65 |

Después de realizar el análisis, el valor total de 2,65, nos indica que la empresa aprovecha las oportunidades y evita las amenazas

1.1.2 Factores internos de la empresa

1.1.2.1 Descripción de la empresa

ONO Sushi Bar es un restaurante, que provee servicio de alimentos y bebidas, actualmente cuenta con una sola sucursal.

1.1.2.2 Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

Tabla 2.
Matriz EFI.

| FACTORES INTERNOS CLAVES | | | | |
|---------------------------------|--|--------------|----------------------|------------------------|
| | FORTALEZAS | VALOR | CLASIFICACIÓN | VALOR PONDERADO |
| 1 | Marca reconocida en el mercado | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 2 | Know How del producto. | 0,15 | 4 | 0,60 |
| 3 | Cartera de productos, con mejores características que la competencia | 0,10 | 3 | 0,30 |
| | DEBILIDADES | VALOR | CLASIFICACIÓN | VALOR PONDERADO |
| 1 | Falta de infraestructura para mayor atención a clientes | 0,20 | 1 | 0,2 |
| 2 | Poco poder de negociación con proveedores de materia prima e insumos, lo cual provoca incrementos de los costos. | 0,20 | 1 | 0,2 |
| 3 | Sector donde se encuentra actualmente el restaurante | 0,20 | 2 | 0,4 |
| | | 1,00 | | 2,15 |

Se ha realizado un análisis de los factores internos utilizando como herramienta principal la matriz, EFI. Esta matriz nos permite identificar la situación actual de la empresa.

1.1.2.3 FODA

El Análisis FODA se enfoca en el estudio y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como también las oportunidades y amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo. Tomando en cuenta la definición se puede decir que, las fortalezas y debilidades, representan variables internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas y establecer algún cambio estratégico.

Por otro lado; las oportunidades y las amenazas son variables externas, y en general resulta muy compleja su modificación. Las fortalezas deberán utilizarse en forma óptima, las oportunidades deben ser aprovechadas, las debilidades deben ser eliminadas y las amenazas deben evadirse.

FORTALEZAS

- Productos innovadores en el mercado
- Know - How del producto.
- Ventajas nutritivas

OPORTUNIDADES

- Nuevo mercado y en constante crecimiento.
- Tendencias de los consumidores a buscar nuevas experiencias y sensaciones en la comida.
- Crear una nueva marca comercial.
- Apoyo de las entidades bancarias a los microempresarios a través de créditos ajustados a la realidad de los empresarios, como son los microcréditos. Adicionalmente, el gobierno impulsa el crédito a los emprendedores con baja tasa de interés.

DEBILIDADES

- Falta de maquinaria para realizar un proceso industrial.
- Poco poder de negociación con proveedores de materia prima e insumos, lo cual provoca incrementos de los costos.
- Al ser un producto no muy comercial, no está posicionado en la mente del consumidor.
- Situación financiera en deuda al inicio.

AMENAZAS

- Inestabilidad política, monetaria y socio - económica: es una realidad la crisis que existe en el país, por lo que será necesario establecer estrategias de mercado adecuadas.
- La inseguridad política que vive actualmente el país, ocasiona inestabilidad

por la emisión de nuevas normativas que deben cumplir las empresas, exigencias que pueden afectar considerablemente a las empresas que se encuentran iniciando su marcha.

- Competencia.
- Inseguridad – delincuencia.

1.1.3 Planteamiento y formulación del problema o del Plan de Mejora con el Proyecto

ONO Sushi Bar es un restaurante de comida japonesa, que después de 4 años en el mercado de Quito la empresa vio la necesidad de realizar una investigación exploratoria para la apertura de otra sucursal, llegando a futuro a franquiciar el negocio, ya que por la gran demanda de consumidores del restaurante, se pudo identificar que existen clientes de otros sectores, que les gustaría comprar productos ONO Sushi Bar, pero se encuentran fuera del alcance del actual restaurante ubicado en el sector de Miravalle - Cumbaya.

Pero con el incremento de la competencia en la gastronomía japonesa ha sido un reto crecer en el mercado ya que existe mucha competencia que daña el mercado local ya sea por sus costos de venta tan bajos que lo hace atractivo para el cliente, pero sin darse cuenta que son con productos de fácil remplazo como el arroz que no es japonés y otros ingredientes sustitutos.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar el plan de negocio para la apertura de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito, aplicando las buenas prácticas del PMI.

1.2.2 Objetivos específicos

- Utilizar los estándares del PMBOK 6ta edición para el desarrollo de los procesos de planificación.
- Justificar financieramente la viabilidad del proyecto.
- Diseñar un modelo de gestión que contenga procesos estandarizados para la apertura de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar.

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Introducción

Es importante utilizar los estándares del PMI ya que nos ayuda a gestionar de manera adecuada los proyectos, uno de los procesos más importantes dentro del desarrollo de un proyectos es la planificación ya que si no se planifica de la forma más adecuada puede ocasionar que el proyecto sea todo un fracaso, por no tener los objetivos bien claros y definidos desde un principio, porque las expectativas del cliente son muy altas, porque existen muchos cambios inesperados, porque se ejecuta el proyecto sin tener claro los requerimientos del cliente y muchos otros factores que intervienen en el mal manejo, por esa razón los proyectos no se ejecutan de una manera exitosa ni satisfactoria.

1.3.2 Grupos de procesos

Los procesos de gestión del proyecto se dividen en cinco grupos;

- **Inicio**, grupo de proceso para definir un nuevo proyecto.
- **Planificación**, grupo de proceso para definir el alcance del proyecto.
- **Ejecución**, grupo de proceso para realizar el proyecto.
- **Monitoreo y control**, grupo de proceso para controlar las actividades del proyecto.

- **Cierre**, proceso de cierre formal del proyecto o de una fase.

1.3.3 Áreas de conocimiento

Para el presente trabajo, como guía de las mejores prácticas del PMI se utilizará los estándares del PMBOK en su sexta edición, a fin de utilizar como guía para la obtención de los procesos dentro de la dirección de proyectos que más se acoplen al presente trabajo.

- **Gestión de la integración**, incluye los procesos y actividades para identificar, definir, combinar, unificar y coordinar los diversos procesos y actividades de dirección del proyecto dentro de los Grupos de Procesos de la Dirección de Proyectos.
- **Gestión del Cronograma**, incluye los procesos requeridos para administrar la finalización del proyecto a tiempo.
- **Gestión de los Costos**, incluye los procesos involucrados en planificar, estimar, presupuestar, financiar, obtener financiamiento, gestionar y controlar los costos de modo que se complete el proyecto dentro del presupuesto aprobado.
- **Gestión de la Calidad**, incluye los procesos para incorporar la política de calidad de la organización en cuanto a la planificación, gestión y control de los requisitos de calidad del proyecto y el producto, a fin de satisfacer los objetivos de los interesados.
- **Gestión de los Recursos**, incluye los procesos para identificar, adquirir y gestionar los recursos necesarios para la conclusión exitosa del proyecto.

- **Gestión de las Comunicaciones**, incluye los procesos necesarios para asegurar que las necesidades de información del proyecto y de sus interesados se satisfagan a través del desarrollo de objetos y de la implementación de actividades diseñadas para lograr un intercambio eficaz de información.
- **Gestión de los Riesgos**, incluye los procesos para llevar a cabo la planificación de la gestión, identificación, análisis, planificación de respuesta, implementación de respuesta y monitoreo de los riesgos de un proyecto.
- **Gestión de los Interesados**, incluye los procesos necesarios para comprar o adquirir productos, servicios o resultados que es preciso obtener fuera del equipo del proyecto. La Gestión de las Adquisiciones del Proyecto incluye los procesos de gestión y de control requeridos para desarrollar y administrar acuerdos tales como contratos, órdenes de compra, memorandos de acuerdo (MOAs) o acuerdos de nivel de servicio (SLAs) internos.

1.3.4 Canvas

En el siguiente trabajo de titulación utilizaremos el modelo canvas, un modelo de negocio dividido en nueve módulos básicos que nos ayuda a identificar los diferentes aspectos importantes que tiene el negocio a partir de la propuesta de valor, este modelo nos ayuda a ver de manera más clara la línea estratégica de nuestro negocio, tener en claro nuestra propuesta de valor, eso lo hacemos con la ayuda de los nueve módulos son;

- **Segmento de clientes:** como consecuencia de que los clientes son la base principal de todo modelo de negocio, debemos de definir a que segmento nos vamos a dirigir. Debemos conocer, sus gustos, preferencias y necesidades, conocer el nicho de mercado y oportunidades del negocio.
- **Propuesta de valor:** es lo que nos hace diferentes al resto de negocios. Este valor viene por la capacidad de nuestros productos radica a la hora de dar una respuesta a las necesidades del mercado y en la solución con los productos o servicios de nuestra empresa.
- **Relación con el cliente:** una vez diseñados las dos partes anteriores, nos toca saber cómo relacionarlas. Y es aquí, donde cobra especial importancia los servicios de nuestro negocio. Un buen diseño de esta relacionases nos permitirá tener buena imagen y prestigio.
- **Canal de distribución, comunicación y de la estrategia publicitaria:** Una cuestión a tener en cuenta es la de cómo entregar la propuesta de valor a nuestro cliente, y a través de qué canales interactuar con ellos.
- **Ingresos:** son varios los aspectos a fijar en este apartado. Sin embargo, uno que se tiene poco en cuenta es definir el momento de su recibo, debemos de hallar una estructura de ingresos sólida, que amortice nuestra propuesta de valor.
- **Actividades clave:** Qué actividades vamos a desarrollar, debemos de diseñar las actividades que darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas.
- **Recursos clave:** De qué recursos vamos a disponer, el uso de estos deberá de definirse en consonancia con los objetivos a corto o largo plazo.

- **Socios clave:** el otro aspecto del mercado en el que vamos a trabajar son los socios con los que nos vamos a aliar. Estos nos permitirán alcanzar el éxito potenciando nuestra propuesta de valor, dándonos mayor solidez y reforzando la eficacia de nuestro modelo de negocio.
- **Estructura de costes:** con el objetivo de aprovechar al máximo los beneficios, en el menor tiempo posible, y con unos costes mínimos. La fórmula radica en el máximo valor a los clientes al mínimo coste.

| | | | | |
|---|---|--|--|---|
| <p>Aliados Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Influencers • UBER eats • Universidades • Mundo Culinario • Glovo • Proveedores de materias primas • Dueños del inmueble que va hacer arrendado  | <p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entregas a tiempo de los pedidos • Estandarización de productos y procesos • Alianzas con los proveedores • Promociones • Publicidad <p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima de calidad • Redes Sociales actualizadas • Personal capacitado • Liquides Financiera | <p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio personalizado • Materia prima de calidad • Ambiente exclusivo  | <p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Redes sociales</u> • <u>Pagina web</u> <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo en el restaurante • Pedidos para llevar y pedidos a domicilio • Pagina web y redes sociales | <p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habitantes de estrato social medio alto, alto del sector de Miravalle, Tanda, Cumbaya  |
| <p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de materia prima • Pago de nomina • Manejo de pagina web y redes sociales • Mantenimiento de equipos | | <p>Estructura de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos por venta directa de comidas y bebidas • Ingreso por servicio de eventos • Tarjetas de crédito, efectivo | | |

Figura 8 Modelo CANVAS

2 PROCESOS DEL PROYECTO ALINEADO AL ESTÁNDAR DEL PMI®- PMBOK®

2.1 Desarrollo del acta de constitución del proyecto.

Los procesos de planificación del proyecto empiezan una vez que el acta de constitución del proyecto ha sido aceptada.

| ACTA DEL PROYECTO | | |
|---|---|--------------------|
| Fecha | Nombre de Proyecto | Líder del Proyecto |
| | <i>Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito</i> | DIEGO ALBUJA |
| Objetivos del Proyecto | | |
| <p>Objetivo general:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar el plan de negocio para la apertura de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito, aplicando las buenas practicas del PMI. <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar los estándares del PMBOK 6ta edición para el desarrollo de los procesos de planificación. • Justificar financieramente la viabilidad del proyecto. • Diseñar un modelo de gestión que contenga procesos estandarizados | | |

para la apertura de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar.

Identificación de la Problemática/Oportunidad

ONO Sushi Bar es un restaurante de comida japonesa, que después de 4 años en el mercado de Quito la empresa vio la necesidad de realizar una investigación exploratoria para la apertura otra sucursal, llegando a futuro a franquiciar el negocio, ya que por la gran demanda de consumidores del restaurante, se pudo identificar que existen clientes de otros sectores, que les gustaría comprar productos ONO Sushi Bar, pero se encuentran fuera del alcance del actual restaurante ubicado en el sector de Miravalle - Cumbaya.

Justificación del Proyecto

Para ONO Sushi Bar es importante el incrementar su posición de mercado y convertirse en la empresa Top of mind dentro del sector, para lo cual es necesaria cumplir el plan estratégico alineado a los objetivos para cumplir los mismo, para lo cual se requiere un conjunto de programas y proyectos alineados a los mismos bajo un marco común que organice los componentes a fin de gestionarlos.

Necesidad del Negocio

Satisfacer las exigencias de los clientes ofreciendo servicio y productos de calidad, el proyecto integra los componentes para la consecución de los objetivos estratégicos relativos al mercado, entre los cuales podemos destacar obtener una participación de mercado del 20% en los próximos 5 años, ser la empresa top of mind dentro del sector.

Entregables del Proyecto

Desde el punto de vista de gestión del proyecto los entregables serán:

- Documentos y planes de proyectos que se esperan generar.

Desde el punto de vista técnico los entregables serán:

- Plan de negocio

Identificación de Grupos de Interés

Directos: Gerencia, altos mandos, accionistas, empleados

Indirectos: Empleados, clientes, competencia, proveedores

Riesgos Macros

1. Poca aceptación de los productos.
2. Mayor presupuesto para el proyecto
3. Inestabilidad económica
4. Competencia con el mismo producto
5. Restaurante poco amigable con el cliente.

Beneficios Colaterales

Mayor rentabilidad

Marca reconocida por su innovación

Nivel de Autoridad del Líder del Proyecto

Área de Autoridad

Decisiones de personal

Nivel de Autoridad

Medio

| | |
|--|---------------|
| Gestión de presupuesto | Medio |
| Decisiones técnicas | Medio |
| Resolución de conflictos | Alto |
| Uso de reserva de contingencia | Nulo |
| Decisión sobre recursos, materiales y equipos | Alto |
| <hr/> | |
| Supuestos | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Bases del menú ya establecido 2. Estabilidad económica 3. Personal calificado 4. Inflación baja. | |
| Restricciones | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Duración máxima 8 meses. 2. Equipo de trabajo 5 personas. 3. Subcontratación 2 empresas. 5. Los equipos deben cumplir con los estándares de calidad. | |
| Hitos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Mapeo de áreas de cocina y de comedor - Estandarización de procesos de atención al cliente - Sistema de datos del cliente | |
| Firmas de Responsabilidad | |
| Patrocinador: ONO SUSHI BAR | Firma: |

| | |
|--|---------------|
| Líder del Proyecto: DIEGO ALBUJA | Firma: |
|--|---------------|

2.2 Listado de interesados

| REGISTRO DE INTERESADOS | | |
|--------------------------------|---|----------------------------------|
| Fecha | Nombre del Proyecto | Director de Proyecto |
| | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | DIEGO ALBUJA |
| Identificación | | Interesado |
| | SK01 | Gerente General |
| | SK02 | Project Manager |
| | SK03 | Departamento de marketing |
| | SK04 | Departamento contable |
| | SK05 | Clientes |
| | SK06 | Personal Operativo |
| | SK07 | SRI |

2.3 Registro de interesados

El registro detallado con toda la información necesaria de los interesados, donde se encontrará cargo, rol dentro del proyecto, expectativas, referirse al anexo #1

2.4 Priorización y clasificación de los interesados

La clasificación de los interesados con más detalles referirse al anexo #1

| Priorización y clasificación de los interesados | | | | | | | | |
|---|--|-------|---------|------------|-------------------|----------|------------|-------------|
| VERSIÓN | | | | | 1.0 | | | |
| Fecha | Nombre del Proyecto | | | | Líder de proyecto | | | |
| | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | | | Diego Albuja | | | |
| Identificación del interesado | Nombre | Poder | Interés | Influencia | Legitimidad | Urgencia | Valoración | Prominencia |
| SK01 | Gerente general | A | A | A | A | A | PROMOTOR | DOMINANTE |
| SK02 | Project Manager | A | A | A | A | A | LATENTE | DOMINANTE |
| SK03 | Departamento de marketin | B | A | B | A | B | LATENTE | DEPENDIENTE |

| | | | | | | | | |
|------|-----------------------|---|---|---|---|---|----------|-------------|
| | g | | | | | | | |
| SK04 | Departamento contable | A | A | B | B | A | LATENTE | DEPENDIENTE |
| SK05 | Clientes | A | A | A | B | A | LATENTE | PELIGROSO |
| SK06 | Personal operativo | B | A | B | B | A | DEFENSOR | DEPENDIENTE |
| SK07 | SRI | B | B | A | B | B | LATENTE | DURMIENTE |



Figura 9 Matriz Poder / Interés



Figura 10 Modelo de Prominencia

2.5 Análisis de alternativas generales del proyecto.

Para definir el proyecto que se llevara a cabo se analizó 3 alternativas de acuerdo a 10 parámetros.

1. Explotación de la marca
2. Fortalecer el servicio al cliente
3. Explotar las ventajas nutritivas
4. Invertir en nuevos mercados
5. Crear productos nuevos
6. Mejora de productos
7. Fidelizar a clientes
8. Invertir en el desarrollo y crecimiento del establecimiento
9. Construir nuevos productos de la marca de la empresa
10. Invertir en el desarrollo personal

Alternativa 1: Creación y comercialización de salsa de anguila

Alternativa 2: Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito

Alternativa 3: Implementar un modelo de negocio de comida solo para llevar.

| Análisis de Alternativas (Proyectos) | | | | | | | | |
|--------------------------------------|---|--------|---------------|------|---------------|------|---------------|------|
| Nº | ESTRATEGIAS FODA | PESO % | Alternativa 1 | | Alternativa 2 | | Alternativa 3 | |
| | | | (1-10) | POND | (1-10) | POND | (1-10) | POND |
| 1 | Explotacion de la marca | 5% | 3 | 0,15 | 2 | 0,1 | 0 | 0 |
| 2 | Fortalecer el servicio al cliente | 3% | 0 | 0 | 3 | 0,15 | 0 | 0 |
| 3 | Explotar las ventajas nutritivas | 3% | 2 | 0,1 | 6 | 0,3 | 1 | 0,05 |
| 4 | Invertir en el nuevo mercado | 8% | 7 | 0,35 | 4 | 0,2 | 1 | 0,05 |
| 5 | Crear productos nuevos | 2% | 10 | 0,6 | 4 | 0,2 | 2 | 0,1 |
| 6 | Mejora de productos | 8% | 2 | 0,1 | 7 | 0,35 | 5 | 0,25 |
| 7 | Fidelizar a los clientes | 5% | 0 | 0,15 | 3 | 0,15 | 1 | 0,05 |
| 8 | Invertir en el desarrollo y crecimiento del establecimiento | 35% | 0 | 0 | 4 | 0,2 | 10 | 0,5 |
| 9 | Construir nuevas productos de la marca de la empresa | 6% | 2 | 0,1 | 4 | 0,2 | 1 | 0,05 |
| 10 | Invertir en el desarrollo del personal | 25% | 3 | 0,15 | 10 | 0,5 | 3 | 0,15 |
| | | 100% | | 1,7 | | 2,35 | | 1,2 |

Figura 11. Análisis de Alternativas.

Después de analizar las 3 alternativas en base a las estrategias de la empresa, la alternativa número 2 que es realizar un plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito, es la alternativa con el puntaje más alto, por esa razón hemos escogido la alternativa número 2, sin embargo, la alternativa número 1 se considerara para un futuro proyecto.

2.6 Gestión de integración del proyecto.

2.6.1 Gestión de la integración

“La gestión de la integración del Proyecto incluye los procesos y actividades para identificar, definir, combinar, unificar y coordinar los diversos procesos y actividades de dirección del proyecto dentro de los Grupos de Procesos de la Dirección de Proyectos. En el contexto de la dirección de proyectos, la integración incluye características de unificación, consolidación, comunicación e interrelación. Estas

acciones deberían aplicarse desde el inicio del proyecto hasta su conclusión” (PMI, 2018).

La integración en el proyecto “*Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito*” se realiza a nivel de proceso, los de planificación, ejecución, los de monitoreo y control, y cierre, una vez que se ha recopilado la información se analizara el contexto del proyecto para utilizar de la mejor manera los elementos.

| Área del conocimiento | Inicio | Planificación | Ejecución | Monitoreo y Control | Cierre |
|---|--|---|--|--|--------------------|
| Gestión de la Integración del Proyecto | Desarrollar el acta de constitución del proyecto | Desarrollar el plan para la dirección del proyecto | Dirigir y gestionar el trabajo del proyecto. | Monitorear y controlar el trabajo del proyecto | Cerrar el proyecto |
| | | | Gestionar el conocimiento | | |
| Gestión del Alcance del Proyecto | | Definir el alcance del proyecto mediante la creación de la EDT y su diccionario | | Validar el alcance | |
| Gestión del Cronograma del Proyecto | | Desarrollar el cronograma con base en la EDT | | Controlar el cronograma | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
| Gestión de Costos del Proyecto | | Estimar el presupuesto | | Controlar los costos | |
| Gestión de la Calidad del Proyecto | | Identificar los estándares de calidad requeridos por la organización | | Controlar la calidad mediante los estándares definidos | |
| Gestión de los Recursos del Proyecto | | Estimar la cantidad de recursos necesarios para el proyecto | Desarrollar y dirigir al equipo del proyecto | | |
| Gestión de las Comunicaciones del Proyecto | | Desarrollar un plan de comunicaciones del proyecto | | Monitorear la adecuada comunicación en el equipo del proyecto | |
| Gestión de los Riesgos del Proyecto | | Desarrollar la matriz de gestión de riesgos | En caso de ser necesario, implementar la respuesta al riesgo | | |

2.6.2 Formato de lecciones aprendidas

| PLANTILLA DE LECCIONES APRENDIDAS | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| Fecha | Nombre de Proyecto | Líder del Proyecto |
| | | |
| Entregables | Descripción | Resultado |
| - | - | - |
| - | - | - |
| - | - | - |
| 10 Mejores Prácticas | | |
| 01) | | |
| 02) | | |
| | | |
| | | |
| 10 Oportunidades de Mejora | | |
| 01) | | |
| 02) | | |
| | | |
| | | |
| Evaluación del Riesgo del Proyecto | | |
| | | |
| Patrocinador: | Firma: | |
| | | |
| Líder del Proyecto: | Firma: | |
| | | |

2.6.3 Formato de cierre administrativo

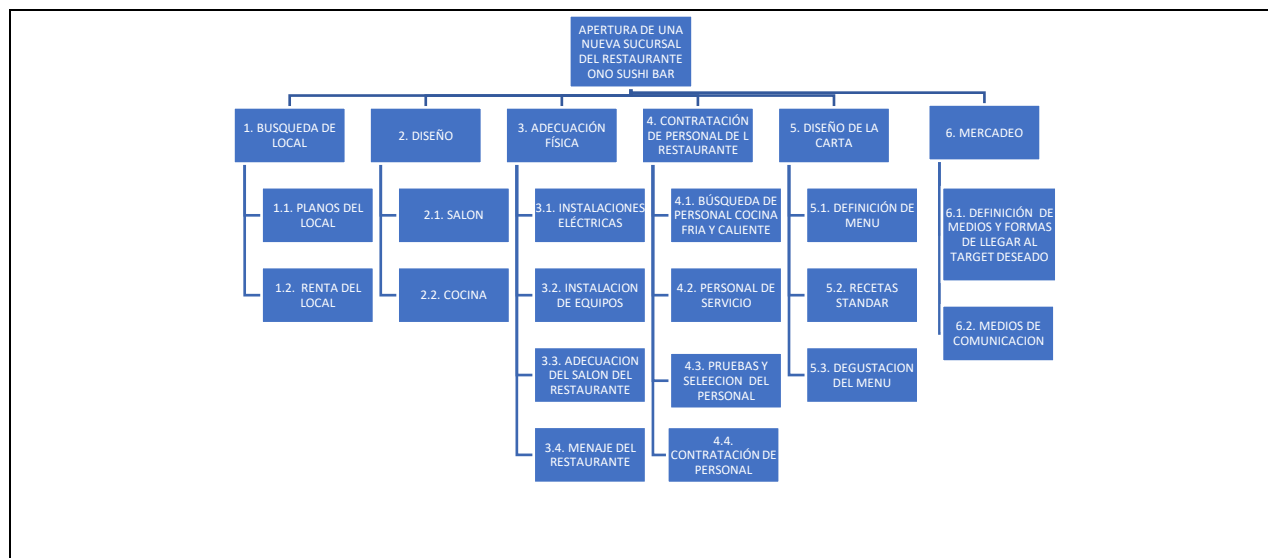
| FORMATO DE CIERRE ADMINISTRATIVO | | |
|--|---|---|
| Fecha | Nombre de Proyecto | Líder del Proyecto |
| | | |
| Cumplimiento del Triángulo de Acero | | |
| Alcance <input type="checkbox"/> Superó Objetivos Presupuest <input type="checkbox"/> Bajo o Presupuesto <input type="checkbox"/> Adelanto Cronograma <input type="checkbox"/> Adelanto | <input type="checkbox"/> Se Cumplió Objetivos <input type="checkbox"/> Conforme al BAC <input type="checkbox"/> Conforme al TAC | <input type="checkbox"/> Se Incumplió Objetivos <input type="checkbox"/> Sobre Presupuesto <input type="checkbox"/> Retraso |
| Calificación del Proyecto | | |
| <input type="checkbox"/> Exitoso | <input type="checkbox"/> Cuestionado | <input type="checkbox"/> Fallido |
| ¿Qué se Hizo Bien? | | |
| | | |
| ¿Qué se Puede Mejorar? | | |
| | | |
| Recomendaciones | | |
| | | |
| Firmas de Responsabilidad | | |
| Patrocinador: | Firma: | |
| | | |
| Líder del Proyecto: | Firma: | |
| | | |

3 DESARROLLO DE LAS ÁREAS DEL CONOCIMIENTO ALINEADO AL ESTÁNDAR DEL PMI®- PMBOK®

3.1 Planificación de la gestión del alcance, cronograma y costos

3.1.1 Plan de Gestión del Alcance

| PLAN DE GESTIÓN DEL ALCANCE | | |
|---|---|--------------------|
| Fecha | Nombre de Proyecto | Líder del Proyecto |
| | <i>Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito</i> | |
| Objetivo del Plan | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Diseñar el plan de negocio para la apertura de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito, aplicando las buenas practicas del PMI. | | |
| Estructura de Desglose del Trabajo (EDT) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> El desglose del trabajo se realizará por entregables, siete en total: recopilación de información, equipos de cocina, adecuación física, contratación de personal de cocina, diseño de la carta, plan de marketing y procesos de cocina. Se identificará los hitos y entregables en cada fase. | | |



Diccionario de la EDT

- Se elaborará una breve descripción de cada paquete de trabajo.
- Se establecerá los hitos importantes de cada paquete de trabajo.
- Se establecerán fechas tentativas de inicio y fin de cada paquete de trabajo.
- Se asignará las responsabilidades y roles de cada paquete de trabajo.
- Se establecerán los criterios de aceptación de cada paquete de trabajo

Línea Base del Alcance

- El equipo del proyecto se reunirá cada 5 días para revisar el avance del proyecto según cronograma.
- Cada 15 días habrá una reunión con el sponsor para aprobar o emitir observaciones sobre el avance del proyecto de acuerdo al cronograma.
- Cada hito y/o entregable se pondrá a consideración del sponsor para su aprobación.
- Se harán los cambios siempre y cuando cuente con el respectivo formato de solicitud de cambio, aprobado por el líder de proyecto.

Aceptación de los Entregables

- El líder de proyecto revisará y aprobará cada entregable para enviar al sponsor.
- El sponsor aprobará y/o emitirá sus observaciones.
- Una vez aprobado el entregable, si se requiere un cambio se lo realizará mediante el respectivo formato de control de cambios

3.1.1.1 Diccionario de la EDT

| Diccionario de la EDT | | | | | | | |
|------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|---|--------------|-----------|---|
| Código de paquete de trabajo | Nombre del paquete de trabajo | Objetivo del paquete de trabajo | Actividades paquete de trabajo | | Fecha inicio | Fecha fin | Criterios de aceptación |
| | | | Código de actividad | Nombre de la actividad | | | |
| 1.1. | Planos del local | El paquete de trabajo será para conocer los planos arquitectónicos del área del local para saber si existe algún inconveniente con las | 1.1.01. | Kick off Proyecto | | | <ul style="list-style-type: none"> • Los planos deben tener medidas exactas de todo el local. • Informe y mapeo de las tomas corrientes |
| | | | 1.1.02. | Describir áreas del local | | | |
| | | | 1.1.03. | Identificar conexiones existentes de electricidad | | | |

| | | | | | | |
|------|-----------------|--|---------|-------------------------------------|--|---|
| | | futuras remodelaciones para el nuevo restaurante y así obtener una representación gráfica del local. | | | | actuales del local. |
| 1.2. | Renta del local | Es este paquete se tomará en cuenta, contratos, permisos de remodelación, restricciones. | 1.2.01. | Definir Contrato | | <ul style="list-style-type: none"> • Se debe especificar términos legales de arrendamiento. |
| 2.1. | Salón | El paquete de trabajo se elabora para obtener una representación gráfica de | 2.1.01. | Realizar mapeo de lámparas | | <ul style="list-style-type: none"> • Planos con ubicación de mesas, sillas, lámparas, área de cajas, |
| | | | 2.1.02. | Realizar mapeo del área de servicio | | |

| | | | | | | |
|------|--------|--|---------|---------------------------------|--|--|
| | | toda el área e identificar las diferentes áreas dentro del salón, ubicaciones de las mesas, sillas, cajas, decoraciones. | 2.1.03. | Realizar mapeo de puntos de luz | | decoraciones, puntos de luz. |
| 2.2. | Cocina | El paquete de trabajo se elabora para obtener más claro el lugar específico de cada equipo de cocina. | 2.2.01. | Equipos de cocina | | <ul style="list-style-type: none"> • Planos con ubicación de cada equipo de cocina, neveras, refrigeradores, congeladores, freidoras, mesas de trabajo, puntos luz, |
| | | | 2.2.02. | Mapeo de equipos de cocina | | |
| | | | 2.2.03. | Puntos de desagüe | | |
| | | | 2.2.04. | Puntos de luz | | |

| | | | | | | | |
|------|--------------------------|---|---------|--|--|--|---|
| | | | | | | | puntos de desagüe. |
| 3.1. | Instalaciones eléctricas | Este paquete nos ayudara a tener más claro donde se instalarán exactamente todos los puntos de luz que sean necesarios en el restaurante. | 3.1.01. | Mapeo de puntos de luz y tomas | | | <ul style="list-style-type: none"> • El mapeo debe tener puntos exactos de todas las tomas del local. • Informe de revisión de vida útil de cables existentes |
| | | | 3.1.02. | Revisión de cables existentes | | | |
| 3.2. | Instalación de equipos | El paquete de trabajo se realiza para evaluar la funcionalidad de los equipos de cocina en el | 3.2.01. | Definir equipos de cocina | | | <ul style="list-style-type: none"> • Equipos de cocina de acuerdo a las especificaciones de calidad. • Mapeo |
| | | | 3.2.02. | Definir ubicación de los equipos de cocina | | | |
| | | | 3.2.03 | Mapear la cocina | | | |

| | | | | | | | |
|------|--|--|--------|-----------------------------------|--|--|---|
| | | restaurant e que la ubicación de cada equipo sea la correcta. | | con los equipos | | | con equipos de cocina ya instalado |
| 3.3. | Adecuaciones del salón del restaurante | El paquete de trabajo se realiza para tener con exactitud los lugares de las mesas, las sillas con sus respectivos espacios necesarios . | 3.3.01 | Mapeo de todo el salón | | | <ul style="list-style-type: none"> • Mesas y sillas de acuerdo a la medida y especificaciones técnicas. • Lámparas, baños y decoraciones de acuerdo a las especificaciones de calidad |
| 3.4. | Menaje del restaurante | En este paquete de trabajo se definirá | 3.4.01 | Definir menaje de cocina caliente | | | <ul style="list-style-type: none"> • Los menajes deben ser de |

| | | | | | | |
|------|---|---|--------|-------------------------------|--|--|
| | | el menaje que se va a utilizar en el restaurante para la atención de los comensales. | 3.4.02 | Definir menaje de cocina fría | | acuerdo a las especificaciones de calidad, tamaño, color. • El informe del menaje de cada área debe ser validado y firmado por el sponsor |
| 4.1. | Búsqueda personal de cocina fría y caliente | El paquete de trabajo se elabora para buscar las personas con el perfil requerido para el funcionamiento del restaurant | 4.1.01 | Personal cocina caliente | | • Debe elaborarse un Job descripción para cada uno de los cargos del restaurante. • El enfoque |
| | | | 4.1.02 | Personal cocina fría | | |

| | | | | | | |
|------|----------------------|--|--------|----------------------|--|--|
| | | e | | | | debe ser basado hacia el cargo y no hacia la persona. • El Job description debe ser validado y aprobado (firmado) por un representante de RRHH y el sponsor |
| 4.2. | Personal de servicio | El paquete de trabajo se elabora para buscar las personas con el perfil requerido para el funcionamiento | 4.2.01 | Personal de servicio | | • Debe elaborarse un Job description para cada uno de los cargos del restaurante. |
| | | | 4.2.02 | Cajeros | | |

| | | | | | | | |
|------|----------------------------------|--|--------|-------------------|--|--|---|
| | | ento del restaurant e | | | | | <ul style="list-style-type: none"> • El enfoque debe ser basado hacia el cargo y no hacia la persona. • El Job description debe ser validado y aprobado (firmado) por un representante de RRHH y el sponsor |
| 4.3. | Pruebas y selección del personal | El paquete de trabajo se elabora para elaborar pruebas teóricas y físicas para saber | 4.3.01 | Pruebas teóricas | | | <ul style="list-style-type: none"> • Pruebas ya establecidas por el equipo de trabajo. • Pruebas no |
| | | | 4.3.02 | Pruebas practicas | | | |

| | | | | | | |
|------|--|--|--------|----------------------|--|--|
| | | la experiencia y rendimiento de cada uno de los postulantes | | | | menores del 80% |
| 4.4. | Contratación y capacitación del personal | El paquete de trabajo se elabora para contratar el personal y capacitar | 4.4.01 | Personal de cocina | | <ul style="list-style-type: none"> Personal aceptado Informes de pruebas de cada postulante aceptado |
| | | | 4.4.02 | Personal de servicio | | |
| | | | 4.4.03 | Cajera | | |
| 5.1. | Definición del menú | El paquete de trabajos para definir el menú que se elaborara tanto en cocina caliente como en cocina fría y bebidas. | 4.5.01 | Menú cocina caliente | | <ul style="list-style-type: none"> Menú de cocina fría, entradas sushi rollos, postres. Menú de cocina caliente, entradas, sopas, platos |
| | | | 4.5.02 | Menú cocina fría | | |
| | | | 4.5.03 | Menú bebidas | | |

| | | | | | | |
|------|----------------------|--|--------|---|--|---|
| | | | | | | <p>fuerter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menú de bebidas frías, calientes y cocteles. |
| 5.2. | Recetas Estándar | El paquete de trabajo se elabora para estandarizar recetas, procesos de cocina y servicio | 5.2.01 | Estandarizar procesos de las diferentes áreas | | <ul style="list-style-type: none"> • Deben ejecutarse todos los procesos detallado en las recetas estándar. |
| 5.3. | Degustación del menú | El paquete de trabajo se elabora para capacitar a todo el personal del restaurante en la elaboración del menú. | 5.3.01 | Prueba de menú | | <ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal del restaurante debe probar los platillos • Todo el personal del restaurante debe conocer los |

| | | | | | | | |
|------|---|--|---------|--------------------------|--|--|---|
| | | | | | | | procesos de elaboración del menú. |
| 6.1. | Definición de medios y formas de llegar al target deseado | El paquete de trabajo se elabora para detallar el plan de acción para llegar al target deseado | 6.1.01 | Definir medios | | | <ul style="list-style-type: none"> •El objetivo debe ser validado, aprobado y firmado por el sponsor |
| 6.2. | Medios de comunicación | El paquete se elabora para realizar todo el plan de marketing que se va a ejecutar para el restaura. | 6.2.01. | Estrategias de marketing | | | <ul style="list-style-type: none"> •El plan debe ser aprobado y firmado por el sponsor |

3.1.2 Plan de Gestión del Cronograma

| PLAN DE GESTIÓN DEL CRONOGRAMA | | |
|--|---|---------------------------|
| FECHA | NOMBRE DEL PROYECTO | LIDER DEL PROYECTO |
| | <i>Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito</i> | DIEGO ALBUJA |
| PROCESO DE DEFINICIÓN DE ACTIVIDADES | | |
| <p>A partir de la aprobación del Scope Statement, la EDT y el Diccionario EDT se procede a realizar lo siguiente:</p> <p>Identificación y Secuenciamiento de Actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Por cada entregable definido en la EDT del proyecto se identifica cuáles son las actividades que permitirán el entregable. Para tal caso, se hará un análisis exhaustivo para obtener las actividades coherentes a los entregables, además se tendrá un código, nombre, alcance de trabajo, y responsable para cada actividad del entregable. 2. Definimos el secuenciamiento de cada entregable. 3. Realizamos la estimación de la duración (PERT) y secuenciamiento de las actividades. | | |
| PROCESO DE SECUENCIAMIENTO DE ACTIVIDADES | | |
| <p>Red del Proyecto</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definimos la Red del Proyecto en base a los entregables del proyecto. 2. Luego por separado graficamos la red del proyecto de las actividades de cada fase del proyecto. | | |
| PROCESO DE ESTIMACIÓN DE RECURSOS DE LAS ACTIVIDADES: | | |
| Estimación de Recursos y Duraciones | | |

1. Para este proceso utilizamos el formato de Estimación de Recursos y Duraciones

PROCESO DE ESTIMACIÓN DE DURACIÓN DE LAS ACTIVIDADES:

El proceso de estimación de la duración de las actividades se define de acuerdo al tipo de recurso asignado a la actividad:

1. Si el recurso es tipo personal, estimamos la duración y calculamos el trabajo que tomará realizar la actividad.
2. En cambio si el tipo de recurso es material, se define la cantidad que se utilizará para realizar la actividad.

PROCESO DE DESARROLLO DEL CRONOGRAMA:

En base a los siguientes documentos:

1. Identificación y Secuenciamiento de Actividades.
2. Diagrama de Red del Proyecto (Ruta Crítica)
3. Estimación de Recursos y Duraciones.

Se obtiene toda la información necesaria para elaborar el cronograma del proyecto, mediante la herramienta de Microsoft Project, realizando los siguientes pasos:

- Exportar los entregables del proyecto.
- Ingresar las actividades de los entregables del proyecto.
- Ingresar los hitos.
- Definir el calendario del proyecto.
- Asignar los recursos de las actividades del proyecto.
- Secuenciar las actividades y los entregables del proyecto.

El Cronograma será enviado al Sponsor, el cual debe aprobar el documento para continuar con el desarrollo del proyecto.

3.1.3 Listado y secuenciamiento de actividades

Para el detalle completo de las actividades referirse al anexo #2 del presente trabajo.

3.1.4 Cronograma

El cronograma del proyecto referirse a los anexos #3

3.1.5 Plan de Gestión de los costos.

| PLAN DE GESTIÓN DE COSTOS | | |
|-------------------------------------|--|---|
| FECHA | NOMBRE DEL PROYECTO | LIDER DE PROYECTO |
| | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | DIEGO ALBUJA |
| TIPO DE ESTIMACIÓN DE COSTOS | | |
| TIPO DE ESTIMACIÓN | MODO DE FORMULACIÓN | NIVEL DE PRECISIÓN |
| Presupuesto | Estimación análoga | Indicador del costo |
| UNIDADES DE MEDIDA | | |
| Tipo de recurso | Unidades de medida | |
| Personal | costo/hora | |
| Recurso material consumible | Unidades | |
| Recurso material no consumible | Unidades | |
| UMBRALES DE CONTROL | | |
| ALCANCE | VARIACIÓN PERMITIDA | ACCIÓN A TOMAR SI EXCEDE EL UMBRAL |
| | +/-5% de variación | Determinar las causas |
| VALOR GANADO | | |
| TIPO DE PRONÓSTICO | FÓRMULA | MODO |

| | | |
|---|---|---|
| EAC | AC+(BAC-EC) /CPI | Informe de desempeño mensual del proyecto |
| NIVELES DE ESTIMACIÓN | | |
| Orden de magnitud | | Por fase |
| Presupuesto | | Por actividad |
| Definitiva | | Por actividad |
| PROCESO DE GESTIÓN DE COSTOS | | |
| Los costos del proyecto se estimaron con base a la estimación de tres valores, se considera como valor proyectado el resultado de la estimación, el presupuesto es aprobado por el Sponsor y revisado por el PM. | | |
| FORMATOS DE GESTIÓN DE COSTOS | | |
| Plan de gestión de costos | Documento donde se registra el coste del proyecto | |
| Línea base de costos | Línea base de costos del proyecto, no incluye reservas | |
| Costeo del proyecto | Informe que detalla los costos de cada actividad del proyecto | |
| Presupuesto por entregable y actividad | Presupuesto del proyecto por cada entregable y actividad | |
| SISTEMA DE CONTROL DE COSTOS | | |
| Cada responsable del proyecto deberá remitir un informe de estado de avance y cumplimiento de los costos, la variación permitida en los costos es de +/-5%, en el caso de que exceda del umbral permitido e deberá analizar las causas y so se aprobará el ajuste previa autorización del Sponsor | | |

3.1.6 Estimación de costos

Las estimaciones de costos se clasifico entre recursos humanos y recursos materiales, para ver con más detalle referirse al anexo #5 del prese te trabajo.

3.1.6.1 Base de estimaciones de costos

| BASE DE LAS ESTIMACIONES DE COSTOS | | | |
|---|---------------|---------------------------|--|
| VERSIÓN | | 1.0 | |
| Fecha | | Líder del Proyecto | |
| Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | DIEGO ALBUJA | |
| Recursos humanos | | | |
| Recurso | Unidad | Costo | Base estimación |
| PM | Horas/Hombre | 8,33 | Valor propuesto de servicio PM |
| Arquitecto | Horas/Hombre | 8,00 | Remuneración mensual del colaborador dada por RRHH dividida para 30 días y 8 horas de acuerdo a lo indicado por la ley |
| Electricista | Horas/Hombre | 3,00 | Remuneración mensual del colaborador dada por RRHH dividida para 30 días y 8 horas de acuerdo a lo indicado por la ley |
| Chef | Horas/Hombre | 4,00 | Remuneración mensual del colaborador dada por RRHH dividida para 30 días y 8 horas de acuerdo a lo indicado por la ley |
| Capitán de servicio | Horas/Hombre | 3,00 | Remuneración mensual del colaborador dada por RRHH dividida para 30 días y 8 horas de acuerdo a lo indicado por la ley |
| Contadora | Horas/Hombre | 6,00 | Remuneración mensual del colaborador dada por RRHH dividida para 30 días y 8 horas de acuerdo a lo indicado por la ley |
| Marketing | Horas/Hombre | 4,00 | Remuneración mensual del colaborador dada por RRHH dividida para 30 días y 8 horas de |

| | | | acuerdo a lo indicado por la ley |
|----------------------------|--------------|--------|--|
| Abogado | Horas/Hombre | 8,00 | Remuneración mensual del colaborador dada por RRHH dividida para 30 días y 8 horas de acuerdo a lo indicado por la ley |
| Gerente General | Horas/Hombre | 12,00 | Remuneración mensual del colaborador dada por RRHH dividida para 30 días y 8 horas de acuerdo a lo indicado por la ley |
| Recursos materiales | | | |
| Recurso | Unidad | Costo | Base estimación |
| hojas bolígrafos | 20 | 1,50 | Proforma proveedor calificado |
| Ingredientes menú | kilos | 600,00 | Proforma proveedor calificado |
| Hojas impresas | unidades | 0,05 | Proforma proveedor calificado |

3.1.6.2 Presupuesto del proyecto

| Presupuesto del proyecto por cuenta de control | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------|---------------------------|--------------|-----------------------------------|
| VERSIÓN | | | 1.0 | | |
| NOMBRE DEL PROYECTO | | | DIRECTOR DE PROYECTO | | |
| Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | | DIEGO ALBUJA | | |
| Cuenta de control | Nombre cuenta de control | Paquete de trabajo | Nombre paquete de control | Monto (US\$) | Margen de contingencia- 5% (US\$) |
| 1 | Búsqueda de local | 1.1. | Planos del local | 400,00 | 20,00 |
| | | 1.2. | Garantía del local | 4.500,00 | 225,00 |

| | | | | | |
|--------------|--|------|---|------------------|-----------------|
| TOTAL | | | | 4.900,00 | 245,00 |
| 2 | Diseño | 2.1. | Salón | 1.500,00 | 75,00 |
| | | 2.2. | Cocina | 1.000,00 | 50,00 |
| TOTAL | | | | 2.500,00 | 125,00 |
| 3 | Adecuación Física | 3.1. | Instalaciones eléctricas | 800,00 | 40,00 |
| | | 3.2. | Instalaciones de equipos | 25.000,00 | 1.250,00 |
| | | 3.3. | Adecuaciones del salón del restaurante | 5.000,00 | 250,00 |
| | | 3.4. | Menaje del restaurante | 3.000,00 | 150,00 |
| TOTAL | | | | 33.800,00 | 1.690,00 |
| 4 | Contratación de personal del restaurante | 4.1. | Búsqueda de personal cocina caliente y fría | 1.600,00 | 80,00 |
| | | 4.2. | Personal de servicio | 800,00 | 40,00 |
| | | 4.3. | Pruebas y selección del personal | 1.000,00 | 50,00 |
| | | 4.4. | Contratación del personal | 800,00 | 40,00 |
| TOTAL | | | | 4.200,00 | 210,00 |
| 5 | Diseño de la carta | 5.1. | Definición de menú | 500,00 | 25,00 |
| | | 5.2. | Recetas estándar | 1.057,52 | 52,88 |
| | | 5.3. | Degustación menú | 2.500,00 | 125,00 |
| TOTAL | | | | 4.057,52 | 202,88 |

| | | | | | |
|--|-------------------|------|--------------------------------------|------------------|---------------|
| 6 | Plan de marketing | 6.1. | Definición de objetivos del mercadeo | 1.500,00 | 75,00 |
| | | 6.2. | Elaboración del plan de mercadeo | 2.500,00 | 125,00 |
| TOTAL | | | | 4.000,00 | 200,00 |
| Línea base y presupuesto del proyecto | | | | | |
| Total, Cuentas de control (Σ Cuentas de control) | | | | 53.457,52 | |
| Reserva de contingencia (Σ Contingencia por cuenta de control) | | | | 2.672,88 | |
| Línea base (Proyecto + Contingencia) | | | | 56.130,40 | |
| Reserva de gestión (10% de la línea base) | | | | 5.345,75 | |
| PRESUPUESTO DEL PROYECTO (LÍNEA BASE + RESERVA DE GESTIÓN) | | | | 61.476,15 | |

3.2 Planificación de la gestión de la calidad, los recursos y las comunicaciones

3.2.1 Plan de Gestión de la calidad

| PLAN DE GESTIÓN DE CALIDAD | |
|---|---------------------------|
| NOMBRE DEL PROYECTO | LIDER DEL PROYECTO |
| <i>Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito</i> | DIEGO ALBUJA |
| POLÍTICA DE CALIDAD DEL PROYECTO | |
| El presente proyecto deberá cumplir con la entrega de los entregables en el tiempo | |

acordado, respetando el alcance dispuesto y sin exceder del presupuesto acordado, cualquier cambio deberá ser aprobado por el Sponsor y debidamente justificado.

LÍNEA BASE DE CALIDAD DEL PROYECTO

| FACTOR DE CALIDAD RELEVANTE | OBJETIVO DE CALIDAD | MÉTRICA A UTILIZAR | FRECUENCIA Y MOMENTO DE MEDICIÓN | FRECUENCIA Y MOMENTO DE REPORTE |
|-------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---|
| Desempeño del proyecto | CPI \geq 90% | CPI = Cost performance Índice | Frecuencia mensual | Frecuencia mensual Reporte el primer lunes de cada mes |
| Desempeño del proyecto | SPI \geq 90% | SPI = Schedule performance Índice | Frecuencia mensual | Frecuencia mensual Reporte el primer lunes de cada mes |
| Satisfacción del cliente con al APP | Nivel de la satisfacción \geq 4 | Nivel de satisfacción = promedio | Frecuencia mensual | Frecuencia mensual Reporte el primer lunes de cada mes |

PLAN DE MEJORA DE PROCESOS

Cada vez que sea necesario mejorar un proceso, el equipo deberá seguir los siguientes pasos:

1. Indicar el proceso a cambiar
2. Determinar si existe una oportunidad de mejora
3. Levantar información sobre el proceso a analizar
4. Analizar la información levantada
5. Identificar las acciones de mejora o correctivas a aplicar
6. Aplicar las opciones descritas en el punto 5

7. Verificar la efectividad de las acciones implementadas

8. Estandarizar el proceso

| MATRIZ DE ACTIVIDADES DE CALIDAD | | | | |
|---|--------------------------------------|--|----------------------------------|-------------------------------|
| CÓDIGO | ENTREGABLE | ESTANDAR O NORMA DE CALIDAD APLICABLE | ACTIVIDADES DE PREVENCIÓN | ACTIVIDADES DE CONTROL |
| 1.1.1 | Información de la industria | Satisfacción del cliente | | Aprobación Sponsor |
| 1.1.2 | Registros legales | Estándar de recopilación de información | Revisión de estándar | Aprobación Sponsor |
| 1.2.1 | Cotizaciones | Estándar de recopilación de información | Revisión de estándar | Aprobación Sponsor |
| 1.2.2 | Análisis de cotizaciones | Estándar de recopilación de información | Revisión de estándar | Aprobación Sponsor |
| 1.3.1 | Instalaciones eléctricas | Estándar de recopilación de información | Revisión de estándar | Aprobación Sponsor |
| 1.3.2 | instalación de equipos | Metodología equipo de proyectos | Revisión de formato exigido | Aprobación Sponsor /equipo |
| 1.3.3 | Adecuación del salón del restaurante | Formato exigido | Revisión de formato exigido | Aprobación Sponsor /equipo |
| 1.3.4 | Menaje del restaurante | Formato exigido | Revisión de formato exigido | Aprobación Sponsor /equipo |
| 1.4.1 | Personal del restaurante | Formato exigido | Revisión de formato exigido | Aprobación Sponsor |

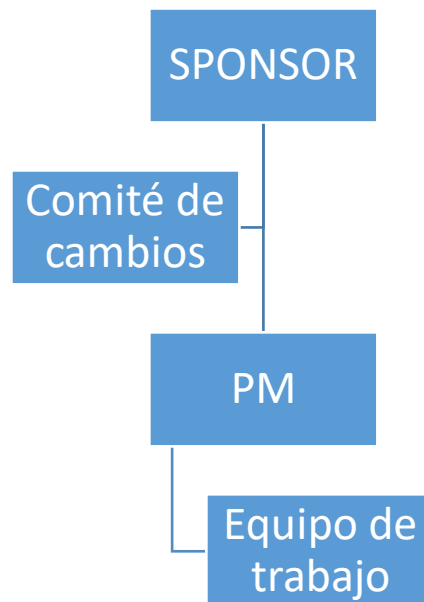
| | | | | |
|-----|--------------------|-----------------|-----------------------------|----------------------------|
| | | | | /equipo |
| 1.5 | Diseño de la carta | Formato exigido | Revisión de formato exigido | Aprobación Sponsor /equipo |
| 1.6 | Plan de marketing | Formato exigido | Revisión de formato exigido | Aprobación Sponsor /equipo |
| 1.7 | Procesos de cocina | Formato exigido | Revisión de estándar | Aprobación Sponsor /equipo |

ROLES DE GESTIÓN DE CALIDAD

| | | |
|-------------------------------|------------------------------------|--|
| Rol 1. Sponsor | Objetivos del rol | Responsable de garantizar los niveles finales de calidad del proyecto |
| | Funciones del rol | Revisar, aprobar y establecer acciones correctivas |
| | Niveles de autoridad | Renegociar |
| | Reporta a | Directorio |
| | Supervisa a | PM |
| | Requisitos de conocimientos | Conocimientos básicos en administración de proyectos, información en tecnología |
| | Requisitos de habilidades | Liderazgo, comunicación, motivación, manejo de equipos |
| Rol 2. Project Manager | Objetivos del rol | Responsable de gestionar la calidad |
| | Funciones del rol | Revisar, gestionar, administrar, determinar e implementar acciones correctivas, establecer |

| | | |
|---------------------------------|------------------------------------|--|
| | | reproceso |
| | Niveles de autoridad | Exigir cumplimiento en los entregables dispuestos |
| | Reporta a | Sponsor |
| | Supervisa a | Equipo |
| | Requisitos de conocimientos | Conocimientos en administración de proyectos, manejo de los criterios del PMI, diseño de proyectos |
| | Requisitos de habilidades | Manejo de equipos, comunicación, negociación |
| Rol 3. Equipo de trabajo | Objetivos del rol | Responsables de ejecutar las acciones |
| | Funciones del rol | Ejecutar las acciones dispuestas para el desarrollo del proyecto |
| | Niveles de autoridad | Aplicar los recursos asignados |
| | Reporta a | PM |
| | Supervisa a | |
| | Requisitos de conocimientos | Conocimiento en proyectos |
| | Requisitos de habilidades | Específicas con base en los entregables del proyecto |

ORGANIZACIÓN PARA LA CALIDAD DEL PROYECTO



DOCUMENTOS NORMATIVOS DE CALIDAD

| | |
|-----------------------|-------------------------------|
| PROCEDIMIENTOS | 1. Mejora de procesos |
| | 2. Corrección de errores |
| | 3. Auditorías |
| | 4. Reuniones |
| PLANTILLAS | 1. Indicadores |
| | 2. Plan de gestión de calidad |
| FORMATOS | 1. Indicadores |
| | 2. Línea base de calidad |
| | 3. Plan de gestión de calidad |

PROCESO DE GESTIÓN DE CALIDAD

| | |
|---------------------------------|---|
| ASEGURAMIENTO DE CALIDAD | Con la finalidad de garantizar la calidad del proyecto, se mantendrá 5 reuniones mensuales con el Sponsor, con la finalidad de presentar los productos finales acorde a sus requerimientos y realizar las correcciones respectivas; de igual manera se mantendrán reuniones permanentes con el equipo de trabajo con la finalidad de adaptar, corregir e identificar potenciales riesgos durante la ejecución del proyecto que afecten a la calidad |
| CONTROL DE CALIDAD | Se realizará un monitoreo semanal y al cierre de cada entregable, con la finalidad de garantizar que cumplan con los estándares de calidad dispuestos |
| MEJORA DE | Cuando se requiera mejorar un proceso se deben seguir los |

| | |
|-----------------|---|
| PROCESOS | <p>siguientes pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Indicar el proceso a cambiar 2. Determinar si existe una oportunidad de mejora 3. Levantar información sobre el proceso a analizar 4. Analizar la información levantada 5. Identificar las acciones de mejora o correctivas a aplicar 6. Aplicar las opciones descritas en el punto 5 7. Verificar la efectividad de las acciones implementadas 8. Estandarizar el proceso |
|-----------------|---|

3.2.2 Plan de Gestión de los Recursos.

| PLAN DE GESTIÓN DE RECURSOS | |
|---|----------------------------|
| NOMBRE DEL PROYECTO | LIDER DE PROYECTO |
| Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | Diego Albuja |
| Enfoque para la identificación de recursos | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Dada la naturaleza del proyecto los recursos se clasificarán en humanos y materiales, mismos que se dividirán en sub categorías (referirse a la estructura desglosada de recursos) • El proyecto no contempla maquinaria. • Los recursos se identificarán a nivel actividad. • La estimación de recursos se realizará mediante técnica botón up. • Para la identificación del recurso humano se utilizará la codificación de cada uno existente dentro de la empresa. | |
| Enfoque para la cuantificación y adquisición de recursos | |
| Recursos humanos | Recursos materiales |

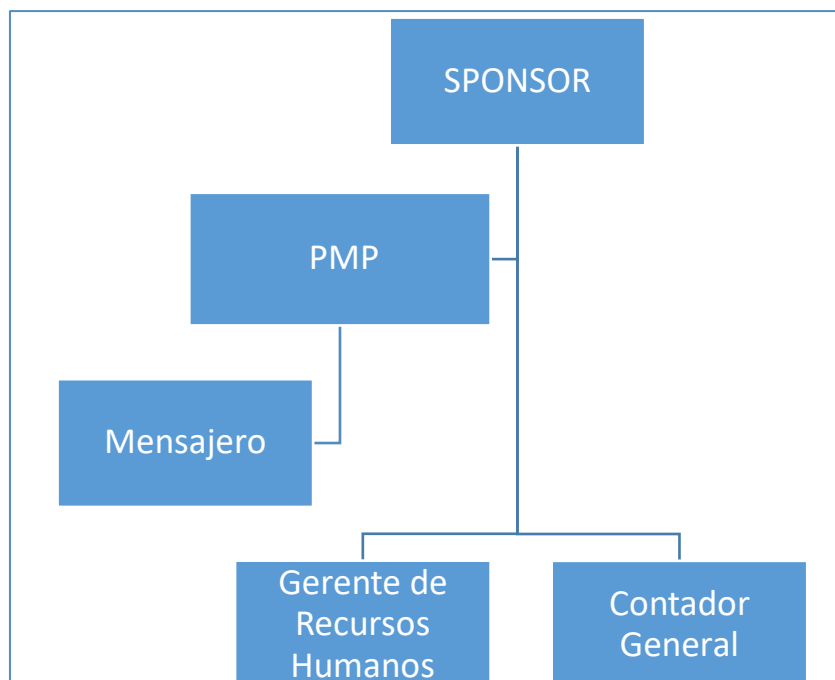
| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Los recursos humanos provendrán de la misma empresa ONO SUSH. BAR, a excepción de aquellos que requieran de un profesional especializado en servicios ajenos a la empresa. • El recurso humano se cuantificará por horas de trabajo requeridas | <ul style="list-style-type: none"> • Los recursos materiales se considerarán para la estimación cuando sean de requerimiento exclusivo del proyecto y no existan dentro de los activos de la empresa. • Aquellos materiales que existan en los libros de la empresa como activo no se considerarán para la estimación de recursos |
|---|---|

Roles y responsabilidades

| Rol | Autoridad | Responsabilidad | Competencias |
|---------------------------|---|--|--|
| Gerente General (Sponsor) | <ul style="list-style-type: none"> • Máxima autoridad en el proyecto | <ul style="list-style-type: none"> • Aprobar líneas bases y entregables del proyecto • Liberar recursos humanos para el proyecto | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del negocio |
| Project Manager (PMP) | <ul style="list-style-type: none"> • Reporta a SPONSOR | <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y gestionar equipo de proyecto • Monitorear y controlar proyecto • Nexo entre sponsor y equipo de proyecto • Entregar líneas bases y entregables al sponsor para su validación y aprobación | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento Project management • Manejo de habilidades blandas • Manejo de conflictos • Escucha activa |

| | | | |
|--------------------------|--|---|--|
| Gerente Recursos humanos | <ul style="list-style-type: none"> • Reporta a gerente | <ul style="list-style-type: none"> • Validación entregables de actividades con afección a RRHH (Roles de trabajo, calendario de trabajo, programas de reconocimiento, contratos, etc.) • Liberación recursos humanos del departamento de RRHH • Otorgar acceso a información de RRHH | Conocimiento funciones del departamento |
| Contador general | <ul style="list-style-type: none"> • Reporta a gerente y a PM | <ul style="list-style-type: none"> • Validar actividades donde se requiera • Entrega de información al PM | Conocimiento funciones del departamento |
| Mensajero | <ul style="list-style-type: none"> • Reporte a PM | <ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar actividades solicitadas por PM | <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo bajo presión • Buena comunicación |

Organigrama del proyecto



| Definición | Adquisición | Gestión | Liberación |
|---|---|---|--|
| Recursos internos primarios: Miembros actuales del restaurante ONO SUSHI BAR, tienen una participación permanente y recurrente en el proyecto. | Desde el inicio del proyecto se vincularán al mismo | Su primera línea de reporte es el PM y a través de este se reporta al sponsor | Una vez finalizado el proyecto, los recursos se enfocarán únicamente en la operación |
| Recursos internos secundarios: Miembros actuales de la empresa con participación en actividades | Se vinculan al proyecto en las actividades que se requiera su presencia | En las actividades que se ven involucrados su reporte es hacia el PM | Una vez finalizada, validada y aprobada su actividad quedan |

| | | | |
|--|---|---|---|
| específicas dentro del proyecto- Gerente RRHH, Contador General | | | liberados |
| Recursos externos: Personal ajeno a la empresa ONO SUSHI BAR | Se vinculan al proyecto por medio de la prestación de servicios profesionales por medio de un contrato vinculante | Se gestionan a través de lo indicado en el contrato de prestación de servicio | Una vez culminado el alcance determinado en su contrato |

3.2.3 Plan de Gestión de las comunicaciones

| PLAN DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES | |
|--|--|
| NOMBRE DEL PROYECTO | LIDER DEL PROYECTO |
| Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | DIEGO ALBUJA |
| Requerimientos de comunicación | |
| Interesado | Requerimiento (s) |
| (Sponsor) | Obtener conocimiento permanente del avance del proyecto |
| | Emitir observaciones sobre los entregables previo a la aprobación de un entregable |
| PM (Project manager) | Entregar directrices al equipo para ejecutar proyecto |

| | |
|--|--|
| | Comunicar rendimiento de las líneas bases al equipo y al sponsor |
| | Entregar información al sponsor sobre estado y proyecciones del proyecto |
| | Nexo de comunicación entre el equipo de proyecto y el sponsor |
| Equipo del proyecto | Recibir información y órdenes para ejecutar las actividades |
| | Recibir conocimiento y capacitación |
| | Entregar información sobre las actividades ejecutadas |
| | Informar desviaciones en las líneas bases |
| | Proponer mejoras en la calidad |
| Clientes | Atención inmediata de sus requerimientos |
| | Conocer acerca del nuevo restaurante |
| | Obtener información sobre las nuevas instalaciones, menú, servicios |
| Enfoque para la gestión de comunicaciones | |
| Todas las comunicaciones se realizarán en idioma castellano. | |
| Terminología en el idioma japonés deberá estar contenida en el glosario de términos del presente plan. | |

| |
|--|
| Las comunicaciones tendrán un enfoque por fase del proyecto. |
| La matriz de comunicaciones deberá contener los siguientes ítems i) Información ii) Contenido iii) Formato iv) Nivel de detalle v) Responsable (emisor) vi) Receptor vii) Medio viii) Frecuencia |
| El sponsor será quien dará autorización para la distribución de información a interesados fuera del equipo de proyecto |
| Proceso para escalamiento |
| Para cualquier tipo de issue, problema o polémica en la que exista discordia, el proceso de escalamiento será: |
| En primera instancia el equipo de proyecto tratará de resolver el issue |
| Si no hay solución el issue se escala para tratar de ser solventado por el PM |
| En caso de continuar el issue, se escalará el mismo al sponsor |
| Métodos de transmisión de la información |
| Los métodos de transmisión de información oficiales del proyecto serán: Correo electrónico Documentos físicos Skype, el cual solo podrá usarse para solicitud de apoyo entre miembros del equipo de proyecto, recordatorios etc. Para solicitudes de trabajo, información deberá usarse cualquiera de los medios detallados en los puntos anteriores WhatsApp entre el sponsor y el PM, para requerimientos se deberá formalizar los mismos mediante cualquiera de los dos primeros puntos de este apartado El fin de manejar estos canales de comunicación es dejar constancia tangible y oficial de la solicitud de información o de requerimientos |
| Enfoque para reuniones |
| Para llevar a cabo reuniones se deberá realizar el siguiente procedimiento: • Identificar la necesidad de la reunión. Caso contrario utilizar otro medio de |

comunicación

- Determinar agenda
- determinar participantes
- Determina fecha, hora y lugar
- Convocar asistentes
- Asignar roles
- Puntualidad
- Acta de la reunión al finalizar la misma

La convocatoria a las reuniones debe enviarse con mínimo de 12 horas de anticipación vía documento oficial el cual será responsabilidad del PM, así como también será su responsabilidad el confirmar la asistencia.

En el caso de las minutas de las reuniones estas serán elaboradas por el PM una vez finalizadas las reuniones y serán enviadas al sponsor en un plazo máximo de 24 horas, no habrá revisión de las mismas por parte del equipo del proyecto. El sponsor tiene 24 horas para emitir observaciones al acta, caso contrario se da por aceptada y archivada.

Restricciones y supuestos dentro de las comunicaciones

| Restricciones | Supuestos |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Las comunicaciones deben realizarse en horario laboral considerando el horario de cada miembro del equipo de proyecto | <ul style="list-style-type: none"> • Todos los interesados internos de la organización disponen de correo institucional y WhatsApp |
| <ul style="list-style-type: none"> • Autorización del sponsor para difusión de información para personal ajeno al proyecto | <ul style="list-style-type: none"> • Todo el interesado externo tiene dirección de correo electrónico y WhatsApp |

3.2.4 Matriz de comunicaciones

La matriz de comunicaciones es un alcance al plan de gestión de comunicaciones debido a que proporciona información sobre qué tipo de data se comunicará, para el detalle completo referirse al anexo #6.

3.2.5 Registro de incidentes

| REGISTRO DE INCIDENTES | | | | | |
|------------------------|--------|--------------------|------------------------|-------------|---|
| Fecha | | Nombre de Proyecto | | | Líder del Proyecto |
| | | | | | |
| ID | ID EDT | Descripción | Impacto en Objetivo(s) | Responsable | Estatus |
| INO 1 | | - | - | | <input type="checkbox"/> Resuelto <input type="checkbox"/> Pendiente |
| | | - | - | | <input type="checkbox"/> Resuelto <input type="checkbox"/> Pendiente |
| | | - | - | | <input type="checkbox"/> Resuelto <input type="checkbox"/> Pendiente |

3.3 Desarrollar la planificación de la gestión de riesgos.

| PLAN DE GESTIÓN DEL RIESGO | | |
|----------------------------|--|--------------------|
| Fecha | Nombre de Proyecto | Líder del Proyecto |
| | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la | DIEGO ALBUJA |

| | | |
|---|-----------------|--|
| | ciudad de Quito | |
| Estrategia | | |
| <p>El proceso para la gestión de riesgos será:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Planificar la gestión de riesgosb) Identificación de riesgosc) Análisis cualitativod) Planificar la respuestae) Implementar respuesta al riesgo <p>Se identificarán los riesgos negativos y positivos es decir amenazas y oportunidades</p> <p>Se manejará un enfoque estructurado para medir, evaluar y controlar la incertidumbre generada por los riesgos.</p> <p>Se usará una matriz de probabilidad impacto determinados cada uno en una escala del 1 al 6 que será</p> <ul style="list-style-type: none">a) 6= muy altob) 5=Altoc) 4 = moderadod) 3= Bajoe) 2= muy bajof) 6 = Indiferente <p>La matriz probabilidad X impacto se usará para priorizar los riesgos y adoptar las respuestas a los mismos.</p> <p>Riesgos con un resultado de probabilidad X impacto pasarán al plan de respuestas a riesgo ya que necesitan una acción proactiva en caso de ocurrencia.</p> | | |

La priorización clasificación para la matriz de probabilidad e impacto serán

- a) Eliminar/ explotar
- b) Gestión proactiva
- c) Gestión reactiva
- d) Ignorar/ aceptar

Las estrategias a manejar para amenazas serán

- a) Evitar
- b) Mitigar
- c) Transferir
- d) Acepta

Las estrategias a manejar para oportunidades serán

- a) Explotar
- b) Mejorar
- c) Compartir
- d) Aceptar

El control y monitoreo de los riesgos se realizará a lo largo del proyecto

Cada vez que se implemente una respuesta a un riesgo presentado se debe actualizar la gestión de riesgo

Metodología

| Proceso | Descripción | Herramienta | Fuente |
|---------|-------------|-------------|--------|
|---------|-------------|-------------|--------|

| | | | | |
|---------------------------------------|---|---|--|--|
| Planificación de gestión de riesgos | Elaboración del plan de gestión de riesgos | <ul style="list-style-type: none"> • Juicio de expertos • Reuniones • Análisis de datos | <ul style="list-style-type: none"> • PM | |
| Identificación de riesgos | Identificación y registro de los riesgos que pueden tener un impacto en el proyecto | <ul style="list-style-type: none"> • Juicio de expertos • Reuniones • Lluvia de ideas | <ul style="list-style-type: none"> • PM • Equipo del proyecto • Sponsor • Usuarios | |
| Análisis cualitativo de riesgos | Evaluar probabilidad, impacto y priorizar los riesgos identificados | <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de riesgos • Priorización de riesgos • RBS <p>Matriz de probabilidad e impacto</p> | <ul style="list-style-type: none"> • PM • Equipo de proyecto • Sponsor | |
| Planificación de respuesta de riesgos | Planificar la ejecución de la respuesta a riesgos | <ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones | <ul style="list-style-type: none"> • PM • Sponsor | |
| Implementar la respuesta a riesgos | Ejecución de las respuestas ante la ocurrencia de un riesgo | <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de información para la dirección de proyecto | <ul style="list-style-type: none"> • PM | |

| | | | |
|----------------------------------|--|--------------|-----------|
| Seguimiento y control de riesgos | Monitoreo de la ocurrencia de riesgos y verificar la ejecución de las respectivas respuestas | • Auditorías | • Sponsor |
|----------------------------------|--|--------------|-----------|

Roles y Responsabilidades

El equipo de gestión de riesgos estará conformado de la siguiente manera:

Sponsor

PM

Equipo de trabajo

Chef de cocina caliente

Chef de cocina fría

| PROCESOS IMPORTANTES | SPONSOR | PROJEC T MANA GER | EQUIP O DE TRABA JO | CHEF COCIN A CALIE NTE | CHEF COCIN A FRIA |
|--|----------|----------------------------|------------------------------|------------------------------------|-------------------------|
| Producir y mantener el Plan de gestión del Riesgo | C | A | R | A | A |
| Facilitar los procesos del riesgo (Workshops, entrevistas, reuniones de revisión de riesgos, etc.) | | A | R | A | A |
| Identificar riesgos | R | R | A | R | R |

| | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| Valorar riesgos | | R | A | I | I |
| Desarrollar respuestas | | A | C | R | R |
| Implementar respuestas | | R | A | I | I |
| Reportar progreso de las acciones (riesgos individuales) | | R | | C | C |
| Producir y mantener el registro de riesgos | | I | R | C | C |
| Producir y mantener los reportes de riesgos | I | A | R | I | I |
| R = RESPONSABLE A = APRUEBA C = CONTRIBUYENTE I = INFORMA | | | | | |

Financiamiento

Los recursos para las actividades relativas a riesgos se financiarán de las reservas de la misma empresa.

El coste de los riesgos identificados se realizará mediante técnica botón up.

Por políticas internas de la organización las reservas de contingencia corresponden al 10% del valor calculado para cada actividad.

La solicitud de desembolso de reserva de contingencia empezará con una solicitud del PM una vez que haya identificado el disparador del riesgo.

El sponsor deberá autorizar el desembolso del dinero.

Para la solicitud de desembolso de la reserva de gestión el PM deberá realizar la solicitud una vez que se presenta una situación imprevista.

El sponsor debe aprobar el desembolso previa justificación del PM

Calendario

| <i>Enfoque</i> | <i>Cuando</i> | <i>Acciones</i> | <i>Frecuencia</i> |
|-------------------------------------|--|--|---|
| Planificación de gestión de riesgos | Inició del proyecto, posterior a la aceptación del Project charter | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar sesiones de design thinking con el equipo de proyecto a fin de realizar la planificación de la gestión de riesgos. • Realizar una reunión con el sponsor a fin de pulir el plan de gestión de riesgos y validar el mismo | <ul style="list-style-type: none"> • Una vez • Actualización cada vez que se identifique un riesgo nuevo o que se implemente una respuesta |
| Identificación de riesgos | <ul style="list-style-type: none"> • Inicio del proyecto • Reuniones semanales entre equipo y PM | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de seguimiento semanales entre PM y equipo, y quincenales entre PM y | <ul style="list-style-type: none"> • Semanalmente • Actualización cada vez que se identifique un riesgo nuevo o que se implemente una respuesta |

| | | | | |
|--|---------------------------------|---|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones cada 10 días entre PM y Sponsor | <p>sponsor, donde se hará un check list de riesgos y en caso de que se hayan identificado nuevos riesgos se actualizará el registro de los mismos</p> | |
| | Análisis cualitativo de riesgos | <ul style="list-style-type: none"> • Inicio del proyecto • Reuniones semanales entre equipo y PM • Reuniones cada 10 días entre PM y Sponsor | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de seguimiento semanales entre PM y equipo, y quincenales entre PM y sponsor, para evaluar el análisis cualitativo de riesgos y la priorización de los mismos a fin de actualizarlos en caso de ser necesarios | <ul style="list-style-type: none"> • Semanalmente • Actualización cada vez que se identifique un riesgo nuevo o que se implemente una respuesta |

| | | | | | |
|--|---------------------------------------|---|--|---|--|
| | Planificación de respuesta de riesgos | <ul style="list-style-type: none"> • Inicio del proyecto • Reuniones semanales entre equipo y PM • Reuniones cada 10 días entre PM y Sponsor | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar sesiones de design thinking con el equipo de proyecto a fin de realizar la planificación de respuesta de riesgos priorizados • Realizar una reunión con el sponsor a fin de validar el plan de respuestas de riesgos | <ul style="list-style-type: none"> • Semanalmente • Actualización cada vez que se identifique un riesgo nuevo o que se implemente una respuesta | |
| | Implementar la respuesta a riesgos | <ul style="list-style-type: none"> • Una vez detectado el disparador del riesgo | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de seguimiento semanales entre PM y equipo, y quincenales entre PM y sponsor, a fin de determinar si ocurrieron los disparadores | <ul style="list-style-type: none"> • Semanalmente • Actualización cada vez que se identifique un riesgo nuevo o que se implemente una | |

| | | | |
|----------------------------------|--|---|--|
| | | de algún riesgo e implementar la respuesta a los mismos | respuesta |
| Seguimiento y control de riesgos | <ul style="list-style-type: none"> A lo largo de todo el proyecto | <ul style="list-style-type: none"> Reuniones de seguimiento semanales entre PM y equipo, y quincenales entre PM y sponsor, para controlar las actividades de riesgos | <ul style="list-style-type: none"> Semanalmente |





Definición de Probabilidad e Impacto

| ESCALA | PROBABILIDAD | IMPACTO | |
|-------------------|--------------|--------------------|---------------------------|
| | | TIEMPO | CALIDAD |
| 5 Muy Alto | > 60% | > 4 semanas | Impacto muy significativo |
| 4 Alto | 46% - 60% | 3 - 4 semanas | Impacto significativo |
| 3 Medio | 21% - 45% | 2 - 3 semanas | Algún impacto |
| 2 Bajo | 10% - 20% | 3 días - 2 semanas | Impacto menor |
| 1 Muy Bajo | < 10% | < 3 días | Ningún cambio |

Matriz de Gravedad o de Calor

Considerando las definiciones de probabilidad e impacto para este proyecto se ha desarrollado la siguiente matriz:

| | | | | | | |
|--------------|---|---|----|----|----|----|
| PROBABILIDAD | 5 | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 |
| | 4 | 4 | 8 | 12 | 16 | 20 |
| | 3 | 3 | 6 | 9 | 12 | 15 |
| | 2 | 2 | 4 | 6 | 8 | 10 |
| | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| IMPACTO | | | | | | |

| | |
|---|---|
|  | Riesgo muy grave. Se requiere aplicar medidas preventivas urgentes antes de empezar el proyecto con la debida limitación. |
|  | Riesgo importante. Es importante aplicar medidas preventivas obligatorias, precisa un control fuerte durante el proyecto. |
|  | Riesgo apreciable. Es relevante estudiar económicamente y determinar si es posible introducir medidas preventivas para reducir el nivel del riesgo, en el caso que no fuera posible es valioso mantener las variables controladas. |
|  | Riesgo marginal. Se vigilará, aunque no requiere que se tome medidas preventivas. |

3.3.1 Matriz de identificación y Evaluación de Riesgos

3.3.1.1 Registro de riesgos del proyecto

| FECHA | | NOMBRE DEL PROYECTO | | | | LIDER DEL PROYECTO |
|--------|-----------|---|-----------|------|---------|--------------------|
| | | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | | | DIEGO ALBUJA |
| ID EDT | ID RIESGO | RIESGO (CAUSA - EFECTO -RIESGO) | CATEGORIA | PROB | IMPACTO | P X |
| 1.2 | R01 | Una incorrecta selección del área del local, puede provocar riesgos en la recolección de información de los quipos necesarios de cocina | Técnico | 3 | 4 | 12 |
| 2.2 | R02 | Un incorrecto diseño del área de cocina causaría retrasos en instalaciones de equipos | Técnico | 3 | 6 | 18 |
| 3.1 | R03 | Una incorrecta inspección de las áreas eléctricas causaría daños y demoras en las instalaciones | Técnico | 3 | 9 | 27 |
| 5.1 | R04 | Una incorrecta definición de menú causaría retrasos en la elaboración de la carta | Gestión | 2 | 2 | 4 |
| 6.1 | R05 | Una incorrecta determinación de los | Técnico | 4 | 16 | 64 |

| | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|
| | | objetivos retrasaría la elaboración del plan de marketing | | | |
|--|--|---|--|--|--|

3.3.1.2 Análisis cualitativo de Riesgos del Proyecto

| FECHA | | NOMBRE DEL PROYECTO | | | LIDER DEL PROYECTO | |
|--------|-----------|---|-----------|-------|--------------------|--|
| | | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | | DIEGO ALBUJA | |
| ID EDT | ID RIESGO | RIESGO (CAUSA - EFECTO -RIESGO) | CATEGORIA | PROB | IMPACTO | |
| 1.2 | R01 | Una incorrecta selección del área del local, puede provocar riesgos en la recolección de información de los quipos necesarios de cocina | Técnico | MEDIO | ALTO | |
| 2.2 | R02 | Un incorrecto diseño del área de cocina causaría retrasos en instalaciones de equipos | Técnico | MEDIO | MEDIO | |
| 3.1 | R03 | Una incorrecta inspección de las áreas eléctricas causaría daños y demoras en las instalaciones | Técnico | MEDIO | MEDIO | |
| 5.1 | R04 | Una incorrecta definición de menú causaría retrasos en la elaboración de la carta | Gestión | BAJO | BAJO | |
| 6.1 | R05 | Una incorrecta determinación de los medios retrasaría la elaboración del plan de acción | Técnico | ALTO | ALTO | |

3.3.1.3 Plan de gestión de respuesta a riesgos

Referirse al anexo #6 del presente trabajo

3.4 Desarrollar la planificación de la gestión de las adquisiciones y el involucramiento de los interesados.

3.4.1 Plan de Gestión de las Adquisiciones

| PLAN DE GESTIÓN DE LAS ADQUISICIONES | | |
|---|--|---------------------------|
| Fecha | Nombre de Proyecto | Líder del Proyecto |
| | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | DIEGO ALBUJA |
| Descripción del Proceso | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • En el plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal se tomará en cuenta a proveedores internos y externos para la adecuación y construcción del nuevo establecimiento. Esto se llevará a cabo bajo procedimientos ya establecidos por la empresa. • Todos los proveedores que quieran participar tendrán que dejar sus cotizaciones y propuestas de trabajo. • Dichas propuestas se analizarán bajo normas internas de adquisición de la empresa. • Se tomará en cuenta a los proveedores mejor calificados en términos de calidad, | | |

| |
|---|
| costo y beneficio. |
| Roles y responsabilidades |
| <ul style="list-style-type: none"> • Todas las adquisiciones se manejarán de acuerdo con un formato ya establecido por la empresa donde se indicará ficha técnica y diseño de cada una de los materiales o equipos a adquirir. • Todas las adquisiciones estarán verificadas por el departamento financiero. |
| Criterio de selección de proveedores. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Todos los proveedores cumplirán con los estándares de calidad solicitados por la empresa. • Se analizará datos históricos de los proveedores antiguos como calidad, precio, compromisos de entrega, tiempo de respuesta. • Nuevos proveedores se analizará costo, calidad, acuerdos de pago y referencias con otros clientes. |

| Productos, Equipos o Servicios a ser Adquiridos | | | | |
|---|-----------------------------|----------------------|--|--|
| No. | Producto, Equipo o Servicio | Tipo de contratación | Supuestos | Restricciones |
| 1 | Lámparas | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al |

| | | | | |
|---|------------------|-------------------------|--|---|
| | | | | cronograma |
| 2 | Piso | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 3 | Mesas de madera | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 4 | Sillas de madera | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 5 | Decoración | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 6 | Pintura | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |

| | | | | |
|----|----------------------|-------------------------|--|---|
| 7 | Equipos de cocina | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 8 | Equipos sanitarios | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 9 | Menaje de cocina | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 10 | Menaje de servicio | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 11 | Equipos de servicio | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
| 12 | Equipos para la caja | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |

| | | | | |
|----|-------------------|-------------------------|--|---|
| 13 | Muebles de madera | Contrato precio fijo | Especificaciones técnicas y de calidad | Retrasos en la entrega o la instalación afectan al cronograma |
|----|-------------------|-------------------------|--|---|

3.4.2 Involucramiento de los interesados

| PLAN DE INVOLUCRAMIENTO DE LOS INTERESADOS | | | |
|--|--------------------------------|------------------------------|---------------------------|
| VERSIÓN | | 1.0 | |
| Nombre del proyecto | | Director del proyecto | |
| Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | DIEGO ALBUJA | |
| Enfoque para agrupación de interesados | | | |
| El plan de involucramiento de los interesados se clasifica de acuerdo al nivel de interés que mantienen por el proyecto. | | | |
| ID Grupo de interesados | Grupo de interesados | ID | Interesado |
| GSK01 | Equipo primario del proyecto | SK01 | Gerente General |
| | | SK02 | Project Manager |
| GSK02 | Equipo Secundario del proyecto | SK03 | Departamento de Marketing |
| | | SK04 | Departamento Contable |
| GSK03 | Profesionales ONO Sushi Bar | SK05 | Personal Operativo |
| GSK05 | Externos | SK06 | Clientes |
| | | SK07 | SRI |
| Estrategias para el involucramiento de los interesados | | | |
| Grupo interesados | | Estrategia | |
| GSK01 | | Monitorear de cerca | |

| GSK02 | | Mantener informados |
|--|-----------------------|---|
| GSK03 | | Monitorear |
| GSK04 | | Mantener satisfechos |
| Matriz de evaluación de involucramiento de los interesados | | |
| Nomenclatura | Significado | Descripción |
| C | Participación actual | Nivel de participación actual del interesado |
| D | Participación deseada | Nivel de participación deseado para garantizar el éxito del proyecto |
| Estado | | Descripción |
| Desconocedor | | Desconocedor del proyecto e impacto del mismo |
| Reticente | | Conocedor del proyecto, pero opuesto a que éste suceda |
| Neutral | | Conocedor del proyecto, pero indiferente al mismo |
| Apoyo | | Conocedor del proyecto que apoya el mismo |
| Líder | | Conocedor del proyecto; activamente involucrado en asegurar el éxito del proyecto |

| ID | Interesado | Desconocedor | Reticente | Neutral | Apoyo | Líder |
|------|---------------------------|--------------|-----------|---------|-------|-------|
| SK01 | Gerente General | | | | | C D |
| SK02 | Project Manager | | | | | C D |
| SK03 | Departamento de Marketing | | | | C | D |

| | | | | | | |
|------|-----------------------|----|--|--|-----|---|
| SK04 | Departamento Contable | | | | C | D |
| SK05 | Personal Operativo | | | | C D | |
| SK06 | Clientes | C | | | | |
| SK07 | SRI | CD | | | | |

| ID | Interesado | Enfoque |
|------|---------------------------|--|
| SK01 | Gerente General | <ul style="list-style-type: none"> • Comunicar e informar constantemente los resultados. |
| SK02 | Project Manager | <ul style="list-style-type: none"> • Resaltar ventajas futuras por la implementación del proyecto • Involucrar a los diferentes interesados. • Involucrar activamente en la ejecución del proyecto |
| SK03 | Departamento de Marketing | <ul style="list-style-type: none"> • Resaltar las ventajas que habrá en el departamento una vez ejecutado e implementado el proyecto • Involucrar activamente haciendo parte de la generación de ideas y toma de decisiones. |
| SK04 | Departamento Contable | <ul style="list-style-type: none"> • Resaltar las ventajas que habrá en el departamento una vez ejecutado e implementado el proyecto • Involucrar activamente haciendo parte de la generación de ideas y toma de decisiones. |

| | | |
|------|--------------------|--|
| SK05 | Personal Operativo | <ul style="list-style-type: none"> • Resaltar las ventajas que habrá una vez ejecutado e implementado el proyecto • Involucrar activamente haciendo parte de la generación de ideas y toma de decisiones • Información actualizada del proyecto |
| SK06 | Clientes | <ul style="list-style-type: none"> • Mantener Informado |
| SK07 | SRI | <ul style="list-style-type: none"> • Mantener actualizados |

4 ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO Y SU VIABILIDAD

4.1 Análisis Financiero

El estudio financiero está integrado por elementos informativos que permitan decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche y visualice el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquier idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, considerar el costo efectivo que conlleva al operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activos fijos y gastos pre operativos hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son: El Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Flujo de efectivo.

El elaborar un plan de negocios requiere una serie de pasos como son:

- 1.- Tener claro cuál es la idea del proyecto.
- 2.- Realizar un estudio de mercado y las necesidades que existan en él, con la finalidad de identificar la demanda potencial y el mercado que lo cubrirá, incluyendo el precio óptimo por el que la gente pagaría por el producto o servicio, promoción para la venta y conocimiento del consumidor, distribución del producto o servicio, así como el lugar específico para su venta.
- 3.- El estudio técnico que es el que determina los costos en los que se incurrirá para su implementación donde se incluye: lugar, equipo, instalaciones, tecnología y otros elementos para la producción del bien o servicio que se desarrolle.
- 4.- Estudio de producción en el que se contemplan todos los insumos necesarios para el proceso de elaboración y comercialización.

5.- Finalmente el estudio financiero es el que determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto y su aceleración, esto permite evaluar la rentabilidad del plan de negocios y visualizar la rentabilidad y recuperación del mismo en el tiempo.

Los Indicadores de Evaluación que vamos a utilizar dentro de este proyecto son:

- El VAN (Valor Actual Neto)
- VANF (Valor Actual Neto financiero)
- TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)
- TIRF (Tasa Interna de Retorno financiero)
- Período de Recuperación de Inversión en Años.

Tabla 4.
Costos y Gastos

CUADRO: DETALLE DE OTROS COSTOS Y GASTOS

| DETALLE DE OTROS COSTOS: | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| ARRIENDOS | \$ 13,800.00 | \$ 13,800.00 | \$ 15,600.00 | \$ 15,600.00 | \$ 16,800.00 |
| SERVICIOS BASICOS | \$ 2,892.59 | \$ 2,800.00 | \$ 2,900.00 | \$ 2,950.00 | \$ 3,015.00 |
| SERVICIOS DE TERCEROS | \$ 2,762.11 | \$ 2,700.00 | \$ 2,750.00 | \$ 2,850.00 | \$ 2,975.00 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | \$ 1,996.61 | \$ 1,870.00 | \$ 1,975.00 | \$ 1,990.00 | \$ 2,000.00 |
| PUBLICIDAD | \$ 975.79 | \$ 900.00 | \$ 1,050.00 | \$ 1,250.00 | \$ 1,500.00 |
| ROPA DE TRABAJO | \$ 855.26 | \$ 550.00 | \$ 657.00 | \$ 680.00 | \$ 715.00 |
| ATENCION CLIENTES | \$ 340.91 | \$ 255.00 | \$ 350.00 | \$ 365.00 | \$ 400.00 |
| SERVICIOS BANCARIOS | \$ 1,148.44 | \$ 1,100.00 | \$ 1,250.00 | \$ 1,315.00 | \$ 1,300.00 |
| OTROS GASTOS | \$ 1,037.00 | \$ 1,250.00 | \$ 1,325.00 | \$ 1,375.00 | \$ 1,400.00 |
| X | | | | | |
| Total Otros Costos | \$ 25,808.71 | \$ 25,225.00 | \$ 27,857.00 | \$ 28,375.00 | \$ 30,105.00 |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | | | | | |
| Sueldos | 4721.76 | 4819.68 | 4829.68 | 4929.68 | 4939.68 |
| Horas Extras | 0 | 0 | | | |
| Décimo Tercero | 393.48 | 401.64 | 402.47 | 410.81 | 411.64 |
| Décimo Cuarto | 386.04 | 393.96 | 403.96 | 413.96 | 423.96 |
| Vacaciones | 196.74 | 200.82 | 201.24 | 205.4 | 205.82 |
| Fondos de Reserva | 393.36 | 401.52 | 402.31 | 410.64 | 411.46 |
| X | | | | | |
| Total Gastos de Administración | \$ 6,091.38 | \$ 6,217.62 | \$ 6,239.66 | \$ 6,370.49 | \$ 6,392.56 |
| GASTOS DE VENTAS | | | | | |
| Sueldos | 2400 | 4800 | 4810 | 4820 | 4830 |
| Horas Extras | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Décimo Tercero | 184.43 | 399.96 | 400.83 | 401.67 | 402.5 |
| Décimo Cuarto | 178.01 | 393.96 | 403.96 | 413.96 | 423.96 |
| Vacaciones | 100 | 200 | 200.42 | 200.83 | 201.25 |
| Fondos de Reserva | 0 | 233.24 | 400.67 | 401.51 | 402.33 |
| Total Gastos de Ventas | \$ 2,862.44 | \$ 6,027.16 | \$ 6,215.88 | \$ 6,237.97 | \$ 6,260.04 |

Tabla 5.
Proyección de Ventas

CUADRO: PROYECCION DE VENTAS

| Item/Producto/Servicio a la Venta | |
|-----------------------------------|--------|
| NOMBRE | UNIDAD |
| LIMONADA DE JENGIBRE | 461 |
| EBI FLAME (ROLLO) | 397 |
| HOT ROLL | 209 |
| ONO ESPECIAL (ROLLO) | 295 |
| SOPA SUMASHI | 330 |
| TARTAR ROLL | 278 |
| VOLKANO ROLL | 281 |
| COMBO 1.2 | 249 |
| KAISEKIYAKI MIXTO | 137 |
| TEPPANYAKI LOMO | 59 |

Proyección de Precios por

| ITEM/PRODUCTOS/SERVICIOS | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| LIMONADA DE JENGIBRE | \$3.75 | \$3.75 | \$4.75 | \$4.75 | \$4.75 | \$5.75 |
| EBI FLAME (ROLLO) | \$11.60 | \$11.60 | \$12.60 | \$12.60 | \$12.60 | \$13.60 |
| HOT ROLL | \$14.50 | \$14.50 | \$15.50 | \$15.50 | \$15.50 | \$16.50 |
| ONO ESPECIAL (ROLLO) | \$14.75 | \$14.75 | \$15.75 | \$15.75 | \$15.75 | \$16.75 |
| SOPA SUMASHI | \$11.20 | \$11.20 | \$12.20 | \$12.20 | \$12.20 | \$13.20 |
| TARTAR ROLL | \$14.86 | \$14.86 | \$15.86 | \$15.86 | \$15.86 | \$16.86 |
| VOLKANO ROLL | \$9.10 | \$9.10 | \$10.10 | \$10.10 | \$10.10 | \$11.10 |
| COMBO 1.2 | \$26.25 | \$26.25 | \$27.25 | \$27.25 | \$27.25 | \$28.25 |
| KAISEKIYAKI MIXTO | \$9.99 | \$9.99 | \$10.99 | \$10.99 | \$10.99 | \$11.99 |
| TEPPANYAKI LOMO | \$17.50 | \$17.50 | \$18.50 | \$18.50 | \$18.50 | \$19.50 |

Proyección de Cantidades

Vendidas

| ITEM/PRODUCTOS/SERVICIOS | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|------|
| LIMONADA DE JENGIBRE | 1000 | 1200 | 1210 | 1210 | 1275 | 4200 |
| EBI FLAME (ROLLO) | 1500 | 1500 | 1475 | 1475 | 1500 | 2500 |
| HOT ROLL | 1000 | 1000 | 900 | 935 | 950 | 1200 |
| ONO ESPECIAL (ROLLO) | 900 | 900 | 900 | 975 | 975 | 1200 |
| SOPA SUMASHI | 800 | 800 | 800 | 810 | 815 | 1000 |
| TARTAR ROLL | 900 | 900 | 900 | 925 | 930 | 1100 |
| VOLKANO ROLL | 900 | 900 | 900 | 900 | 925 | 1200 |
| COMBO 1.2 | 680 | 700 | 700 | 725 | 750 | 659 |
| KAISEKIYAKI MIXTO | 700 | 750 | 750 | 750 | 780 | 700 |
| TEPPANYAKI LOMO | 900 | 1000 | 900 | 900 | 910 | 1000 |

Proyección de Ingresos por

Ventas

| ITEM/PRODUCTOS/SERVICIOS | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| LIMONADA DE JENGIBRE | \$ 3,750.00 | \$ 4,500.00 | \$ 5,747.50 | \$ 5,747.50 | \$ 6,056.25 | \$ 24,150.00 |
| EBI FLAME (ROLLO) | \$ 17,400.00 | \$ 17,400.00 | \$ 18,585.00 | \$ 18,585.00 | \$ 18,900.00 | \$ 34,000.00 |
| HOT ROLL | \$ 14,500.00 | \$ 14,500.00 | \$ 13,950.00 | \$ 14,492.50 | \$ 14,725.00 | \$ 19,800.00 |
| ONO ESPECIAL (ROLLO) | \$ 13,275.00 | \$ 13,275.00 | \$ 14,175.00 | \$ 15,356.25 | \$ 15,356.25 | \$ 20,100.00 |
| SOPA SUMASHI | \$ 8,960.00 | \$ 8,960.00 | \$ 9,760.00 | \$ 9,882.00 | \$ 9,943.00 | \$ 13,200.00 |
| TARTAR ROLL | \$ 13,374.00 | \$ 13,374.00 | \$ 14,274.00 | \$ 14,670.50 | \$ 14,749.80 | \$ 18,546.00 |
| VOLKANO ROLL | \$ 8,190.00 | \$ 8,190.00 | \$ 9,090.00 | \$ 9,090.00 | \$ 9,342.50 | \$ 13,320.00 |
| COMBO 1.2 | \$ 17,850.00 | \$ 18,375.00 | \$ 19,075.00 | \$ 19,756.25 | \$ 20,437.50 | \$ 18,616.75 |
| KAISEKIYAKI MIXTO | \$ 6,993.00 | \$ 7,492.50 | \$ 8,242.50 | \$ 8,242.50 | \$ 8,572.20 | \$ 8,393.00 |
| TEPPANYAKI LOMO | \$ 15,750.00 | \$ 17,500.00 | \$ 16,650.00 | \$ 16,650.00 | \$ 16,835.00 | \$ 19,500.00 |
| Total de Ventas | \$ 120,042.00 | \$ 123,566.50 | \$ 129,549.00 | \$ 132,472.50 | \$ 134,917.50 | \$ 189,625.75 |

Tabla 6.
Depreciación Anual.

CUADRO: DEPRECIACION ANUAL DE ACTIVOS

| DEPRECIACION | MONTO | VIDA ÚTIL (AÑOS) | DEPRECIACION % | DEPRECIACION ANUAL | VALOR RESIDUAL |
|--|-----------|------------------|----------------|--------------------|----------------|
| Maquinaria, equipo, Instalaciones y Adecuaciones | 13,206.00 | 10 | 20% | 2,641.20 | 6,603.00 |
| Muebles y Enseres | 2,200.00 | 5 | 10% | 220.00 | 0 |
| Equipo de computación | 1,900.00 | 5 | 10% | 190.00 | 0 |
| DEPRECIACION X AÑO | | | | 3,051.20 | 6,603.00 |

Tabla 7.
Inversión.

CUADRO : INVERSION INICIAL

| INVERSIONES | RUBRO DE INVERSIONES | INVERSION DESAGREGADA | INVERSIONES PARCIALES | TABLA DE INVERSIONES |
|--------------------|----------------------|--|-----------------------|----------------------|
| INVERSION FIJA | INVERSION TANGIBLE | Maquinaria, equipo, Instalaciones y Adecuaciones | 13,206.00 | 17,306.00 |
| | | Muebles y Enseres | 2,200.00 | |
| | | Equipo de computación | 1,900.00 | |
| CAPITAL DE TRABAJO | INVERSION INTANGIBLE | G.Organización | 1,800.00 | 4,750.00 |
| | | G. Constitución | 1,450.00 | |
| | | G.Capacitación | 800.00 | |
| | | G. Promoción | 700.00 | |
| CAPITAL DE TRABAJO | Capital de trabajo | G. de Materiales e Insumos Básicos | 20,417.71 | 39,420.15 |
| | | Pago de Sueldos y Salarios | 14,002.44 | |
| | | Gastos de Operación | 5,000.00 | |
| INVERSION TOTAL | | | | 61,476.15 |

Tabla 8.
Resumen Costos.

CUADRO: RESUMEN DE COSTOS

| COSTOS | AÑOS | | | | |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | AÑO 1 USD | AÑO 2 USD | AÑO 3 USD | AÑO 4 USD | AÑO 5 USD |
| COSTOS DE PRODUCCION | 39420.15 | 42391.16 | 42539.71 | 42547.14 | 42547.51 |
| Materiales E Insumos | 20417.71 | 22438.60 | 22539.64 | 22544.69 | 22544.94 |
| Mano de Obra | 14002.44 | 14702.56 | 14737.57 | 14739.32 | 14739.41 |
| Gastos Indirectos de fabricación | 5000.00 | 5250.00 | 5262.50 | 5263.13 | 5263.16 |
| GASTOS DE OPERACIÓN | 34762.53 | 37469.78 | 40312.56 | 40983.46 | 42773.58 |
| Gastos Generales | 25808.71 | 25225.00 | 27857.00 | 28375.00 | 30105.00 |
| Gastos Administrativos | 6091.38 | 6217.62 | 6239.68 | 6370.49 | 6408.54 |
| Gastos de Ventas | 2862.44 | 6027.16 | 6215.88 | 6237.97 | 6260.04 |
| GASTOS FINANCIEROS | 1185.94 | 743.38 | 269.29 | 0.00 | 0.00 |
| Intereses | 1185.94 | 743.38 | 269.29 | 0.00 | 0.00 |
| TOTAL DE COSTOS | \$ 75,368.62 | \$ 80,604.32 | \$ 83,121.56 | \$ 83,530.60 | \$ 85,321.09 |

Tabla 9.
Estructura del Costo.

CUADRO: ESTRUCTURA DEL COSTO

| RUBRO | AÑOS | | | | |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | AÑO 1 USD | AÑO 2 USD | AÑO 3 USD | AÑO 4 USD | AÑO 5 USD |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| Depreciación | 3051.20 | 3051.20 | 3051.20 | 3051.20 | 3051.20 |
| Amortización de Intangible | 950.00 | 950.00 | 950.00 | 950.00 | 950.00 |
| Gastos generales | 25808.71 | 25225.00 | 27857.00 | 28375.00 | 30105.00 |
| Gastos Administrativos | 6091.38 | 6217.62 | 6239.68 | 6370.49 | 6408.54 |
| Gastos de Ventas | 2862.44 | 6027.16 | 6215.88 | 6237.97 | 6260.04 |
| Gastos Financieros | 1185.94 | 743.38 | 269.29 | 0.00 | 0.00 |
| TOTAL COSTOS FIJOS | 39949.67 | 42214.36 | 44583.05 | 44984.66 | 46774.78 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | |
| Materiales E Insumos | 20417.71 | 22438.60 | 25539.64 | 22544.69 | 22544.94 |
| Mano de Obra | 14002.44 | 14702.56 | 14737.57 | 14739.32 | 14739.41 |
| Gastos Indirectos de fabricación | 6185.94 | 5993.38 | 5531.79 | 5263.13 | 5263.16 |
| COSTO VARIABLE TOTAL | 40606.09 | 43134.54 | 45809.00 | 42547.14 | 42547.51 |
| | 80555.76 | 85348.90 | 90392.05 | 87531.80 | 89322.29 |

Tabla 10.
Estado de Ganancias y Pérdidas.

CUADRO: ESTADO DE GANANCIA Y PERDIDA

| RUBROS | AÑOS | | | | |
|------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | AÑO 1 USD | AÑO 2 USD | AÑO 3 USD | AÑO 4 USD | AÑO 5 USD |
| Ventas | 120,042.00 | 123,566.50 | 129,549.00 | 132,472.50 | 134,917.50 |
| Costos de Producción | 39,420.15 | 42,391.16 | 42,539.71 | 42,547.14 | 42,547.51 |
| UTILIDAD BRUTA | 80,621.85 | 81,175.34 | 87,009.29 | 89,925.36 | 92,369.99 |
| Gastos Generales | 25,808.71 | 25,225.00 | 27,857.00 | 28,375.00 | 30,105.00 |
| Gastos Administrativos | 6,091.38 | 6,217.62 | 6,239.68 | 6,370.49 | 6,408.54 |
| Gastos de Ventas | 2,862.44 | 6,027.16 | 6,215.88 | 6,237.97 | 6,260.04 |
| UTILIDAD DE OPERACIÓN | 45,859.32 | 43,705.56 | 46,696.73 | 48,941.90 | 49,596.41 |
| Depreciación | 7,753.76 | 7,753.76 | 7,753.76 | 7,753.76 | 7,753.76 |
| Amortización de Intangibles | 1,560.00 | 1,560.00 | 1,560.00 | 1,560.00 | 1,560.00 |
| Gastos Financieros | 3,557.81 | 2,230.13 | 807.88 | - | - |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 32,987.75 | 32,161.67 | 36,575.09 | 39,628.14 | 40,282.65 |
| Impuestos 22% | 7,257.31 | 7,075.57 | 8,046.52 | 8,718.19 | 8,862.18 |
| UTILIDAD NETA (USD) | \$ 25,730.45 | \$ 32,161.67 | \$ 36,575.09 | \$ 39,628.14 | \$ 40,282.65 |

Tabla 11.
Flujo de Caja.

CUADRO: FLUJO DE CAJA ECONOMICO

| RUBRO | AÑOS | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | AÑO 0 USD | AÑO 1 USD | AÑO 2 USD | AÑO 3 USD | AÑO 4 USD | AÑO 5 USD |
| INGRESOS POR VENTAS | | | | | | |
| Ventas | | 120,042.00 | 123,566.50 | 129,549.00 | 132,472.50 | 134,917.50 |
| Valor Rescate Activo Fijo | | | | | | 6,603.00 |
| Valor rescate Capital Trabajo | | | | | | 41,476.15 |
| TOTAL INGRESOS | | 120,042.00 | 123,566.50 | 129,549.00 | 132,472.50 | 182,996.65 |
| Costos de Producción | | 39,420.15 | 42,391.16 | 42,539.71 | 42,547.14 | 42,547.51 |
| Costos Operativos | | 35,948.47 | 38,213.16 | 40,581.85 | 40,983.46 | 42,773.58 |
| Impuestos | | 17,645.62 | 17,482.07 | 18,291.94 | 18,884.38 | 19,320.64 |
| Inversión | 61,476.15 | | | | | |
| | | 93,014.24 | 98,086.39 | 101,413.50 | 102,414.98 | 104,641.73 |
| FLUJO NETO ECONOMICO (USD) | - 61,476.15 | 27,027.76 | 25,480.11 | 28,135.50 | 30,057.52 | 78,354.92 |

Tabla 12.
Flujo de Caja Financiero.

CUADRO: FLUJO DE CAJA FINANCIERO

| RUBRO | AÑOS | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | AÑO 0 USD | AÑO 1 USD | AÑO 2 USD | AÑO 3 USD | AÑO 4 USD | AÑO 5 USD |
| INGRESOS POR VENTAS | | | | | | |
| Ventas | | 120,042.00 | 123,566.50 | 129,549.00 | 132,472.50 | 134,917.50 |
| Valor Rescate Activo Fijo | | | | | | 6,603.00 |
| Valor rescate Capital Trabajo | | | | | | 41,476.15 |
| Préstamo | 20,000.00 | | | | | |
| TOTAL INGRESOS | 20,000.00 | 120,042.00 | 123,566.50 | 129,549.00 | 132,472.50 | 182,996.65 |
| Costos de Producción | | 39,420.15 | 42,391.16 | 42,539.71 | 42,547.14 | 42,547.51 |
| Costos Operativos | | 34,762.53 | 37,469.78 | 40,312.56 | 40,983.46 | 42,773.58 |
| Intereses | | 1,185.94 | 743.38 | 269.29 | - | - |
| Amortización del préstamo | | 6,213.60 | 6,656.16 | 7,130.24 | - | - |
| Impuestos | | 17,645.62 | 17,482.07 | 18,291.94 | 18,884.38 | 19,320.64 |
| Inversión | 61,476.15 | | | | | |
| | | 99,227.84 | 104,742.55 | 108,543.74 | 102,414.98 | 104,641.73 |
| FLUJO NETO ECONOMICO (USD) | - 41,476.15 | 20,814.16 | 18,823.95 | 21,005.26 | 30,057.52 | 78,354.92 |

Tabla 13.
Indicadores Financieros.

Tasa Descuento del 15%

INDICADORES DE EVALUACION

| INDICADORES ECONOMICOS | VALORES |
|--|------------|
| Valor Actual Neto (VAN) | 178,886.45 |
| Valor Actual Neto Financiero (VANF) | 60,809.76 |
| Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) | 43% |
| Tasa interna de Retorno Financiero (TIRF) | 54% |
| Período de Recuperación de Inversión (En años) | 1.85 |

4.3 Viabilidad

Después de analizar la parte financiera y económica del proyecto "Plan de negocio para la apertura de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito, aplicando las buenas prácticas del PMI", es viable ya que los indicadores financieros como el VAN y la TIR son positivos y demuestra que el proyecto es viable para la empresa, el proyecto va a tener una recuperación de la inversión después de 2 años.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El director de proyectos siempre se asegura de que se esté realizando el proyecto con todos los requerimientos establecidos, no permite que se realicen cambios fuera del cronograma ya establecidos sin seguir todos los pasos del proceso de control del cambio.

La inversión se recuperará en un tiempo de 2 años, que es un tiempo prudente para el giro de negocio del proyecto.

El proyecto es la creación de una sucursal del restaurante ONO Sushi Bar, diseñando el plan de negocio aplicando las buenas practicas del PMI.

Uno de los procesos más críticos dentro del desarrollo de un proyecto es la definición del alcance ya que si no se gestiona de la forma más adecuada puede ocasionar que el proyecto sea todo un fracaso.

Utilizar indicadores financieros nos ayuda a determinar la viabilidad de un proyecto, de esta manera se puede minimizar riesgos antes de ejecutar el proyecto.

Si no somos capaces de identificar lo que en verdad quiere el cliente no vamos a ser capaces de definir el camino para llegar al objetivo.

Para finalizar se puede concluir que gracias a la guía del PMBOK, los proyectos son gestionados de una manera más eficiente, minimizando tiempo, riesgos, errores, etc.

5.2 Recomendaciones

Durante la ejecución del proyecto se debe realizar un registro de lecciones aprendidas, para determinar inconvenientes o retrasos que se puedan dar.

Estandarizar todos los procesos dentro del proyecto, para llegar a implementar un modelo de negocio de franquicias a futuro.

Siempre se debe tener al equipo de trabajo alineado a los objetivos del proyecto, de la misma manera en este caso al personal interno de la empresa ya que es un proyecto para el beneficio de todos.

Se recomienda buscar nuevas oportunidades de crecimiento del negocio en un futuro no muy lejano ya que es un negocio que permite buscar nuevos mercados, nuevas tendencias, nuevas oportunidades de crecimiento.

REFERENCIAS

- Adrián Anel Moya. (2008). ¿Por qué fracasan los proyectos en las Organizaciones?, de Project Management - Business Management - Startup Sitio web: <http://adanexpm.blogspot.com/2008/08/por-que-fracasan-los-proyectos-en-las.html>
- Alfonso E. Núñez N. (2014). Las 10 Principales Competencias de un Director de Proyectos, de PMI Colombia Sitio web: <http://www.pmicolombia.org/blog/las-10-principales-competencias-de-un-director-de-proyectos/>
- César A. Portillo. (2010). Dirigir efectivamente el alcance de un proyecto, de Project Management Institute Sitio web: https://americalatina.pmi.org/latam/KnowledgeCenter/Articles/~/_/media/CE194558C1104E5789DE521CAC1F7086.ashx
- Gordillo, E. (2015). 10 errores comunes en la Gestión de Proyectos, de Marketing Online, Metodología | Sitio web: <https://inventtatte.com/10-errores-comunes-en-la-gestion-de-proyectos/>
- José Facchin. (2018). Qué es el Modelo Canvas y cómo crear tu propio lienzo o plantilla «Business Model Canvas»? , de "El Blog de José Facchin" Sitio web: <https://josefacchin.com/modelo-canvas-de-negocio/>
- Lledó, P. (2015). *¿Qué es la restricción triple de un proyecto?* Publicado en: Entorno económico d Cuyo. Recuperado de: <http://pablolledo.com/content/articulos/09-04-15-Restricciones-Lledo.pdf>
- OBS Business School. (2019). Ejemplo de un plan de negocios para un hotel. 08/09/2019, de OBS Business Scholl Sitio web: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/plantillas-project-management/ejemplo-de-un-plan-de-negocios-para-un-hotel>

ANEXOS

Anexo # 1 Registro de interesados

| REGISTRO DE INTERESADOS | | |
|--|---|-------------------|
| VERSIÓN | | 1.0 |
| Fecha | Nombre del Proyecto | Líder de proyecto |
| | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | Diego Albuja |
| Variables clasificación y priorización | | |
| A | Alto | |
| B | Bajo | |
| Valoración poder/ interés | | |
| LAT | Latente | |

| PRO | Promotor |
|-------------|--------------|
| AP | Apático |
| DEF | Defensor |
| Prominencia | |
| DFN | Definitivo |
| PEL | Peligroso |
| DOM | Dominante |
| DEP | Dependiente |
| DUR | Durmiente |
| DEM | Demandante |
| DIS | Discrecional |

| Identificación del interesado | Nombre | Rol | Persona de contacto | Contacto | Expectativas | Variables clasificación y priorización | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|---------|---------------------|--------------------------|--------------|--|-------------|-------|---------|------------|-------------|----------|------------|
| | | | | | | ID | Descripción | Poder | Interés | Influencia | Legitimidad | Urgencia | Valoración |
| SK01 | Gerente general | Sponsor | Claudia Rojas | claudiar@onosushibar.com | EX01 | Mejorar los ingresos del | A | A | A | A | A | PRO | DOM |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|-----------------|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | restaurant e | | | | | | | | |
| | | | | | EX02 | Estandari zar procesos de apertura de nuevas sucursale s | | | | | | | |
| | | | | | EX03 | Evitar que el proyecto interfiera con la operación rutinaria del restaurant e | | | | | | | |
| | | | | | EX04 | Aumentar | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|-----------------|----------------------|--------------|------------------------|------|--|---|---|---|---|---|-----|-----|
| | | | | | | la rentabilidad de los restaurantes | | | | | | | |
| SK02 | Project Manager | Director de proyecto | Diego Albuja | diegoa@onosushibar.com | EX05 | Cumplir con las líneas bases del proyecto | A | A | A | A | A | DEF | DOM |
| | | | | | EX06 | Evitar cambios inesperados | | | | | | | |
| | | | | | EX07 | Gestionar de manera eficiente los recursos | | | | | | | |
| | | | | | EX08 | Gestionar | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|-------------------------|----------------|------------|---------------------------|------|--|---|---|---|---|---|-----|-----|
| | | | | | | de la mejor manera todo el proyecto | | | | | | | |
| | | | | | EX09 | Desarrollar y motivar al equipo del proyecto | | | | | | | |
| | | | | | EX10 | Minimizar la ocurrencia de conflictos en el equipo | | | | | | | |
| SK03 | Departamento de marketi | Equipo de proy | Nico Prado | marketing@onosushibar.com | EX11 | Cumplir con las actividades de | B | A | B | A | B | LAT | DEP |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|--------|------|---------|-----------------|------|---|---|---|---|---|---|-----|----|
| | ng | ecto | | | | publicidad es | | | | | | | |
| | | | | | EX12 | Tener nuevos planes de publicad | | | | | | | |
| | | | | | EX13 | Desarrolla r nuevas estrategia s de manejo de redes | | | | | | | |
| | | | | | EX14 | Brindar mejor soporte a los clientes por medio de medios digitales | | | | | | | |
| SK04 | Depart | Equi | Marlene | contabilidad@on | EX15 | No afectar | A | A | B | B | A | LAT | DE |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|-----------------|-------------------|--------|---------------|------|--|---|---|---|---|---|-----|-----|
| | amento contable | po de proyecto | Molina | osushibar.com | | su operación normal | | | | | | | P |
| | | | | | EX16 | Mayor control de facturación | | | | | | | |
| | | | | | EX17 | No aumentar la jornada laboral | | | | | | | |
| SK05 | Clientes | Usuarios externos | n/a | n/a | EX18 | Mejores experiencias | A | A | A | B | A | LAT | PEL |
| | | | | | EX19 | Mayor motivación de visitar el restaurante | | | | | | | |
| | | | | | EX20 | Mejorarlas | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|--------------------|-------------------|-----|-----|------|---|---|---|---|---|-----|---------|---------|
| | | | | | | en el ambiente del restaurante | | | | | | | |
| | | | | | EX21 | Obtener retroalimentación del restaurante | | | | | | | |
| SK06 | Personal operativo | Usuarios internos | n/a | n/a | EX23 | Opción de crecimiento laboral | B | A | B | B | A | DEF | DE P |
| | | | | | EX24 | Mejorar el ambiente laboral | B | A | B | B | DEF | DE P | |
| SK07 | SRI | Soporte temas | n/a | n/a | EX25 | Cumplir los requerimientos | B | B | A | B | B | LAT | DU R |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | regul atori os de factu ració n | | | dictamina dos por el SRI en materia de facturació n | | | | | | | | |
|--|--|---|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|

Anexo # 2 Listado y secuenciamiento de actividades

| LISTADO Y SECUENCIAMIENTO DE ACTIVIDADES | | | | | | | | | |
|--|--------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------|-----------------|---------------------|------------------|
| NOMBRE DEL PROYECTO | | | | | LIDER DEL PROYECTO | | | | |
| Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | | | | DIEGO ALBUJA | | | | |
| Código paquete de trabajo | Nombre del paquete de trabajo | Código de paquete de trabajo | Actividades paquete de trabajo | Nombre de la actividad | Alcance de la actividad | RESTRICCIÓN | SUPUESTO | FECHA INICIO | FECHA FIN |

| | | | | | | | | | |
|---|------------------|------|---------|---|---|---|---|---------|---------|
| 1 | Planos del local | 1.1. | 1.1.01. | Kick off Proyecto | Realizar reunión de Kick off del proyecto con los interesados claves y el equipo para iniciar con la ejecución del proyecto | Debe realizarse en horas de la mañana entre 8 a 10 am y tener una duración no mayor a 1 hora. | Todos los convocados estarán confirmada su asistencia | 6/1/20 | 6/1/20 |
| | | | 1.1.02. | Describir áreas del local | Planos físicos de toda el área del Local | Local no menos de 100 m2 | Local cuenta con permisos legales | 7/1/20 | 10/1/20 |
| | | | 1.1.03. | Identificar conexiones existentes de electricidad | Planos físicos de las conexiones existentes de electricidad | | Planos internos de las conexiones del local | 13/1/20 | 15/1/20 |

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------|------|---------|-------------------------------------|--|--|---|---------|---------|
| | Renta del local | 1.2. | 1.2.01. | Definir Contrato | Es esta actividad se tomará en cuenta, contratos. | Local no menos de 100 m2 | El local ya fue aceptado por el sponsor | 16/1/20 | 20/1/20 |
| 2 | Salón | 2.1. | 2.1.01. | Realizar mapeo de lámparas | Mapeo de todos los puntos donde se instalará lámparas | | Local ya arrendado | 21/1/20 | 22/1/20 |
| | | | 2.1.02. | Realizar mapeo del área de servicio | Mapeo de toda el área de servicio, mesas, sillas, espacios entre mesas, barra de sushi | No sobrepasar medidas del área de cocina y de servicio | Local ya arrendado | 23/1/20 | 24/1/20 |
| | | | 2.1.03. | Realizar mapeo de puntos de luz | Registro de todos los puntos de luz existentes | | Local ya arrendado | 27/1/20 | 28/1/20 |

| | | | | | | | | |
|--------|------|---------|----------------------------|---|--|-------------------------------|---------|---------------|
| Cocina | 2.2. | 2.2.01. | Equipos de cocina | Ficha técnica de las características de los equipos de cocina | | Aprobados por el sponsor | 30/1/20 | 3/2/20 |
| | | 2.2.02. | Mapeo de equipos de cocina | Mapeo de toda el área de cocina, con los equipos que se van a instalar. | | Opciones de equipos de cocina | 4/2/20 | 6/2/20 |
| | | 2.2.03. | Puntos de desagüe | Mapeo de los puntos de desagüe de la cocina y la barra de sushi | | | 10/2/20 | 11/2/20 |
| | | 2.2.04. | Puntos de luz | Mapeo de los lugares necesarios donde abran puntos de luz | | Ya se definió puntos de luz | 12/2/20 | 13/02/20 2 |

| | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|------|---------|--------------------------------|---|--|--|---------|---------|
| 3 | Instalaciones eléctricas | 3.1. | 3.1.01. | Mapeo de puntos de luz y tomas | Mapeo de todos los puntos existentes del nuevo local. | | Local ya arrendado | 14/2/20 | 17/2/20 |
| | | | 3.1.02. | Revisión de cables existentes | Ficha técnica del estado del cableado del nuevo local. | | Local ya arrendado | 18/2/20 | 25/2/20 |
| | Instalación de equipos | 3.2. | 3.2.01. | Definir equipos de cocina | Definición de los equipos de cocina que se necesita para el funcionamiento de la cocina caliente y la cocina fría | | Lista de opciones de equipos de cocina | 26/2/20 | 27/2/20 |
| | | | 3.2.02. | Definir ubicación de los | Definición de equipos de cocina dentro | | Equipos aprobados por el | 2/3/20 | 3/3/20 |

| | | | | | | | | |
|--|------|--------|-----------------------------------|---|--|--------------------------|---------|---------|
| | | | equipos de cocina | del área de cocina fría y caliente | | sponsor | | |
| | | 3.2.03 | Mapear la cocina con los equipos | Mapear la cocina caliente y fría con los equipos | | | 4/3/20 | 5/3/20 |
| Adecuaciones del salón del restaurante | 3.3. | 3.3.01 | Mapeo de todo el salón | Mapear el salón ya con las mesas, sillas y todo el menaje de salón | | Aprobados por el sponsor | 6/3/20 | 9/3/20 |
| Menaje del restaurante | 3.4. | 3.4.01 | Definir menaje de cocina caliente | Selección de tipo de menaje que se va a utilizar para el montaje de los platos de la cocina | | Aprobados por el sponsor | 10/3/20 | 13/3/20 |

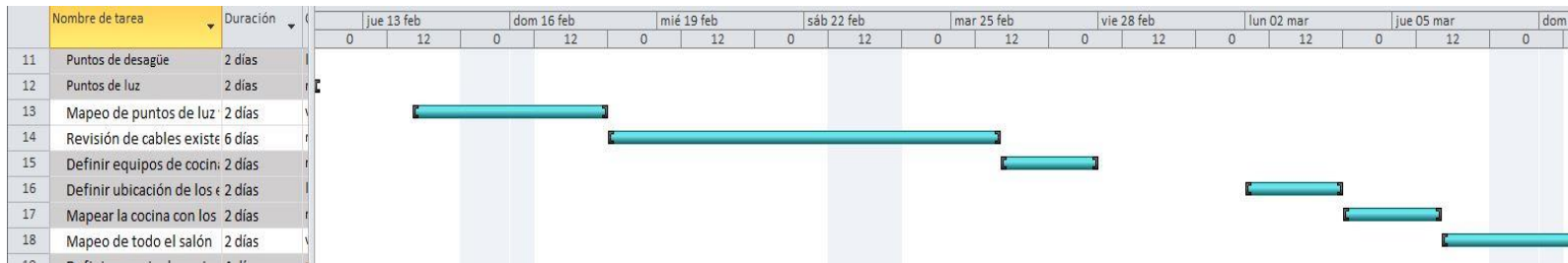
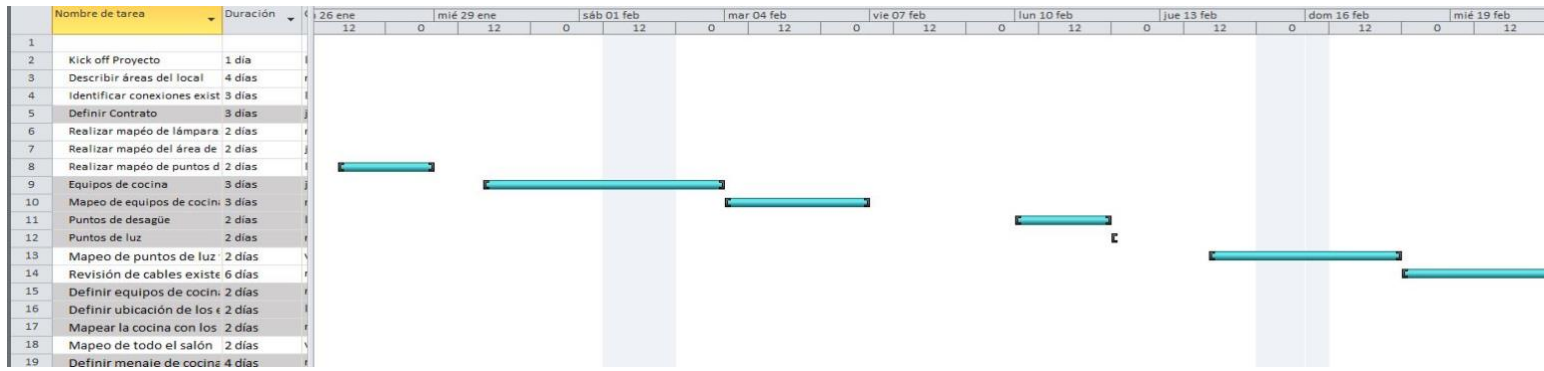
| | | | | | | | | | |
|---|---|--------|-------------------------------|--|--|--|--------------------------------|---------|---------|
| | | | | caliente | | | | | |
| | | 3.4.02 | Definir menaje de cocina fría | Selección de tipo de menaje que se va a utilizar para el montaje de los platos de la cocina fría | | Aprobados por el sponsor | 16/3/20 | 19/3/20 | |
| 4 | Búsqueda personal de cocina fría y caliente | 4.1. | 4.1.01 | Personal cocina caliente | Selección de candidatos para los puestos de cocina | No personal sin experiencia comprobada | Perfiles de puestos de trabajo | 20/3/20 | 31/3/20 |
| | | | 4.1.02 | Personal cocina fría | Selección de candidatos para los puestos de cocina | No personal sin experiencia comprobada | Perfiles de puestos de trabajo | 20/3/20 | 31/3/20 |
| | Personal de servicio | 4.2. | 4.2.01 | Personal de servicio | Selección de candidatos | No personal sin experiencia | Perfiles de puestos de | 20/3/20 | 31/3/20 |

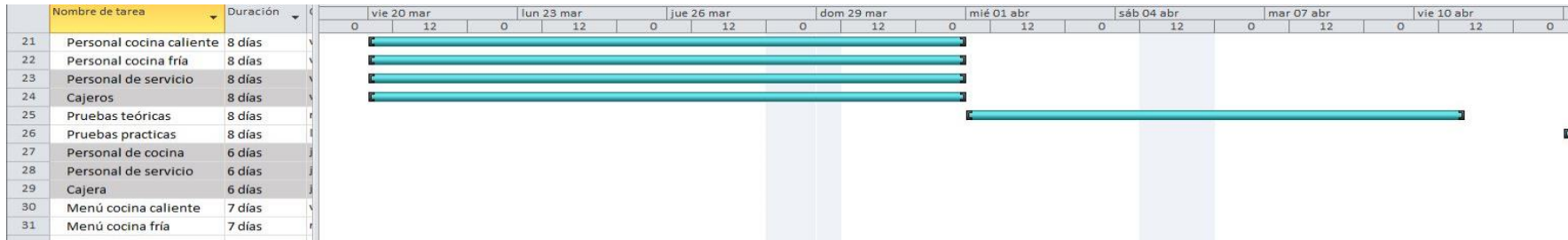
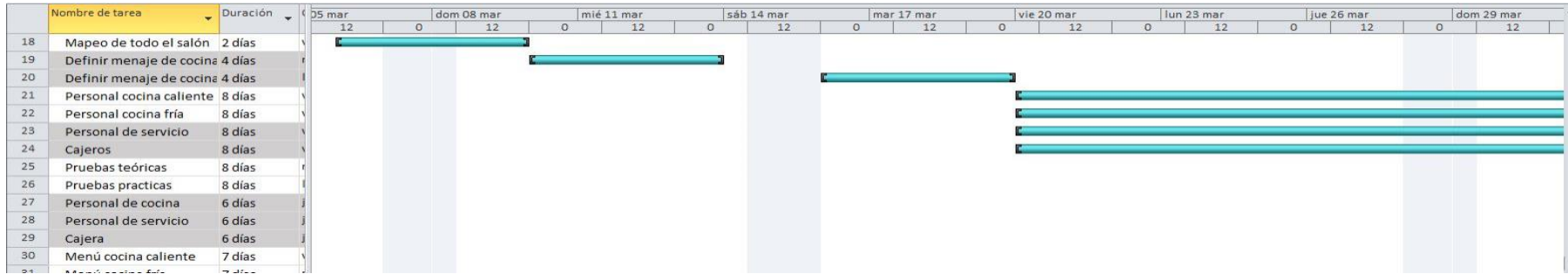
| | | | | | | | | |
|--|------|--------|----------------------|--|--|--------------------------------------|---------|---------|
| | | | | para los puestos de servicio | comprobada | trabajo | | |
| | | 4.2.02 | Cajeros | Selección de candidatos para los puestos de cajero | No personal sin experiencia comprobada | Perfiles de puestos de trabajo | 20/3/20 | 31/3/20 |
| Pruebas y selección del personal | 4.3. | 4.3.01 | Pruebas teóricas | Pruebas teóricas a los aspirantes | Personal pre seleccionado | Pruebas de conocimiento de cada área | 1/4/20 | 10/4/20 |
| | | 4.3.02 | Pruebas practicas | Pruebas teóricas a los aspirantes | Personal pre seleccionado | Pruebas de conocimiento de cada área | 13/4/20 | 22/4/20 |
| Contratación y capacitación del personal | 4.4. | 4.4.01 | Personal de cocina | Firma de contrato | Contrato no menor a un año | Personal ya escogido | 23/4/20 | 30/4/20 |
| | | 4.4.02 | Personal de servicio | Firma de contrato | Contrato no menor a un | Personal ya escogido | 23/4/20 | 30/4/20 |

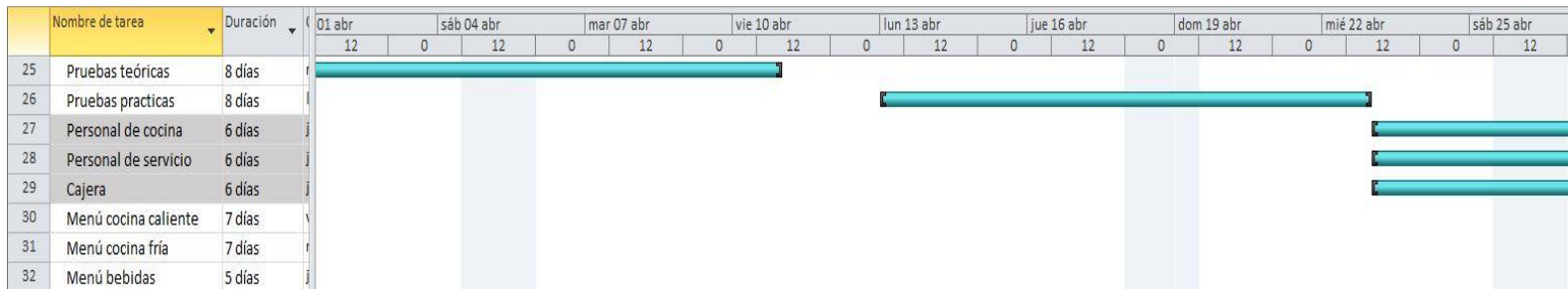
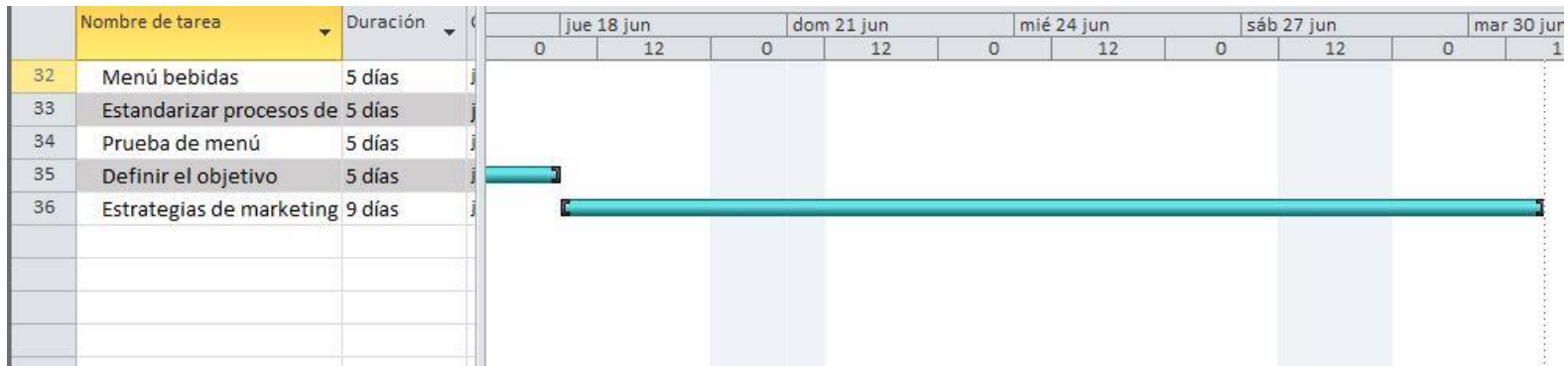
| | | | | | | | | | |
|---|---------------------|------|--------|---|--|----------------------------|----------------------------------|---------|---------|
| | | | | | | año | | | |
| | | | 4.4.03 | Cajera | Firma de contrato | Contrato no menor a un año | Personal ya escogido | 23/4/20 | 30/4/20 |
| 5 | Definición del menú | 5.1. | 4.5.01 | Menú cocina caliente | Pruebas de posibles platos cocina caliente | | Platos aprobados por el sponsor | 1/5/20 | 11/5/20 |
| | | | 4.5.02 | Menú cocina fría | Pruebas de posibles platos cocina fría | | Platos aprobados por el sponsor | 12/5/20 | 20/5/20 |
| | | | 4.5.03 | Menú bebidas | Pruebas de posibles bebidas | | Bebidas aprobadas por el sponsor | 21/5/20 | 27/5/20 |
| | Recetas Estándar | 5.2. | 5.2.01 | Estandarizar procesos de las diferentes áreas | Recetas estándar físicas para todo el personal | | Aprobados por el sponsor | 28/5/20 | 3/6/20 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|------|---------|--------------------------|--|------------------------------------|--------------------------|---------|---------|
| | Degustación del menú | 5.3. | 5.3.01 | Prueba de menú | Degustación del menú seleccionado | | Aprobados por el sponsor | 4/6/20 | 10/6/20 |
| 6 | Definición de medios y formas de llegar al target deseado | 6.1. | 6.1.01 | Definir el plan | Definir el plan para llegar al target deseado. | Objetivos no menores a 2 años | Aprobados por el sponsor | 11/6/20 | 17/6/20 |
| | Elaboración del plan de marketing | 6.2. | 6.2.01. | Estrategias de marketing | Definir estrategias para poder cumplir con el objetivo del plan de marketing | Plan de marketing no menor a 1 año | Aprobados por el sponsor | 18/6/20 | 30/6/20 |

Anexo # 3 Cronograma

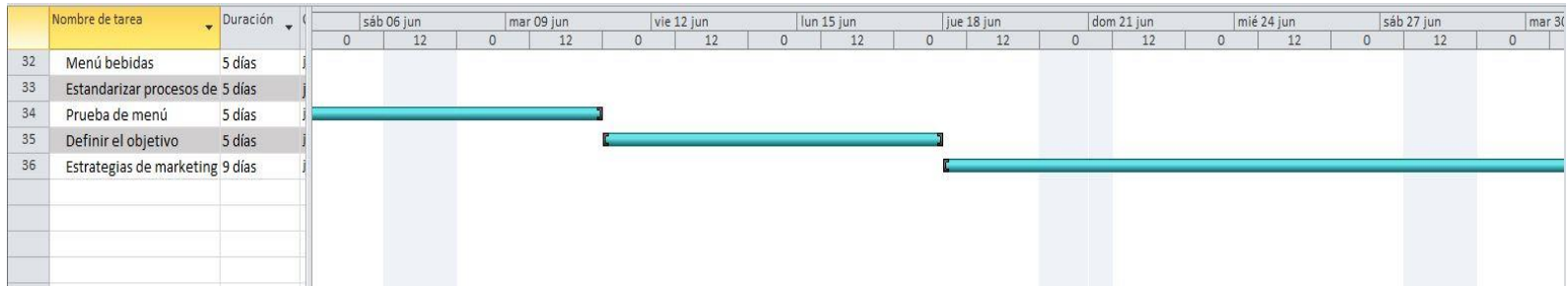






| Nombre de tarea | Duración | 22 abr | | sáb 25 abr | | mar 28 abr | | vie 01 may | | lun 04 may | | jue 07 may | | dom 10 may | | mié 13 may | | sáb 16 may | | | |
|-------------------------|----------|--------|---|------------|---|------------|---|------------|---|------------|---|------------|---|------------|---|------------|---|------------|---|--|--|
| | | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | | |
| 26 Pruebas practicas | 8 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 27 Personal de cocina | 6 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 28 Personal de servicio | 6 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 29 Cajera | 6 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 30 Menú cocina caliente | 7 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 31 Menú cocina fría | 7 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 32 Menú bebidas | 5 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Nombre de tarea | Duración | mié 13 may | | sáb 16 may | | mar 19 may | | vie 22 may | | lun 25 may | | jue 28 may | | dom 31 may | | mié 03 jun | | sáb 06 jun | | | |
|-----------------------------|----------|------------|----|------------|----|------------|----|------------|----|------------|----|------------|----|------------|----|------------|----|------------|----|--|--|
| | | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | 0 | 12 | | |
| 31 Menú cocina fría | 7 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 32 Menú bebidas | 5 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 33 Estandarizar procesos de | 5 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 34 Prueba de menú | 5 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 35 Definir el objetivo | 5 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 36 Estrategias de marketing | 9 días | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



Anexo # 4 Estimación de costos

| ESTIMACION DE COSTOS | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------------|----------|------------|---------------------|-------------|---------|----------|------------|----------------|-------------|--|
| NOMBRE DEL PROYECTO | | | | | LIDER DEL PROYECTO | | | | | | | | | | |
| Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | | | | DIEGO ALBUJA | | | | | | | | | | |
| Código paquete de trabajo | Nombre del paquete de trabajo | Código de paquete de trabajo | Actividades paquete de trabajo | Nombre de la actividad | Recursos humanos | | | Recursos materiales | | | | | | | |
| | | | | | Recurso | Unidades | Cantidades | Costo unitario | Costo total | Recurso | Unidades | Cantidades | Costo unitario | Costo total | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------|------|--------|---|--------------|----------------|------|------|-------|--|--|--|--|--|
| 1 | Planos del local | 1.1. | 1.1.01 | Kick off Proyecto | PM | hora s/hom bre | 2,00 | 8,33 | 16,66 | | | | | |
| | | | 1.1.02 | Describir áreas del local | ARQ | hora s/hom bre | 2,00 | 8,00 | 16,00 | | | | | |
| | | | 1.1.03 | Identificar conexiones existentes de electricidad | Electricista | hora s/hom bre | 2,00 | 3,00 | 6,00 | | | | | |
| | Renta del local | 1.2. | 1.2.01 | Definir Contrato | Abogado | hora s/hom bre | 1,00 | 8,00 | 8,00 | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------|------|--------|-------------------------------------|--------------|--------------|------|------|-------|--|--|--|--|--|
| 2 | Salón | 2.1. | 2.1.01 | Realizar mapeo de lámparas | Electricista | horas/hombre | 3,00 | 3,00 | 9,00 | | | | | |
| | | | 2.1.02 | Realizar mapeo del área de servicio | ARQ | horas/hombre | 2,00 | 8,00 | 16,00 | | | | | |
| | | | 2.1.03 | Realizar mapeo de puntos de luz | Electricista | horas/hombre | 2,00 | 3,00 | 6,00 | | | | | |
| | Cocina | 2.2. | 2.2.01 | Equipos de cocina | CHE F | horas/hom | 2,00 | 4,00 | 8,00 | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------|------|--------|--------------------------------|---------------|----------------|------|------|-------|--|--|--|--|--|
| | | | | | bre | | | | | | | | | |
| | | | 2.2.02 | Mapeo de equipos de cocina | ARQ | hora s/hom bre | 2,00 | 8,00 | 16,00 | | | | | |
| | | | 2.2.03 | Puntos de desagü e | ARQ | hora s/hom bre | 1,00 | 8,00 | 8,00 | | | | | |
| | | | 2.2.04 | Puntos de luz | Elect ricista | hora s/hom bre | 1,00 | 3,00 | 3,00 | | | | | |
| 3 | Instalacio nes eléctricas | 3.1. | 3.1.01 | Mapeo de puntos de luz y tomas | ARQ | hora s/hom bre | 2,00 | 8,00 | 16,00 | | | | | |
| | | | 3.1.02 | Revisió n de | Elect ricista | hora s/ | 3,00 | 3,00 | 9,00 | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------|--------|---|----------|--------------------------|------|------|-------|--|--|--|--|--|--|
| | | | cables existentes | a | hom bre | | | | | | | | | |
| Instalación de equipos | 3.2. | 3.2.01 | Definir equipos de cocina | CHE F | hora s/ hom bre | 1,00 | 4,00 | 4,00 | | | | | | |
| | | 3.2.02 | Definir ubicación de los equipos de cocina | CHE F | hora s/ hom bre | 2,00 | 4,00 | 8,00 | | | | | | |
| | | 3.2.03 | Mapear la cocina con los equipos | ARQ | hora s/ hom bre | 3,00 | 8,00 | 24,00 | | | | | | |
| Adecuaciones del | 3.3. | 3.3.01 | Mapeo de todo | ARQ | hora s/ | 2,00 | 8,00 | 16,00 | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|------|----------|-----------------------------------|------------|--------------------------|------|------|-----------|--|--|--|--|--|
| | salón del restaurante | | el salón | | hom bre | | | | | | | | | |
| | Menaje del restaurante | 3.4. | 3.4.01 | Definir menaje de cocina caliente | CHE F | hora s/ hom bre | 4,00 | 4,00 | 16, 00 | | | | | |
| | | | 3.4.02 | Definir menaje de cocina fría | CHE F | hora s/ hom bre | 4,00 | 4,00 | 16, 00 | | | | | |
| 4 | Búsqueda personal de cocina fría y caliente | 4.1. | 4.1.01 | Personal cocina caliente | CHE F | hora s/ hom bre | 6,00 | 4,00 | | | | | | |
| | | | 4.1.02 | Personal cocina fría | CHE F | hora s/ hom bre | 6,00 | 4,00 | 24, 00 | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|------|--------|----------------------|---------------------|--------------|------|------|-------|------------------|-------|-------|------|-------|
| Personal de servicio | 4.2. | 4.2.01 | Personal de servicio | CAPITAN DE SERVICIO | horas/hombre | 6,00 | 3,00 | 18,00 | | | | | |
| | | 4.2.02 | Cajeros | CONTADORA | horas/hombre | 6,00 | 6,00 | 36,00 | | | | | |
| Pruebas y selección del personal | 4.3. | 4.3.01 | Pruebas teóricas | CHEF | horas/hombre | 6,00 | 4,00 | 24,00 | hojas bolígrafos | 20 | 20,00 | 1,50 | 30,00 |
| | | 4.3.02 | Pruebas prácticas | CHEF | horas/hombre | 6,00 | 4,00 | 24,00 | Ingredientes | kilos | 4,00 | 8,00 | 32,00 |
| Contratación del personal | 4.4. | 4.4.01 | Personal de cocina | CONTADORA | horas/hom | 1,00 | 6,00 | 6,00 | | | | | 0,00 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|------|--------|----------------------|------------|--------------|------|------|-------|--------------|-------|------|--------|--------|
| | | | | | bre | | | | | | | | | |
| | | | 4.4.02 | Personal de servicio | CON TADORA | horas/hombre | 1,00 | 6,00 | 6,00 | | | | | 0,00 |
| | | | 4.4.03 | Cajera | CON TADORA | | 1,00 | 6,00 | 6,00 | | | | | 0,00 |
| 5 | Definición del menú | 5.1. | 4.5.01 | Menú cocina caliente | CHE F | horas/hombre | 6,00 | 4,00 | 24,00 | ingredientes | kilos | 2,00 | 100,00 | 200,00 |
| | | | 4.5.02 | Menú cocina fría | CHE F | horas/hombre | 6,00 | 4,00 | 24,00 | ingredientes | kilos | 2,00 | 100,00 | 200,00 |
| | | | 4.5.03 | Menú bebidas | CHE F | horas/hombre | 6,00 | 4,00 | 24,00 | ingredientes | kilos | 2,00 | 100,00 | 200,00 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|------|--------|---|---------------------|----------------|------|-------|-------|------------------|-----------|-------|--------|----------|
| | Recetas Estándar | 5.2. | 5.2.01 | Estandarizar procesos de las diferentes áreas | CHE F | hora s/hom bre | 4,00 | 4,00 | 16,00 | Hoja s impr esas | unid ades | 0,05 | 200,00 | 10,00 |
| | Degustación del menú | 5.3. | 5.3.01 | Prueba de menú | CHE F | hora s/hom bre | 6,00 | 4,00 | 24,00 | Ingred ient es | kilos | 12,00 | 300,00 | 3.600,00 |
| 6 | Definición de medios y formas de llegar al target deseado | 6.1. | 6.1.01 | Definir medios | GER ENT E GEN ERA L | hora s/hom bre | 2,00 | 12,00 | 24,00 | | | | | 0,00 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|------|--------|--------------------------|-------------------|----------------------|------|------|-----------|--|--|--|--|--|--|--|------|
| | Elaboración del plan de marketing | 6.2. | 6.2.01 | Estrategias de marketing | MAR KETI NG | horas/ hom bre | 4,00 | 4,00 | 16, 00 | | | | | | | | 0,00 |
|--|-----------------------------------|------|--------|--------------------------|-------------------|----------------------|------|------|-----------|--|--|--|--|--|--|--|------|

Anexo # 5 Matriz de comunicaciones

| PLAN DE COMUNICACIONES | | | | | | | | |
|--|--|---------|------------------|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|--|--|
| NOMBRE DEL PROYECTO | | | | | | LIDER DEL PROYECTO | | |
| Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | | | | | Diego Albuja | | |
| Información | Contenido | Formato | Nivel de Detalle | Responsable de Comunicar | Grupo Receptor | Metodología o Tecnología | Canal | Frecuencia de Comunicación |
| Inicio del proyecto | Acta de constitución | PDF | Bajo | Gestor proyecto | Todos los interesados | Plantilla | Reunión presencial | Una sola vez |
| Planificación | Línea base del alcance | PDF | Alto | Gestor proyecto | Interesados clave, equipo de trabajo | Plantilla | Documento digital (PDF) VIA CORREO CORPORATIVO | Una sola vez |
| Planificación | Plan de dirección del proyecto | PDF | Alto | Gestor proyecto | Interesados clave, equipo de trabajo | Plantilla | Documento digital (PDF) VIA CORREO CORPORATIVO | Una sola vez (posteriormente se comunican cambios) |
| Avance proyecto | Datos de desempeño | Ficha | Medio | Equipo de trabajo | Gestor proyecto | Formulario | Reunión presencial | Diario |
| Avance proyecto | Informe de seguimiento | PDF | Medio | Gestor proyecto | Cliente | Plantilla | Reunión presencial | Mensual |
| Cambios | Plan de dirección del proyecto actualizado | Ficha | Medio | Gestor proyecto | Interesados clave, equipo de trabajo | Formulario | Reunión presencial | Semanal (o antes si hay cambios urgentes) |

Anexo # 6 Plan de respuesta a riesgos

| FECHA | | NOMBRE DEL PROYECTO | | | | | | LIDER DEL PROYECTO | | |
|--------|-----------|--|-----------|------|---------|----|---------|--------------------|---|-------------------|
| | | Plan de negocio para la apertura de una nueva sucursal del restaurante ONO Sushi Bar en la ciudad de Quito | | | | | | DIEGO ALBUJA | | |
| ID EDT | ID RIESGO | RIESGO (CAUSA - EFECTO - RIESGO) | CATEGORIA | PROB | IMPACTO | PX | RANKING | GESTION | RESPUESTA PLANIFICADA | TIPO DE RESPUESTA |
| 1.2 | R01 | Una incorrecta selección del área del local, puede provocar riesgos en la recolección de información | Técnico | 3 | 4 | 12 | 1 | Eliminar | Gestionar de manera óptima la información necesaria | Evitar |

| | | | | | | | | | | |
|-----|-----|---|---------|---|---|----|---|----------|--|--------|
| | | de los quipos necesarios de cocina | | | | | | | | |
| 2.2 | R02 | Un incorrecto diseño del área de cocina causaría retrasos en instalaciones de equipos | Técnico | 3 | 6 | 18 | 2 | Eliminar | Gestionar de manera óptima todo el diseño de la cocina | Evitar |
| 3.1 | R03 | Una incorrecta inspección de las áreas eléctricas causaría daños y demoras en las | Técnico | 3 | 9 | 27 | 3 | Eliminar | Gestionar de manera óptima la inspección. | Evitar |

| | | | | | | | | | | |
|-----|-----|--|---------|---|----|----|---|----------|--|--------|
| | | instalaciones | | | | | | | | |
| 5.1 | R04 | Una incorrecta definición de menú causaría retrasos en la elaboración de la carta | Gestión | 2 | 2 | 4 | 4 | Eliminar | Gestionar de manera óptima los requisitos Reuniones con el sponsor para aprobación del nuevo menú | Evitar |
| 6.1 | R05 | Una incorrecta determinación de los objetivos retrasaría la elaboración del mercadeo | Técnico | 4 | 16 | 64 | 5 | Eliminar | Gestionar de manera óptima los requisitos Reuniones previas para definir de manera óptima los objetivos | Evitar |

