



**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA EN
EL SECTOR DE LULUNCOTO, SUR DE QUITO”**

LESLY MICHELL ALVEAR MONTEROS

Director
Msc. Christian Carvajal

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología Superior en
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional
Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 19 agosto de 2023

DEDICATORIA

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi esposo, quien has sido mi roca, mi compañero y mi fuente constante de apoyo a lo largo de este viaje educativo. Su amor incondicional, paciencia y aliento inquebrantable han sido mi mayor motivación. Esta culminación de mi carrera es un tributo a nuestra dedicación como pareja y a su constante apoyo en cada paso de este camino. Gracias por ser mi inspiración y mi mayor defensor.

Este logro también lo dedico a mis padres que con su amor, orientación y sacrificio han sido la base de mi éxito. Desde el primer día de mi educación hasta hoy, han estado ahí para apoyarme y brindarme las herramientas que necesitaba para triunfar. Esta culminación de mi carrera es un testimonio de su compromiso como padres. Gracias por creer en mí y por ser mis guías a lo largo de este viaje.

Dedico este paso a mis suegros quienes han sido un regalo invaluable. Sus palabras de aliento y consejos sabios han sido un faro en momentos de duda. Estoy agradecida por tenerlos como parte de mi vida y por el apoyo que me han brindado durante estos años de estudio.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia quiero agradecer a Dios por permitirme la vida y tener esta experiencia tan grata de lograr un objetivo. Me siendo agradecida por sus bendiciones y fortaleza que han sido mi luz en los momentos más oscuros y mi inspiración constante. Este logro es un tributo a su amor y sabiduría infinitos. Te agradezco de todo corazón por ser mi refugio y mi mayor apoyo.

A mi amado esposo por su amor incondicional, apoyo inquebrantable y comprensión constante han sido el viento bajo mis alas. Ha compartido mi carga en los momentos difíciles y celebrado conmigo en los triunfos. Esta culminación de mi carrera es un reflejo de nuestro trabajo en equipo y de la fuerza que encontramos juntos. Gracias por ser mi compañero de vida y mi motivación.

A mis padres por su amor, sacrificio y orientación me han llevado hasta este momento. Han sido mis modelos para seguir y mis defensores más leales desde el principio. Esta culminación de mi carrera es un testimonio de su dedicación como padres. Gracias por creer en mí y por estar a mi lado en este viaje.

A mis queridos suegros por su apoyo inquebrantable y cariño han sido un regalo inestimable en mi vida. Agradezco sinceramente su constante respaldo y amistad. Este logro es también un reconocimiento a la familia que he encontrado en ustedes.

AUTORÍA

Yo, **Lesly Michell Alvear Monteros**, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Lesly Michell Alvear Monteros

D.M. Quito, 19 de agosto de 2023

Ing. Juan Carlos Chiriboga

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Certifico haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Juan Carlos Chiriboga

D.M. Quito, 19 de agosto de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Ing. Juan Carlos Chiriboga** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sta. **Lesly Michell Alvear Monteros**, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - La Sta. **Lesly Michell Alvear Monteros** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida típica en el sector de Luluncoto, sur de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de **Ing. Juan Carlos Chiriboga**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos de titulación se apliquen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Juan Carlos Chiriboga** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sta. **Lesly Michell Alvear Monteros**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida típica en el sector de Luluncoto, sur de Quito”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Ing. Juan Carlos Chiriboga

Lesly Michell Alvear Monteros

D.M. Quito, 19 de agosto de 2023.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORÍA.....	4
CERTIFICACIÓN	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA..	6
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	12
RESUMEN.....	14
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	15
CREACIÓN DE LA EMPRESA.....	15
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	15
<i>Importancia</i>	15
<i>Características</i>	16
ACTIVIDAD.....	17
TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA.....	17
<i>Microempresa</i>	17
ESTUDIO ARQUITECTÓNICO	19
ESTRUCTURA DEL RESTAURANTE	20
NECESIDADES QUE SATISFACER	20
<i>Necesidades fisiológicas</i>	21
<i>Necesidad de seguridad</i>	22
<i>Necesidad Social</i>	23
<i>Necesidad de autoestima</i>	24
<i>Necesidad de autorrealización</i>	24
LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	25
FILOSOFÍA EMPRESARIAL	25
<i>Misión</i>	26
<i>Visión</i>	26
OBJETIVOS	26
META	27
ESTRATEGIAS	27
<i>Estrategias Genéricas</i>	27
POLÍTICAS	29
<i>La empresa</i>	29
<i>Los trabajadores</i>	29
FODA	30
<i>Fortalezas</i>	30
<i>Oportunidades</i>	30
<i>Debilidades</i>	30
<i>Amenazas</i>	30

DESARROLLO ORGANIZACIONAL	31
TIPO DE ESTRUCTURA	31
FORMALIZACIÓN	32
CENTRALIZACIÓN – DESCENTRALIZACIÓN	33
<i>Integración</i>	33
<i>Organigrama empresarial</i>	35
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	39
OBJETIVO DE MERCADOTECNIA	39
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	39
<i>Modalidad</i>	40
<i>Plan de muestreo</i>	40
ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	42
<i>Pregunta 1</i>	42
<i>Pregunta 2</i>	43
<i>Pregunta 3</i>	44
<i>Pregunta 4</i>	45
<i>Pregunta 5</i>	46
<i>Pregunta 6</i>	47
<i>Pregunta 7</i>	48
<i>Pregunta 8</i>	49
<i>Pregunta 9</i>	50
<i>Pregunta 10</i>	51
<i>Pregunta 11</i>	52
<i>Pregunta 12</i>	53
<i>Análisis General</i>	54
ENTORNO EMPRESARIAL	55
<i>Microentorno</i>	55
PRODUCTO Y SERVICIO	60
<i>Producto Esencial</i>	60
<i>Producto real</i>	60
<i>Características</i>	61
<i>Calidad</i>	62
<i>Estilo</i>	62
<i>Marca</i>	63
<i>Producto aumentado</i>	63
PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	64
<i>Distintivos y Uniformes</i>	64
<i>Materiales de identificación</i>	67
<i>Tarjetas de presentación</i>	68
<i>Hoja membretada</i>	69
CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS	70
<i>Promoción</i>	70
<i>Contacto</i>	70
<i>Correspondencia</i>	70
<i>Negociación</i>	70

<i>Financiamiento</i>	71
<i>Riesgo y oportunidades del negocio</i>	71
FIJACIÓN DE PRECIOS	71
<i>Fijación de precios por receta estándar.</i>	72
IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO	74
ARRIENDO DEL LOCAL	74
<i>Equipos industriales.</i>	74
<i>Equipos de computación.</i>	75
<i>Muebles y enseres.</i>	75
<i>Equipos industriales de seguridad.</i>	76
<i>Suministros de oficina.</i>	76
<i>Servicios básicos.</i>	76
<i>Materiales de limpieza.</i>	77
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	78
TAMAÑO Y TIPO DE EMPRESA	78
ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	79
<i>Pasos para realizar el trámite.</i>	80
RESERVA DE NOMBRE	81
ELABORACIÓN DE LA ESCRITURA PÚBLICA	81
REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC).....	81
<i>Requisitos</i>	81
<i>Pasos para obtener el RUC</i>	83
OBTENCIÓN DE PATENTE MUNICIPAL.....	84
<i>Requisitos</i>	84
<i>Trámite</i>	85
<i>Patente municipal en línea – 2023.</i>	85
REGISTRO ANTE EL MINISTERIO DE TRABAJO	85
OBTENCIÓN DE LICENCIAS Y PERMISOS ADICIONALES	85
CUMPLIMIENTO DE OTRAS REGULACIONES.....	86
ARCSA	86
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	87
IMPACTO AMBIENTAL.....	87
IMPACTO SOCIAL	89
PROCESO FINANCIERO	91
INTRODUCCIÓN	91
ACTIVOS FIJOS	91
CAPITAL DE TRABAJO.....	92
SUELDOS	93
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS.....	95
TABLA DE AMORTIZACIÓN	96
ESTRUCTURA CAPITAL	97
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	97
COSTO DE VENTAS	100
FLUJO DE CAJA	102
CÁLCULO DEL TIR Y EL VAN.....	103

VAN (<i>Valor Actual Neto</i>)	103
TIR (<i>Tasa Interna de Retorno</i>).....	104
CONCLUSIONES	106
RECOMENDACIONES	107
REFERENCIAS	108
ANEXOS	115

Índice De Tablas

Tabla 1 <i>Detalles generales del Gerente - Propietario</i>	36
Tabla 2 <i>Criterios de valoración del Gerente - Propietario</i>	36
Tabla 3 <i>Detalles generales del Chef</i>	37
Tabla 4 <i>Criterios de valoración del Chef</i>	37
Tabla 5 <i>Detalles generales del Auxiliar de servicios</i>	38
Tabla 6 <i>Criterios de valoración del Auxiliar de servicios</i>	38
Tabla 7 <i>Consume mariscos</i>	42
Tabla 8 <i>En que sitios prefiere comer mariscos</i>	43
Tabla 9 <i>Seleccione los platos de mariscos que usted consume con mayor frecuencia</i>	44
Tabla 10 <i>Con qué bebidas prefiere acompañar sus platos de mariscos</i>	45
Tabla 11 <i>Qué productos prefiere picar para servirse un plato de mariscos</i>	46
Tabla 12 <i>Con qué frecuencia suele comer mariscos</i>	47
Tabla 13 <i>Cuando usted va a una marisquería lo hace</i>	48
Tabla 14 <i>Cuanto está dispuesto a pagar como valor máximo por el consumo de un plato de mariscos en una cevichería</i>	49
Tabla 15 <i>En que jornada del día prefiere comer mariscos</i>	50
Tabla 16 <i>Que medios usted utiliza para informarse respecto a restaurantes de mariscos</i>	51
Tabla 17 <i>Seleccione las razones por las cuales usted decide comer en un local de mariscos</i>	52
Tabla 18 <i>Está de acuerdo con la implementación de una marisquería que le oferte alimentos sanos, presente un ambiente limpio y preste servicios de calidad</i>	53

Tabla 19 <i>Proveedores de “Picantería Calderón”</i>	57
Tabla 20 <i>Productos que oferta la Picantería Calderón</i>	61
Tabla 21 <i>Financiamiento de publicidad por un año</i>	71
Tabla 22 <i>Receta estándar de costos, encebollado</i>	73
Tabla 23 <i>Arriendo del local</i>	74
Tabla 24 <i>Equipos industriales</i>	74
Tabla 25 <i>Equipos de computación</i>	75
Tabla 26 <i>Muebles y enseres</i>	75
Tabla 27 <i>Equipos industriales de seguridad</i>	76
Tabla 28 <i>Suministros de oficina</i>	76
Tabla 29 <i>Servicios básicos</i>	76
Tabla 30 <i>Materiales de limpieza</i>	77
Tabla 31 <i>Activos fijos</i>	91
Tabla 32 <i>Capital de trabajo</i>	93
Tabla 33 <i>Capital de inversión</i>	93
Tabla 34 <i>Sueldos</i>	94
Tabla 35 <i>Décimos</i>	94
Tabla 36 <i>Sueldo total</i>	94
Tabla 37 <i>Depreciación de activos fijos</i>	95
Tabla 38 <i>Tabla de Amortización</i>	96
Tabla 39 <i>Estructura de capital</i>	97
Tabla 40 <i>Costos fijos mensuales</i>	98
Tabla 41 <i>Margen de contribución</i>	99
Tabla 42 <i>Punto de equilibrio</i>	99
Tabla 43 <i>Ventas proyectadas</i>	100
Tabla 44 <i>Costo de ventas</i>	101
Tabla 45 <i>Flujo de caja</i>	102
Tabla 46 <i>Interpretación del VAN</i>	103
Tabla 47 <i>Interpretación de TIR</i>	104
Tabla 48 <i>VAN, TIR y TMAR</i>	105

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Esquema y distribución de la "Picantería Calderón"</i>	20
Figura 2 <i>Pirámide de Maslow</i>	20
Figura 3 <i>Ubicación de "Picantería Calderón"</i>	25
Figura 4 <i>Mapa de procesos de "Picantería Calderón"</i>	32
Figura 5 <i>Flujo de procesos de atención al cliente</i>	34
Figura 6 <i>Organigrama empresarial "Picantería Calderón"</i>	35
Figura 15 <i>Consume mariscos</i>	42
Figura 16 <i>En que sitios prefiere comer mariscos</i>	43
Figura 17 <i>Seleccione los platos de mariscos que usted consume con mayor frecuencia</i>	44
Figura 18 <i>Con qué bebidas prefiere acompañar sus platos de mariscos</i>	45
Figura 19 <i>Qué productos prefiere picar para servirse un plato de mariscos</i>	46
Figura 20 <i>Con qué frecuencia suele comer mariscos</i>	47
Figura 21 <i>Cuando usted va a una marisquería lo hace</i>	48
Figura 22 <i>Cuanto está dispuesto a pagar como valor máximo por el consumo de un plato de mariscos en una cevichería</i>	49
Figura 23 <i>En que jornada del día prefiere comer mariscos</i>	50
Figura 24 <i>Que medios usted utiliza para informarse respecto a restaurantes de mariscos</i>	51
Figura 25 <i>Seleccione las razones por las cuales usted decide comer en un local de mariscos</i>	52
Figura 26 <i>Está de acuerdo con la implementación de una marisquería que le oferte alimentos sanos, presente un ambiente limpio y preste servicios de calidad</i>	53
Figura 27 <i>Microentorno de Picantería Calderón</i>	55
Figura 28 <i>Ubicación de Picantería Calderón</i>	56
Figura 29 <i>Macroentorno de "Picantería Calderón"</i>	58
Figura 30 <i>Uniforme de administrador</i>	64
Figura 31 <i>Uniforme de Chef</i>	65
Figura 32 <i>Uniforme de Auxiliar de servicios</i>	66

Figura 33 <i>Imagotipo de “Picantería Calderón”</i>	67
Figura 34 <i>Anverso de tarjeta “Picantería Calderón”</i>	68
Figura 35 <i>Reverso de la tarje “Picantería Calderón”</i>	68
Figura 36 <i>Hojas membretadas de “Picantería Calderón”</i>	69
Figura 27 <i>Gráfica, punto de equilibrio</i>	100

“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida típica en el sector de Luluncoto, sur de Quito.”

Lesly Michell Alvear Monteros.

Ing. Juan Carlos Chiriboga

D.M. Quito, 19 de agosto de 2023

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad la elaboración de un Proyecto de factibilidad para la implementación del restaurante “Picantería Calderón”, mismo que estará ubicado al sur oriental de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, calles Bulan y Saquisilí.

Este negocio ofrece una variedad de platos y bebidas especialmente mariscos, tales como ceviches, encebollados, cazuelas y entre otros; el proyecto tiene como objetivo crear una empresa con un ambiente acogedor y temático de la región Costa.

El trabajo se divide en varios apartados, los mismos que tratarán acerca de cómo crear la empresa, cuál será la visión, misión y objetivos. Por otro lado, se realizará un proceso de investigación de mercados y marketing. Se revisará cuáles son los documentos que se debe tener para la creación de la empresa, cuáles serían los impactos ambientales y sociales, así como también realizará un análisis financiero con la finalidad de ver si el negocio es rentable o no.

Luego de haber finalizado todos los puntos importantes para la creación de la empresa se realizó las conclusiones y recomendaciones que se deben tomar en cuenta al momento de implementarla.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

“Picantería Calderón” es creada con el fin de proporcionar a las personas un lugar confiable para servirse los alimentos, es indispensable contar con un lugar seguro al cual acudir para disfrutar de una buena sazón casera. La Picantería Calderón ofrecerá a su distinguida clientela exquisitos platos típicos mar y tierra los cuales son encebollado, ceviche de camarón y concha, menudo con morcilla, guatita y como una bebida típica la conocida chicha.

Cuando se hace referencia a la alimentación, se está hablando de una necesidad básica para el ser humano, es decir, es esencial alimentarse para mantenerse con vida. En lo que respecta a la comida, no hay nada mejor que saborear una sazón exquisita. Una receta en sí misma carece de alma. Es el cocinero quien debe imprimirle su propia esencia a la receta. (Keller, 2012)

Descripción de la empresa

Importancia

La alimentación es una necesidad vital para el ser humano, por lo cual las personas siempre buscan un lugar que sea adecuado para alimentarse y la mayoría de las veces quieren que su comida tenga sazón casera. Los alimentos que se consumen diariamente aportan al organismo cantidades específicas de nutrientes. El conjunto de todos ellos constituye aporte energético, vitamínico, mineral y proteico. (Paez, 2006)

.

Es de gran importancia proporcionar al cliente un producto con el cual se sienta satisfecho, cuando se hace referencia al tema de alimentación es precisa una diferenciación por algunas características como precio, presentación y sabor. El fin es atraer a la mayor cantidad de clientela posible y que esta no sea solamente de una semana, sino que sean constantes en el consumo de los alimentos. La Picantería Calderón se va a centrar en hacer la estadía de los comensales algo ameno al momento de servirse un plato de comida.

Características

La Picantería Calderón tiene la obligación de proporcionar a sus clientes la mejor atención que sea posible así también realizar los alimentos con los mejores estándares de calidad y que los ingredientes sean tratados de tal forma que no se perjudique ni haya muchos residuos de alimentos que deban ser votados a la basura, la Picantería Calderón va a realizar sus platos en lugares adecuados al tratamiento que requieran los ingredientes es decir el espacio en el que se va a realizar la cocina van a estar acorde a lo requerido por la salubridad y bien estar de los comensales.

En la empresa el personal va a ser capacitado de tal forma que puedan ejecutar con excelencia el servicio a la comunidad que acude a servirse los alimentos en la picantería. Los trabajadores serán reclutados bajo un contrato de medio tiempo en días específicos de acuerdo con las cláusulas que sean aprobadas por el ministerio de trabajo. Contaran con la mayoría de los beneficios que sea posibles de acuerdo al flujo del negocio.

Respecto al medio ambiente se respetarán las normas sanitarias evitando así alguna causa que afecte al mismo, como los principales desechos son orgánicos ya que tienen que ver con comida se tiene la idea de entregar estos desechos como abono para las personas que necesiten y sea de utilidad para alimentar la tierra que produce las verduras y frutas que se requiere para el negocio.

Actividad

“Picantería Calderón” es una empresa de servicios catalogada como alimentos y bebidas en el Ecuador. Se enfoca en la producción, preparación y venta de una amplia variedad de platos que tienen como ingrediente principal los deliciosos productos del mar. Este tipo de establecimiento se encuentra en una posición ventajosa debido a la riqueza y diversidad de los recursos marinos en la costa ecuatoriana, lo que permite acceder a una gran variedad de mariscos frescos y de alta calidad.

Tamaño y distribución de la empresa

Microempresa

Una microempresa es una empresa pequeña de máximo diez empleados y una facturación acotada. (Pérez & Merino, 2021)

El restaurante "Picantería Calderón" se considera una microempresa en Ecuador debido a varias razones relacionadas con su tamaño, ingresos y empleados. En este país, las microempresas son clasificadas como aquellas que tienen características específicas en términos de tamaño y operaciones.

Tamaño reducido: Una de las principales características de una microempresa es que tiene un tamaño pequeño y opera con un número limitado de empleados y recursos. El restaurante "Picantería Calderón" probablemente tenga un espacio físico relativamente pequeño y un número limitado de mesas para atender a los clientes.

Nivel de ingresos: Las microempresas en Ecuador se definen por sus ingresos anuales. Según la legislación ecuatoriana, una microempresa tiene ingresos brutos anuales que no exceden un cierto límite establecido por las autoridades gubernamentales. Si los ingresos anuales del restaurante "Picantería Calderón" no superan ese límite, se consideraría una microempresa.

Cantidad de empleados: Otra característica clave de una microempresa es que tiene un número reducido de empleados. En Ecuador, se establece un límite en la cantidad de empleados para calificar como microempresa. Si el restaurante "Picantería Calderón" emplea a un número de trabajadores que no excede ese límite, entonces se consideraría una microempresa.

Operaciones locales: Las microempresas suelen operar en un ámbito local o regional, en lugar de tener una presencia nacional o internacional. Es probable que el restaurante "Picantería Calderón" atienda principalmente a clientes locales o turistas que visitan una zona específica en Ecuador.

Impacto en la comunidad: Las microempresas, como el restaurante "Picantería Calderón", a menudo tienen un impacto positivo en la comunidad local al generar empleo y contribuir a la economía local.

Es importante tener en cuenta que las definiciones y clasificaciones específicas de microempresas pueden variar según la legislación de cada país. En el caso de Ecuador, las características mencionadas anteriormente son comunes para clasificar un negocio como una microempresa según la normativa vigente en el país.

Estudio arquitectónico

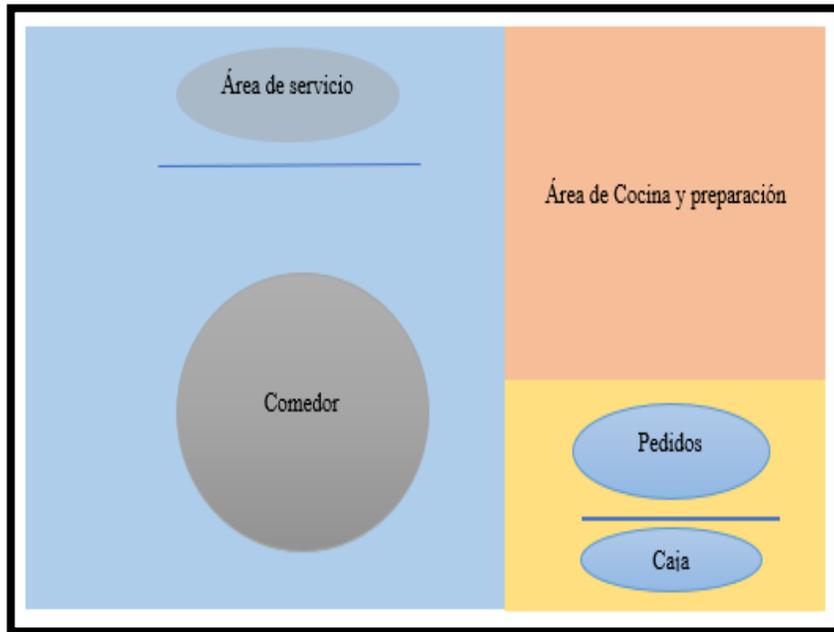
Para la estructura del restaurante se toma en cuenta el espacio requerido para las distintas áreas entre ellas la de cocina que es donde se va a preparar los alimentos, de repartición donde se distribuirá los pedidos y de servicio donde se encontrará caja y las sillas y mesas del restaurante.

Para distribuir los campos adecuados se toma en cuenta la necesidad de cada departamento y el número de personas que va a laborar dentro de los mismos, es esencial que las áreas no sean ajustadas más bien deben ser espaciosas.

Estructura del Restaurante

Figura 1

Esquema y distribución de la "Picantería Calderón"



Nota. – La figura es la representación de la distribución en espacio que tendrá el local.

Necesidades que satisfacer

Figura 2

Pirámide de Maslow



Nota. – Descripción de la pirámide de Maslow (Nacarro, 2019)

El nombre de la pirámide se debe a su autor, el psicólogo humanista norteamericano Abraham Maslow (1908-1970), que en la primera mitad del siglo XX formuló en su obra “Una teoría sobre la motivación humana” teoría de la pirámide de Maslow, una de las teorías de motivación más conocidas.

La teoría de la pirámide de las necesidades de Maslow explica de forma visual el comportamiento humano según sus necesidades. En la base de la pirámide aparecen las necesidades fisiológicas, que todos los humanos necesitan cubrir en primera instancia. Una vez cubiertas estas necesidades, se busca satisfacer las necesidades inmediatamente superiores, pero no se puede llegar a un escalón superior si no se ha cubierto antes los inferiores, o lo que es lo mismo, según se satisfacen las necesidades más básicas, se desarrollan necesidades y deseos más elevados. (Vicent Selva, 2019)

Necesidades fisiológicas

Las necesidades fisiológicas son aquellas que se vinculan con la supervivencia personal desde una perspectiva biológica o física, es decir, son las que, al ser satisfechas, aseguran la continuidad en la vida. (Editorial Etecé, 2023)

Considerando que “Picantería Calderón” es un establecimiento de alimentos y bebidas se ha detectado que este a través de su operación satisface diversas necesidades fisiológicas de los comensales al proporcionarles alimentos y bebidas para cubrir sus requerimientos nutricionales básicos. Algunas de las principales necesidades fisiológicas que un restaurante ayuda a satisfacer son las siguientes:

- **Alimentación:** El restaurante ofrece una amplia variedad de platos y bebidas que permiten a las personas satisfacer su necesidad de alimentarse. Los alimentos proporcionan los nutrientes y la energía necesarios para el funcionamiento óptimo del cuerpo.
- **Hidratación:** Junto con los alimentos, el restaurante también ofrece bebidas como agua, jugos, refrescos y bebidas calientes para mantener a los clientes hidratados, lo que es esencial para el buen funcionamiento de los órganos y sistemas corporales.
- **Saciedad del hambre:** Cuando las personas tienen hambre, el restaurante ofrece una opción conveniente para satisfacer esa necesidad inmediata
- **Satisfacción de gustos y preferencias:** Los restaurantes ofrecen una amplia variedad de platos que satisfacen las preferencias individuales de los comensales en cuanto a sabores, texturas y estilos culinarios.
- **Nutrición adecuada:** Un restaurante puede ofrecer opciones nutricionales balanceadas que incluyan proteínas, carbohidratos, grasas saludables, vitaminas y minerales, lo que ayuda a mantener una dieta equilibrada y contribuye a la salud y el bienestar general.

Necesidad de seguridad

"Picantería Calderón" satisface necesidades de seguridad para clientes y empleados, crea un entorno seguro y confiable con seguridad alimentaria dando protección de salud, seguridad laboral y física. Estas medidas contribuyen a generar confianza y fidelidad en los clientes para una operación exitosa y sostenible.

Necesidad Social

Proporciona un espacio para la socialización, el encuentro y la convivencia entre las personas. Los restaurantes, en general, actúan como lugares de reunión donde las personas pueden compartir momentos, interactuar y establecer conexiones sociales. En el caso específico de "Picantería Calderón", esta necesidad social se acentúa aún más debido a que se encuentra en la cultura ecuatoriana, donde las picanterías tradicionales son lugares icónicos para la socialización y la comunidad.

- **Espacio para encuentros:** El restaurante proporciona un ambiente acogedor y cómodo donde amigos, familiares y conocidos pueden reunirse para disfrutar de una comida juntos. Es un lugar propicio para celebrar eventos especiales, cumpleaños, reuniones familiares y encuentros informales.
- **Interacción social:** Al compartir una mesa en el restaurante, las personas pueden interactuar y conversar mientras disfrutan de la comida. Este tipo de interacción cara a cara es fundamental para fortalecer las relaciones y establecer nuevos lazos sociales.
- **Fomento de la comunidad:** "Picantería Calderón" contribuye a preservar y transmitir la identidad local y las costumbres a través de las generaciones.
- **Generación de conexiones:** Los restaurantes actúan como puntos de encuentro para personas de diferentes trasfondos, edades y ocupaciones. Esto crea una atmósfera diversa y enriquecedora, donde las personas pueden conocer a otros y establecer nuevas conexiones sociales.

- **Integraciones visitantes:** Los restaurantes, especialmente aquellos con enfoque cultural o tradicional como "Picantería Calderón", atraen a turistas y visitantes interesados en conocer y experimentar la gastronomía y las costumbres locales. Esto facilita la interacción entre locales y turistas, fomentando un intercambio cultural enriquecedor.

Necesidad de autoestima

"Picantería Calderón" puede satisfacer la necesidad de autoestima de sus clientes de varias maneras, fomentando una experiencia positiva y satisfactoria que influye en su percepción de sí mismos y en su autovaloración al proporcionar una experiencia gastronómica única, un ambiente acogedor y respetuoso, opciones que se ajusten a sus preferencias y necesidades, y al recibir reconocimiento social y retroalimentación positiva.

Necesidad de autorrealización

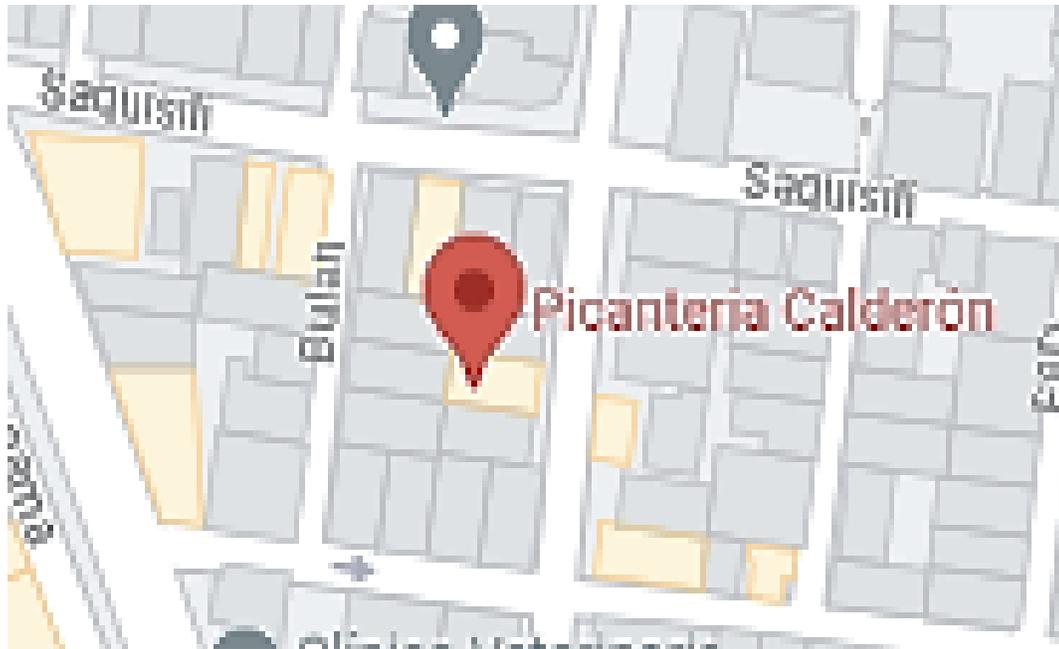
"Picantería Calderón" puede satisfacer la necesidad de autorrealización de sus clientes al brindarles una experiencia culinaria y cultural enriquecedora que les permite desarrollar su potencial, expresar su individualidad y vivir experiencias significativas al proporcionarles una experiencia gastronómica y cultural enriquecedora que les permite explorar, aprender, desarrollar su creatividad, vivir momentos memorables y conectar con la identidad cultural local. Al satisfacer esta necesidad, el restaurante ofrece a sus clientes oportunidades para el crecimiento personal y el desarrollo de su potencial, lo que contribuye a una experiencia significativa y gratificante.

Localización de la empresa

“Picantería Calderón” está ubicada al sur oriental de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, calles Bulan y Saquisilí

Figura 3

Ubicación de "Picantería Calderón"



Nota. - Presentación de la ubicación. (Maps, 2019)

Filosofía empresarial

Se trata de un conjunto de principios y convicciones que orientan todas las elecciones tomadas por una empresa. Además, establece los cimientos sobre los cuales una organización desarrollará sus productos y relaciones comerciales. (Da Silva, 2022)

Misión

Ofrecer platos que transmitan la esencia misma de la región Casta, rescatando recetas ancestrales y fusionándolas con un toque de creatividad y modernidad para deleitar los paladares de los comensales. “Picantería Calderón” trabaja en estrecha colaboración con productores locales para obtener los ingredientes más frescos y de calidad, promoviendo así el desarrollo sostenible de la comunidad.

Visión

Convertirnos en el referente culinario más destacado en la elaboración de platos en base de mariscos en la ciudad de Quito, ofreciendo una experiencia gastronómica auténtica y enriquecedora que trascienda los límites de los sentidos y despierte la pasión por la riqueza culinaria ecuatoriana.

Objetivos

- Proporcionar a los clientes un espacio digno de su convivencia y de servirse los alimentos con las mejores condiciones posibles.
- Suministrar productos alimenticios de la mejor calidad siempre respetando las normas de higiene establecidas
- Implementar en medida que sea posible servicios que sean de gran satisfacción para los clientes.

Meta

Aportar a la sociedad con un negocio donde puedan acudir a servirse platos típicos que sean del agrado de los clientes, a su vez crear confianza y gusto por consumir productos que son innatos de Ecuador

Estrategias

En la Picantería Calderón se van a aplicar estrategias de tipo genéricas las cuales van a ser implementadas para lograr conseguir el propósito de mantenerse en el mercado.

Estrategias Genéricas

Las estrategias genéricas de Porter describen como una compañía puede lograr ventaja competitiva frente a sus competidores obteniendo un rendimiento superior al de ellos. Para ello diferencia dos ventajas competitivas (bajos costes y diferenciación), que se pueden dividir en tres o cuatro mediante la segmentación de mercado.

- Resaltar su enfoque en la autenticidad de la cocina costeña, combinando sabores locales con un toque creativo y moderno para crear una propuesta única para los comensales.
- Realizar un análisis exhaustivo del mercado y buscar una ubicación estratégica en la ciudad de Quito que tenga acceso a un flujo constante de clientes potenciales.

- Crear un menú diverso que destaque los platos de la costa hechos en base de mariscos con el fin de ofrecer opciones al cliente de acuerdo a su preferencia.
- Capacitar a al personal de trabajo contantemente para marcar la diferencia en la experiencia del cliente.
- Diseñar una estrategia de marketing integral para promocionar la "Picantería Calderón" en redes sociales, publicidad local, colaboraciones con influencers gastronómicos y ofertas promocionales para atraer nuevos clientes y generar boca a boca positivo.
- Organizar eventos temáticos, degustaciones de platos costeños y actividades culturales que resalten la riqueza gastronómica del país. Estas experiencias pueden atraer a turistas y locales interesados en conocer más sobre la cultura culinaria de la región.
- Mantener altos estándares de calidad en la preparación de los platos y en el servicio al cliente. La consistencia en la calidad y la satisfacción del cliente son fundamentales para construir una reputación positiva y leal para el restaurante.
- Estar atento a las tendencias culinarias y las preferencias de los clientes. Realizar encuestas y recopilar comentarios para mejorar y adaptar constantemente la oferta gastronómica y el servicio según las necesidades y expectativas del público.
- Asegurarse de que la "Picantería Calderón" conserve su esencia y autenticidad en todo momento. Transmitir la pasión por la cocina tradicional costeña a través de cada plato y cada interacción con los clientes, para crear una experiencia verdaderamente inolvidable y significativa.

Políticas

La empresa

- Brindar la gran cantidad de beneficios que sean posibles a los colaboradores para que sientan de su lugar de trabajo como su segundo hogar.
- Cumplir con las obligaciones que estén establecidas de acuerdo a la ley con cada colaborador.
- Ofertar precios que sean de fácil acceso para los clientes y que sean de atracción para engancharlos como clientes frecuentes.
- Estar prestos a cualquier tipo de mejora que se pueda realizar dentro del negocio.

Los trabajadores

- Preparados para proporcionar la mejor atención a los comensales.
- Cumplir con las labores que sean designadas a cada trabajador.
- Tratar a los clientes con calidez demostrando el espíritu de servicio que debe caracterizar a la Picantería Calderón.
- Acudir al lugar de trabajo bien presentados, demostrando puntualidad y respeto al negocio y a sus compañeros.

FODA

El método conocido como análisis FODA se emplea para la identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en un contexto empresarial. Aunque su aplicación es común en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas de gran envergadura y otras entidades, el análisis FODA puede ser utilizado tanto en ámbitos profesionales como en aspectos personales. Esta herramienta, simple pero poderosa, ayuda a reconocer las oportunidades de mejora en términos de competitividad, facilitando la labor de del negocio y del equipo. (Raeburn, 2021).

Fortalezas.

- Personal capacitado y con experiencia.
- Cuenta con local propio.
- Diversidad de platos ofertados.
- Ubicación estratégica del lugar.

Oportunidades.

- Creciente mercado en la ciudad de Quito que se alimenta de mariscos.
- Cantidad de proveedores en la ciudad de Quito.
- Desarrollo tecnológico disminuye los costos de promoción y posicionamiento en el mercado.

Debilidades.

- Nueva marca en el mercado.
- El local no cuenta con parqueadero
- El espacio del establecimiento es pequeño
- Bajo acceso a crédito.

Amenazas.

- Gran cantidad de establecimientos competidores.
- Cierta tipo de mariscos no pueden ser comercializados con todo el tiempo.
- Inseguridad social que atraviesa el país.
- Receso económico que atraviesa el mundo entero.

Desarrollo organizacional

“Es el conjunto de métodos y procesos puestos en marcha para maximizar el potencial de los recursos humanos de las organizaciones” (Ortega, 2020)

Tipo de Estructura

En “Picantería Calderón” la organización de la empresa será de tipo vertical (*Ver imagen 4*), dentro de la clínica los trabajadores serán productivos porque estarán más involucrados con la toma de decisiones y cada uno será responsable del área que manejan. Estará estructurada de la siguiente manera dividida por procesos:

- Estratégicos
- Operacionales
- Apoyo

Procesos Estratégicos

El propietario será el encargado de la planificación estratégica, gestión administrativa y controles internos.

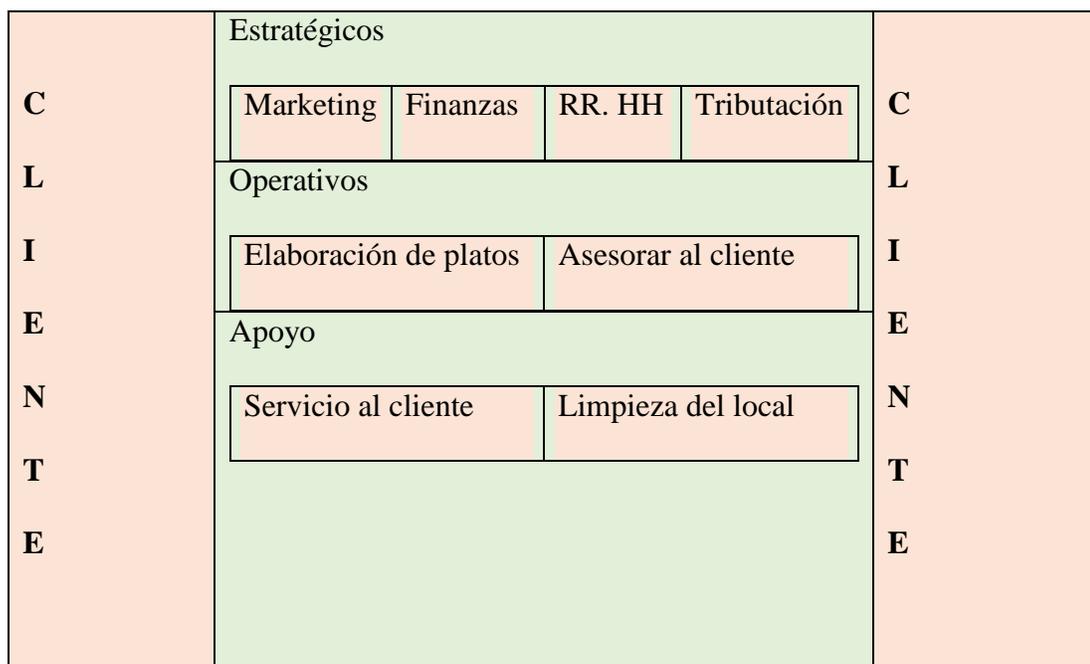
Procesos Operacionales

El Chef será el encargado de preparar los alimentos que soliciten los clientes, al mismo tiempo que recomendará al cliente cuando le solicite por algún plato de acuerdo a su necesidad.

Procesos de apoyo

El auxiliar colaborará con el mantenimiento y limpieza del local.

Figura 4
 Mapa de procesos de "Picantería Calderón"



Nota: Descripción de mapa de procesos Picantería Calderón

Formalización

“Picantería Calderón” estará orientada a procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, cumpliendo las leyes, ordenanzas y legislación laboral. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, contando con todos los documentos necesarios y actualizados para el correcto funcionamiento de la empresa.

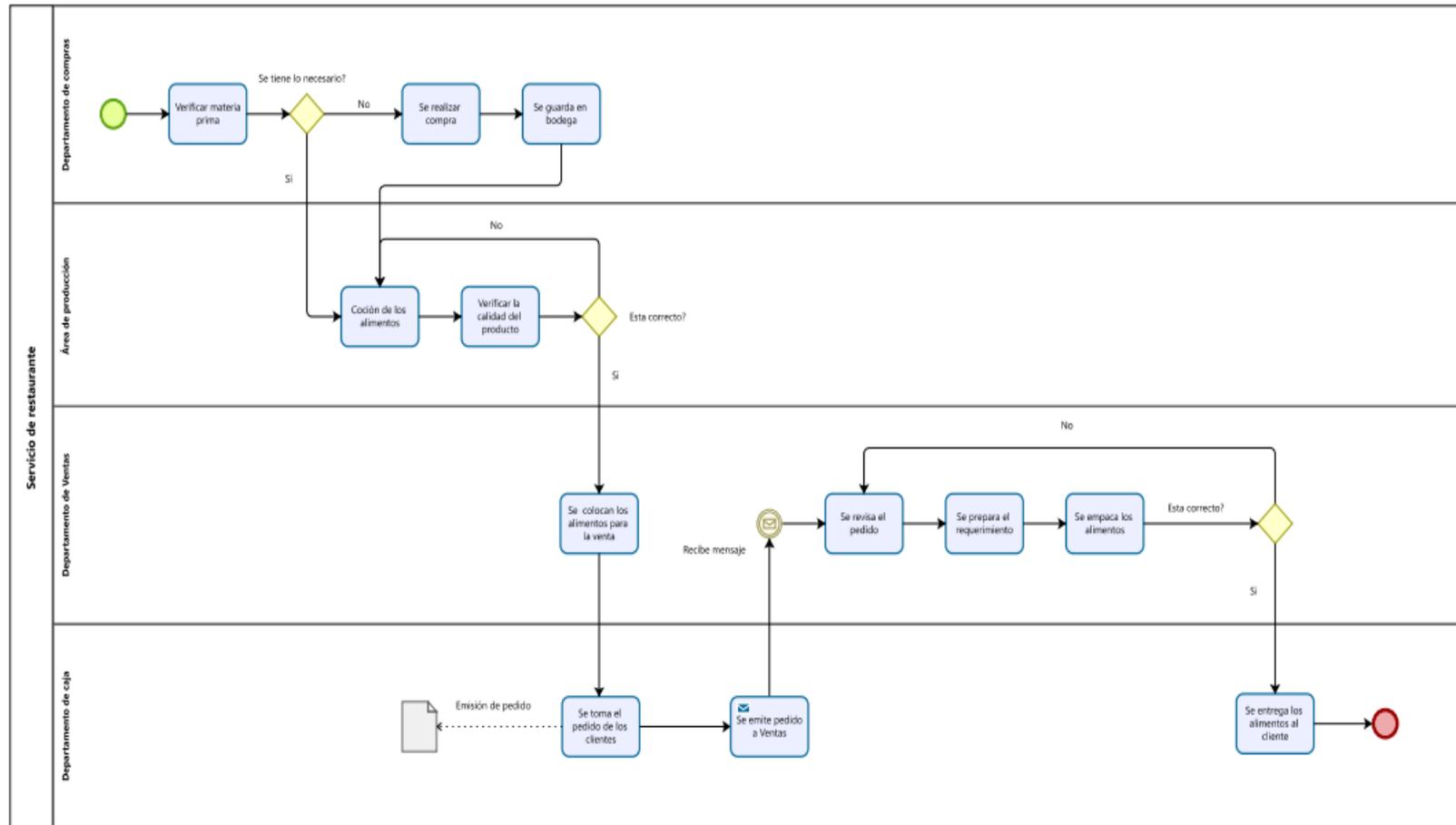
Centralización – Descentralización

"Picantería Calderón" centrará sus actividades en la atención al cliente, ofreciendo un servicio de calidad, personalizado y brindando seguimiento necesario a cada caso, orientada a la elaboración de jugos naturales, para clientes que desean alimentarse sanamente y cuidan de su salud. La descentralización se dará en cuanto al establecimiento de actividades y funciones establecidas para cada trabajador, por tanto, cada trabajador es responsable de su área de trabajo; dado que la organización de la empresa es vertical, cada trabajador será responsable de cuidar sus herramientas y ayudar en la promoción de su trabajo.

Integración

La integración organizacional se basará en procesos que cada persona debe desempeñar, este sistema permitirá llevar un control de cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales los trabajadores mantengan un diálogo asertivo y directo (*Ver figura 5 y*).

Figura 5
Flujo de procesos de atención al cliente



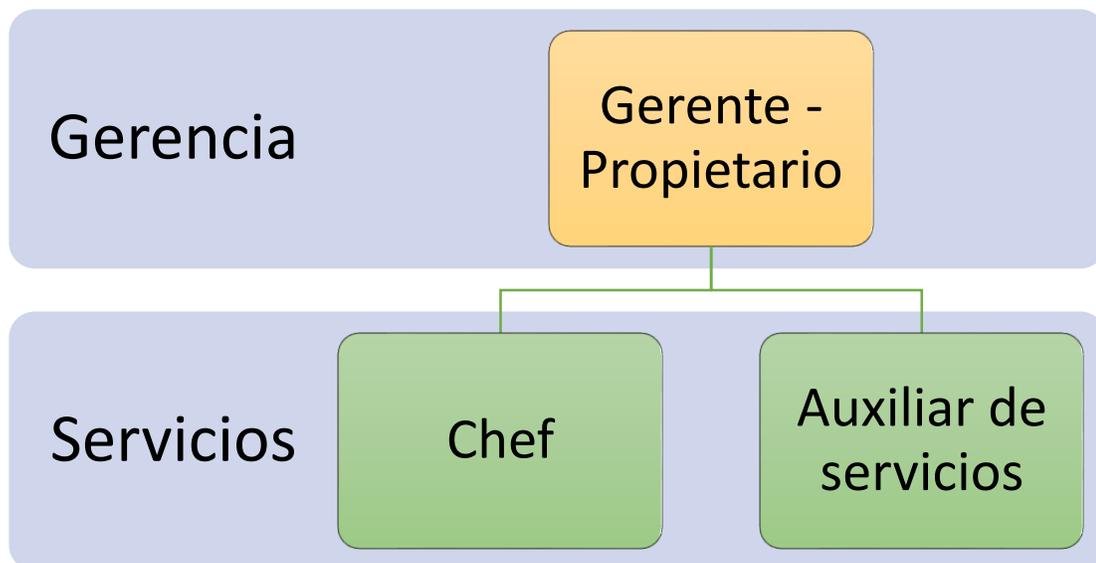
Nota: Descripción de mapa de procesos atención al cliente “Picantería Calderón”

Organigrama empresarial

Un organigrama es una representación visual y comprensible de la estructura de una empresa u organización. Básicamente, el organigrama define la disposición formal que caracteriza a una entidad. Su función principal es proporcionar información, ya que al observarlo se puede comprender la jerarquía, las relaciones de autoridad y la interacción entre distintos niveles dentro de la organización.

También se conoce como carta u esquema de organización, ya que cada organigrama detalla las líneas de autoridad y responsabilidad, así como los canales de comunicación y supervisión que existen entre los diferentes niveles. (Quiroa, 2021)

Figura 6
Organigrama empresarial “Picantería Calderón”



Nota: Descripción de organigrama empresarial de “Picantería Calderón”

Funciones del personal

Gerente propietario

Tabla 1

Detalles generales del Gerente - Propietario

Empresa	Picantería Calderón
Unidad administrativa	Área Gerencial
Misión del puesto	Gestión y dirección del negocio, garantizando la calidad, eficiencia y éxito del restaurante en su conjunto.
Denominación del puesto	Gerente - Propietario
Rol del puesto	Cumplimiento de normativas Definir la gestión empresarial. Gestión de talento Humano Análisis económico – financiero Control de calidad Diseño de planes de marketing Gestión de inventario Planificación financiera Cobranza y pagos
Remuneración	\$ 750,00

Nota: Detalles generales del Gerente - Propietario, “Picantería Calderón”

Méritos aspectos a considerar del Gerente - Propietario

Tabla 2

Criterios de valoración del Gerente - Propietario

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración de empresas	2 años de experiencia en administración de empresas 1 año atención al cliente 1 año de trabajo en servicio de alimentos y bebidas 1 año en gestión de talento humano 1 año en desarrollo de planes de marketing	Administración empresarial Gastronomía costeña Contabilidad Gestión de talento humano Gestión financiera Atención al cliente Marketing empresarial Relaciones públicas	Calidez Humana Comunicación asertiva Resolución de problemas Honestidad Creatividad y pensamiento estratégico Disciplina financiera Responsabilidad Puntualidad

Nota: Descripción de méritos del Gerente - Propietario, “Picantería Calderón”

Chef

Tabla 3
Detalles generales del Chef

Empresa	Picantería Calderón
Unidad administrativa	Área Servicios
Misión del puesto	Elaborar platos y menús innovadores, auténticos y de alta calidad, asegurándose de que cada plato refleje la visión y propuesta culinaria del restaurante.
Denominación del puesto	Chef
Rol del puesto	Elaborar platos Crear platos magistrales Control de calidad. Seleccionar productos sanos y frescos Constante preparación y capacitación en torno a preparación de bebidas sanas y dietéticas
Remuneración	\$ 550,00

Nota: Detalles generales del Mixólogo, “Picantería Calderón”

Méritos aspectos a considerar del Chef

Tabla 4
Criterios de valoración del Chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachillerato en Turismo	2 años de experiencia en bares	Manipulación e higiene de alimentos	Adaptabilidad.
Tecnología superior en gastronomía.	1 año de atención al cliente	Cultura culinaria en bebidas, jugos, refrescos	Comunicación asertiva
Chef		Técnicas de cocción y preparación de mariscos	Calidez humana
		Seguridad alimentaria	Pasión por el trabajo
		Gestión de cocina	Puntualidad
		Normas de higiene y seguridad	Honestidad
			Trabajo bajo presión
			Creatividad

Nota: Descripción de méritos del Chef, “Picantería Calderón”

Auxiliar de servicios

Tabla 5

Detalles generales del Auxiliar de servicios

Empresa	Picantería Calderón
Unidad administrativa	Área Servicios
Misión del puesto	Proporcionar un excelente servicio al cliente, asegurando que los comensales disfruten de una experiencia agradable y satisfactoria durante su visita al establecimiento. Su objetivo principal es asistir en las tareas de atención al cliente y apoyar al equipo de sala para mantener un ambiente acogedor y eficiente
Denominación del puesto	Auxiliar de servicios
Rol del puesto	Apoyar con la atención al cliente. Limpieza y mantenimiento del local Apoyo en el pedido y entrega del producto que solicita el cliente Informar al Gerente – Propietario sobre el estado de las instalaciones del local Apoyar con la compra de productos para el local Recepción y bienvenida de los clientes
Remuneración	\$ 450,00

Nota: Detalles generales del Auxiliar de servicios, “Picantería Calderón”

Méritos aspectos para considerar del Auxiliar de servicios

Tabla 6

Criterios de valoración del Auxiliar de servicios

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	1 año de experiencia en locales de alimentos y bebidas 1 año en atención al cliente	Relaciones humanas Plomería Electricidad Atención al cliente	Adaptabilidad. Puntualidad Respeto Trabajo bajo presión Resolución de problemas Comunicación asertiva

Nota: Descripción de méritos del Auxiliar de servicios, “Picantería Calderón”

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca “Picantería Calderón” en la mente de las personas, ofertando una variedad de platos basados en mariscos, promocionándose mediante varios medios físicos y digitales en las redes sociales, logrando así atraer clientes potenciales.

Investigación de mercado

A través de una investigación de mercado que realizará “Picantería Calderón” se obtendrá una base sólida para la toma de decisiones informadas y estrategias acertadas durante la implementación y operación del restaurante de mariscos. Al comprender el mercado y las preferencias del público objetivo se podrá adaptar la oferta y maximizar las oportunidades de éxito.

Para el desarrollo del presente proyecto investigativo se realizó una investigación aplicada, a través de encuestas digitales a los habitantes del Barrio Pío XII, Estas encuestas servirán para la recolección de datos con el objetivo de identificar la demanda potencial y las características del mercado

Esta encuesta se la realizó por vía mensajes de WhatsApp, donde se compartió el link a los encuestados. Para ello se tomó en consideración preguntas pre elaboradas recurriendo a fuentes primarias y secundarias, así como también recolectando información sobre el producto plaza y promoción del bien que se plantea comercializar.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se implementará la empresa. Finalmente, se llevó a cabo una visita al lugar propone abrir el emprendimiento.

Modalidad

La recolección de datos se realizó a través de encuestas en la plataforma virtual “Google Forms”, la encuesta se aplicó a los habitantes del barrio Pío XII. En el cuestionario se plantearon 12 preguntas, algunas de ellas son opción de respuesta múltiple para conocer las preferencias del cliente en cuanto platos realizados en base de mariscos.

Plan de muestreo

La segmentación geográfica se trata de una estrategia que facilita la comprensión de la ubicación geográfica de posibles consumidores de tu producto o servicio. Esta técnica opera en base al concepto de que las personas que residen en una determinada área geográfica comparten necesidades, deseos y rasgos culturales similares. A partir de esta información, las empresas pueden diseñar sus campañas de manera estratégica y determinar si su oferta resulta pertinente para los consumidores de esa región. (Da Silva, 2022)

Para el desarrollo de esta investigación se indagó en fuentes bibliográficas para conocer el número de habitantes de la ciudad de Quito donde habitan 2 millones de

habitantes, de este valor total se segmentó geográficamente los habitantes del Barrio Pío XII. Se observó que en el Barrio hay 8.823 habitantes. (Martínez, 2016, pág. 24)

Una vez conocido el número de habitantes del barrio Pío XII y se los tomó como sujetos de estudio; Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{8823 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (8823 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{8474}{23,0154}$$

$$n = 368$$

En base a los datos obtenidos se aplicaron 368 encuestas.

Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

Tabla 7

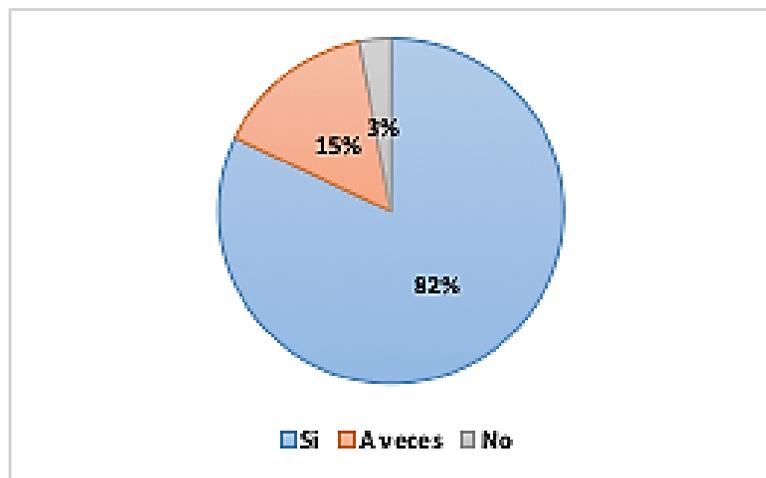
Consume mariscos

Respuesta	Cantidad	%
Si	302	82,00%
A veces	55	15,00%
No	11	3,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 1, “Picantería Calderón”

Figura 7

Consume mariscos



Nota: Pregunta N° 1, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: Se observa que el 87% de la población si consume mariscos, mientras que el 15% consume a veces y el 3% no consume mariscos; se evidencia que existe un alto porcentaje de consumidores de mariscos quienes son clientes potenciales, estos datos permiten identificar en forma cuantitativa el número de consumidores de mariscos que hay en el barrio.

Pregunta 2.

Tabla 8

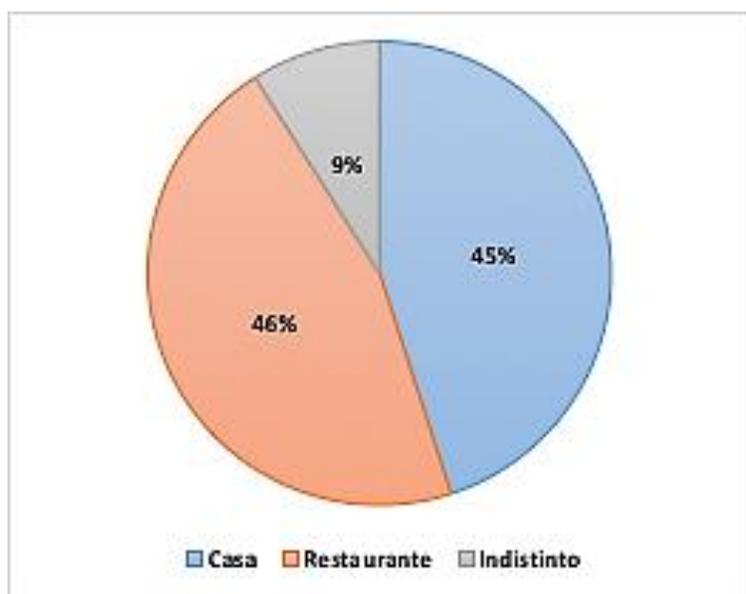
En que sitios prefiere comer mariscos

Respuesta	Cantidad	%
Casa	166	45,00%
Restaurante	169	46,00%
Indistinto	33	9,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 2, “Picantería Calderón”

Figura 8

En que sitios prefiere comer mariscos



Nota: Pregunta N° 2, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: Se observa que el 46% de los encuestados prefiere comer mariscos en un restaurante, mientras que el 45% prefiere consumirlos en casa y el 9% señala que es indistinto, es decir no prestan mayor importancia al sitio donde se consuma los mariscos, dado que existe aceptación de personas que prefieren consumir mariscos en un restaurante se puede mencionar que su implementación es factible, se considera la probabilidad de incrementar servicio a domicilio.

Pregunta 3.

Tabla 9

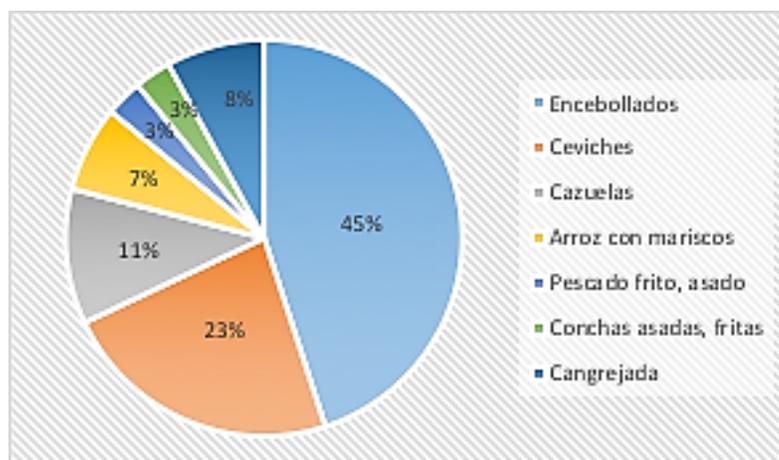
Seleccione los platos de mariscos que usted consume con mayor frecuencia

Respuesta	Cantidad	%
Encebollados	166	45,00%
Ceviches	85	23,00%
Cazuelas	40	11,00%
Arroz con mariscos	26	7,00%
Pescado frito, asado	11	3,00%
Conchas asadas, fritas	11	3,00%
Cangrejada	29	8,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 3, “Picantería Calderón”

Figura 9

Seleccione los platos de mariscos que usted consume con mayor frecuencia



Nota: Pregunta N° 3, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: El 45% prefiere encebollados, el 23% ceviches, el 11% cazuelas, el 8% cangrejada, el 7% arroz con mariscos, el 3% pescado asado, frito y el 3% conchas asadas o fritas; en base a los datos obtenidos “Picantería Calderón” deberá ofertar aquellos productos que son más solicitados por los clientes y determinar elementos innovadores y creativos que hagan la diferencia con la competencia.

Pregunta 4

Tabla 10

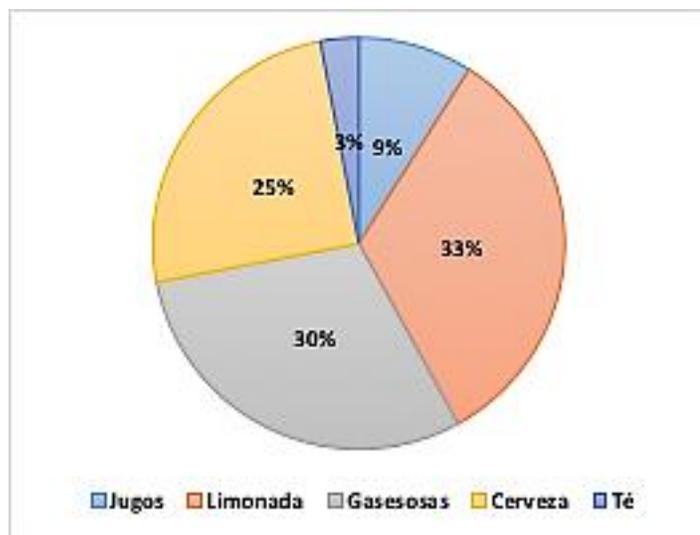
Con qué bebidas prefiere acompañar sus platos de mariscos

Respuesta	Cantidad	%
Jugos	33	9,00%
Limonada	121	33,00%
Gaseosas	110	30,00%
Cerveza	92	25,00%
Té	11	3,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 4, “Picantería Calderón”

Figura 10

Con qué bebidas prefiere acompañar sus platos de mariscos



Nota: Pregunta N° 4, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: A través de los datos obtenidos se observa que de los 368 encuestados, el 33% prefiere limonada, el 30% gaseosas, el 25% cerveza, el 9% jugos y el 3% té; “Picantería Calderón” debe ofertar una variedad de bebidas considerando aquellas que son más apetecidas y solicitadas por los clientes.

Pregunta 5

Tabla 11

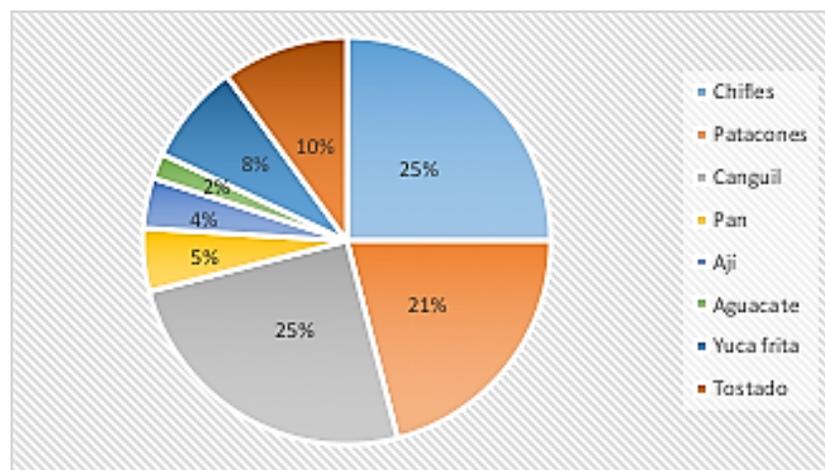
Qué productos prefiere picar para servirse un plato de mariscos

Respuesta	Cantidad	%
Chifles	92	25,00%
Patacones	77	21,00%
Canguil	92	25,00%
Pan	18	5,00%
Ají	15	4,00%
Aguacate	7	2,00%
Yuca frita	29	8,00%
Tostado	37	10,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 5, “Picantería Calderón”

Figura 11

Qué productos prefiere picar para servirse un plato de mariscos



Nota: Pregunta N° 5, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: A través de la encuesta se descubrió que el 25% prefiere chifles, el 25% canguil el 21% patacones, el 10% tostado, el 8% yuca frita, el 5% pan, el 4% ají y el 2% aguacate; “Picantería Calderón” deberá considerar ofrecer aquellos productos para picar o acompañar con los platos solicitados con el fin de satisfacer la necesidad y gusto del cliente.

Pregunta 6

Tabla 12

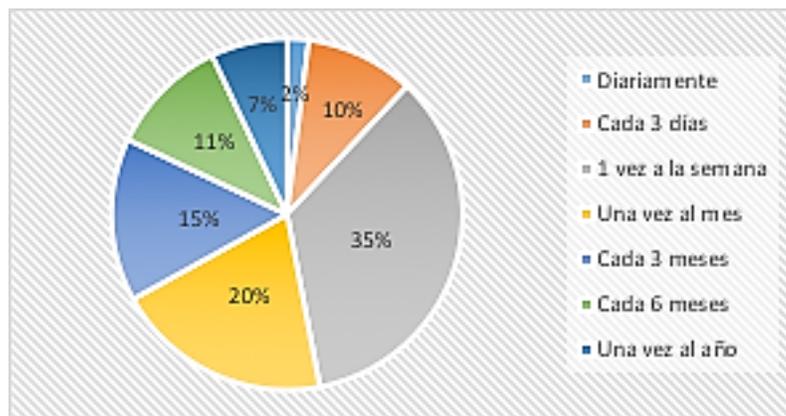
Con qué frecuencia suele comer mariscos

Respuesta	Cantidad	%
Diariamente	7	2,00%
Cada 3 días	37	10,00%
1 vez a la semana	129	35,00%
Una vez al mes	74	20,00%
Cada 3 meses	55	15,00%
Cada 6 meses	40	11,00%
Una vez al año	26	7,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 6, “Picantería Calderón”

Figura 12

Con qué frecuencia suele comer mariscos



Nota: Pregunta N° 6, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: Con la encuesta se identificó la frecuencia de consumo de mariscos donde el 35% consume una vez a la semana, el 20% una vez al mes, el 15% cada 3 meses, el 11% cada 6 meses, el 10% cada 3 días y el 7% una vez al año; “Picantería Calderón” tiene un público consumidor frecuente, para mantenerlo es necesario que se genere un plan de fidelización de clientes.

Pregunta 7

Tabla 13

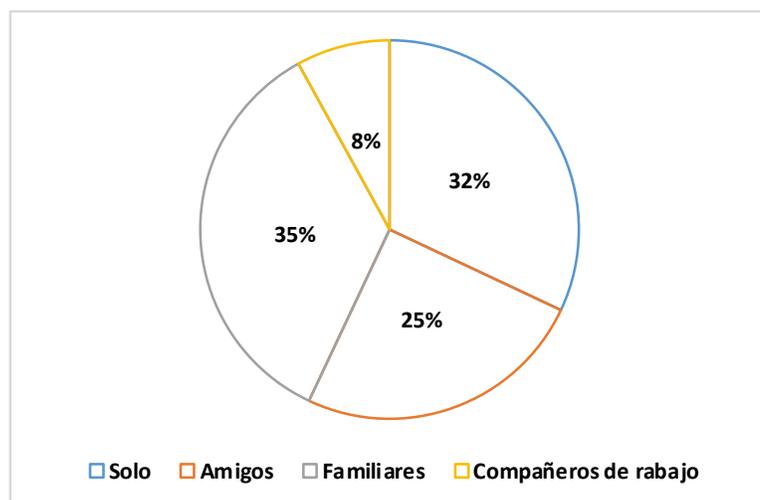
Cuando usted va a una marisquería lo hace

Respuesta	Cantidad	%
Solo	118	32,00%
Amigos	92	25,00%
Familiares	129	35,00%
Compañeros de trabajo	29	8,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 7, “Picantería Calderón”

Figura 13

Cuando usted va a una marisquería lo hace



Nota: Pregunta N° 7, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: A través de la encuesta se conoció las preferencias de consumo de mariscos donde el 35% prefiere consumirlos en familia, el 32% prefiere consumirlo en soledad, el 25 con amigos y el 8% con compañeros de trabajo “Picantería Calderón” debe adecuar su espacio físico acorde a los grupos de personas que se alimentan en el establecimiento, por ello debe enfocarse en generar un ambiente tranquilo, seguro y ameno.

Pregunta 8

Tabla 14

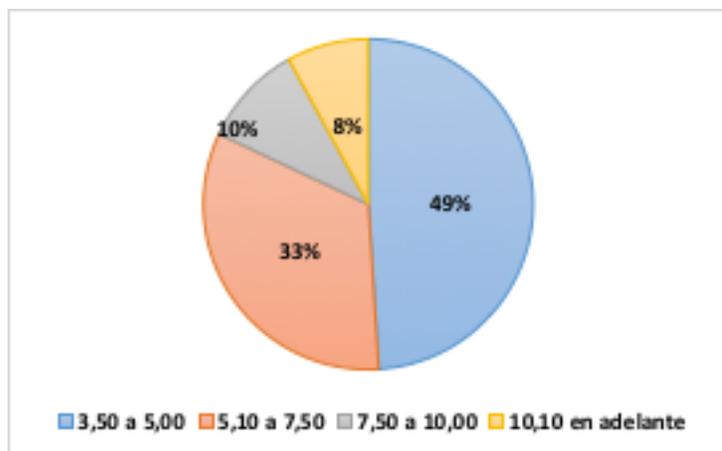
Cuanto está dispuesto a pagar como valor máximo por el consumo de un plato de mariscos en una cevichería

Respuesta	Cantidad	%
3,50 a 5,00	180	49,00%
5,10 a 7,50	121	33,00%
7,50 a 10,00	37	10,00%
10,10 en adelante	29	8,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 8, “Picantería Calderón”

Figura 14

Cuanto está dispuesto a pagar como valor máximo por el consumo de un plato de mariscos en una cevichería



Nota: Pregunta N° 8, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: Con la encuesta realizada se observó que el 49% de los encuestados están dispuestos de 3,50 a 5,00; el 33% de 5,10 a 7,50; el 10% de 7,50 a 10,00 y el 8% de 10,00 en adelante, “Picantería Calderón” deberá considerar la capacidad de consumo y en base a eso realizar platos que sean asequibles al cliente.

Pregunta 9

Tabla 15

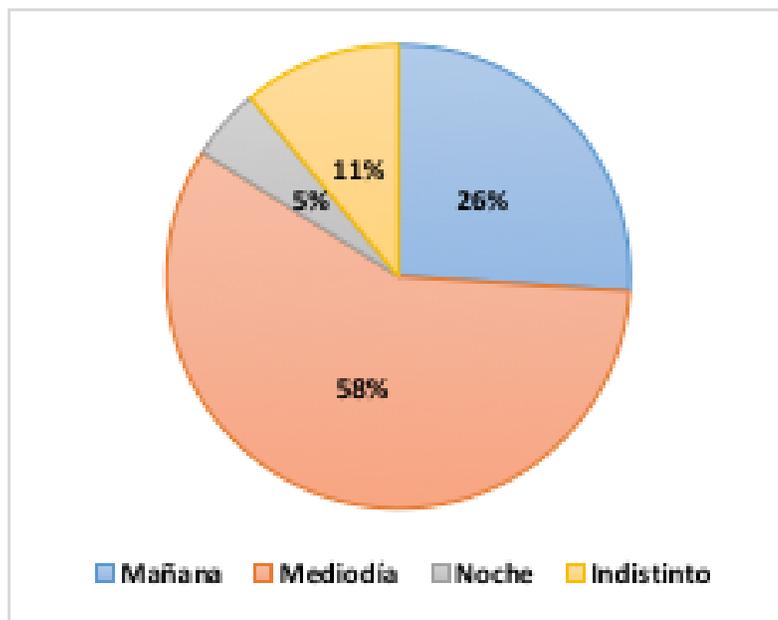
En que jornada del día prefiere comer mariscos

Respuesta	Cantidad	%
Mañana	96	26,00%
Mediodía	213	58,00%
Noche	18	5,00%
Indistinto	40	11,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 9, “Picantería Calderón”

Figura 15

En que jornada del día prefiere comer mariscos



Nota: Pregunta N° 9, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: Se identificó los horarios que son preferidos por el cliente para consumir mariscos donde el 58% prefiere consumirlos al mediodía, el 28% en la mañana, el 11% considera indistinta la jornada de consumo y el 5% prefiere en la noche; es por ello que “Picantería Calderón” debe diseñar planes de trabajo y jornadas de atención al cliente en base a las jornadas más frecuentes de consumo.

Pregunta 10

Tabla 16

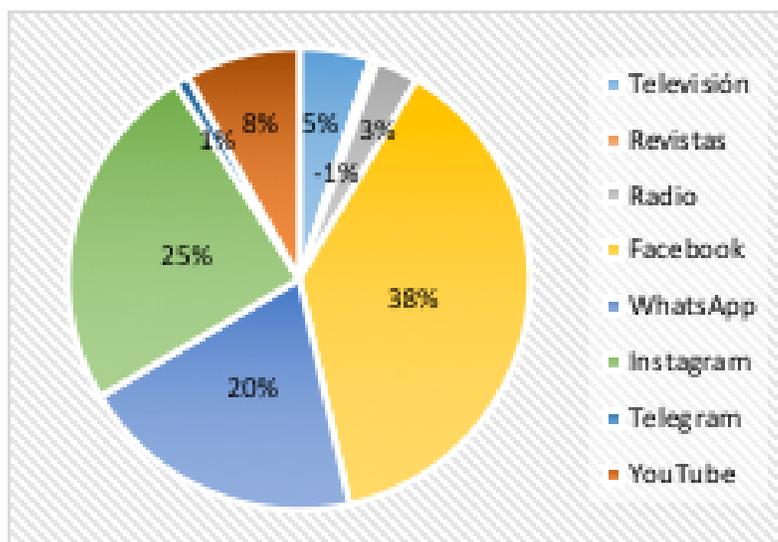
Que medios usted utiliza para informarse respecto a restaurantes de mariscos

Respuesta	Cantidad	%
Televisión	18	5,00%
Revistas	2	0,50%
Radio	11	3,00%
Facebook	140	38,00%
WhatsApp	74	20,00%
Instagram	90	24,50%
Telegram	4	1,00%
YouTube	29	8,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 10, “Picantería Calderón”

Figura 16

Que medios usted utiliza para informarse respecto a restaurantes de mariscos



Nota: Pregunta N° 10, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: Se identificó que el 38% utiliza Facebook, el 24,50 Instagram, el 20% WhatsApp, el 8% YouTube, el 5% televisión, el 3% radio, el 1% Telegram y el 0,5% Revistas, es por ello que “Picantería Calderón” debe diseñar planes y estrategias de promoción en base a los medios de comunicación más utilizados por el cliente.

Pregunta 11

Tabla 17

Seleccione las razones por las cuales usted decide comer en un local de mariscos

Respuesta	Cantidad	%
Sugerencia de amigos o familiares	63	17,00%
Limpieza del local	103	28,00%
Calidad de servicio	107	29,00%
Publicidad del local	40	11,00%
Precios económicos	33	9,00%
Menaje del local	22	6,00%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 11, “Picantería Calderón”

Figura 17

Seleccione las razones por las cuales usted decide comer en un local de mariscos



Nota: Pregunta N° 11, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: Se descubrió las razones por las que las personas deciden comer en una marisquería donde 29% prefiere la calidad de servicio, el 28% limpieza del local, el 17% por referencia de amigos o familiares, el 11% por la publicidad del local, el 9% por precios económicos y el 6% por el menaje del local es por ello que “Picantería Calderón” debe generar diferentes estrategias publicitarias y capacitar su personal de trabajo para satisfacer al cliente.

Pregunta 12

Tabla 18

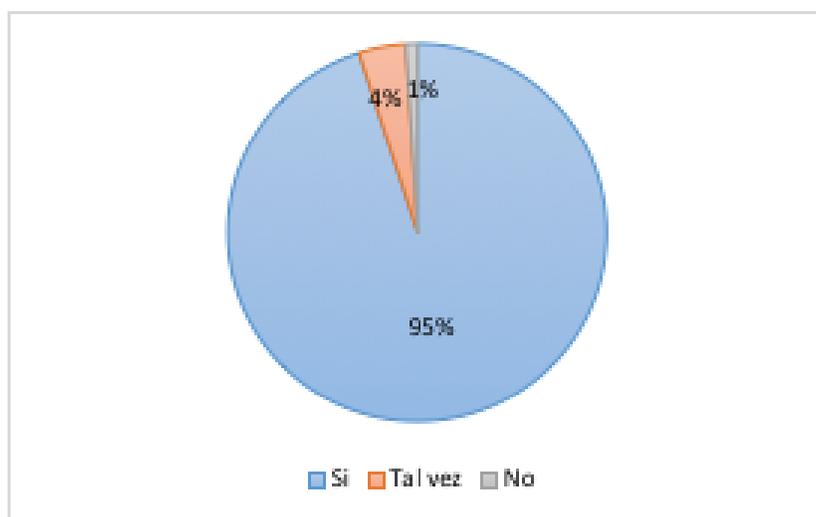
Está de acuerdo con la implementación de una marisquería que le oferte alimentos sanos, presente un ambiente limpio y preste servicios de calidad

Respuesta	Cantidad	%
Si	350	95,11%
Tal vez	15	4,08%
No	3	0,82%
TOTAL	368	100,00%

Nota: Pregunta N° 12, “Picantería Calderón”

Figura 18

Está de acuerdo con la implementación de una marisquería que le oferte alimentos sanos, presente un ambiente limpio y preste servicios de calidad



Nota: Pregunta N° 12, “Picantería Calderón”. Gráfico circular

Análisis: a través de la encuesta se descubrió que los habitantes del barrio Pío XII, aprueban consumir mariscos en un local de comidas donde se le ofrezca alimentos sanos, presente un ambiente limpio y preste servicios de calidad. En base a los datos obtenidos observa una amplia aceptación donde el 95,11% menciona que, si está de acuerdo, el 4% menciona que tal vez y el 1% menciona que no.

Análisis General

A través del estudio de mercado se logró conocer los datos demográficos del público objetivo para quien está dirigido el servicio que oferta el emprendimiento; se observó que en el Barrio Pío XII existe una cantidad relativamente equilibrada entre hombres y mujeres, y la diferencia entre ambos es relativamente baja; el rango etario más numeroso de este barrio está comprendido por jóvenes y adultos; la mayor cantidad de habitantes son solteros; la actividad económica en la que trabaja la mayoría es la prestación de servicios y comercio, además se observa un alto índice de desempleo; el salario promedio más percibido por los habitantes del Barrio Pío XII está comprendido entre 451,00\$ a 650,00 dólares. Se observó que todos los habitantes del barrio son alfabetos y el grado de instrucción académica más predominante es el bachillerato y tercer nivel.

En cuanto a las preferencias de los habitantes del Barrio Pío XII se observó que la gran mayoría consume mariscos, para su consumo prefieren hacerlo en restaurantes, siendo los platos más solicitados los encebollados y ceviches; para acompañar las comidas las bebidas más apetecidas son colas, gaseosas y cervezas; mientras que para picar prefieren consumir chifles, canguil y patacones; las personas consumen mariscos una vez a la semana y cuando los consumen prefieren hacerlo en familia; el valor que están dispuestos a cancelar va de 3,50 a 7,50 por un palto de marisco; los medios de comunicación más utilizados son Facebook, Instagram y WhatsApp; las personas generalmente optan por consumir en una marisquería por la calidad del servicio, limpieza del establecimiento y por la sugerencia de amigos La

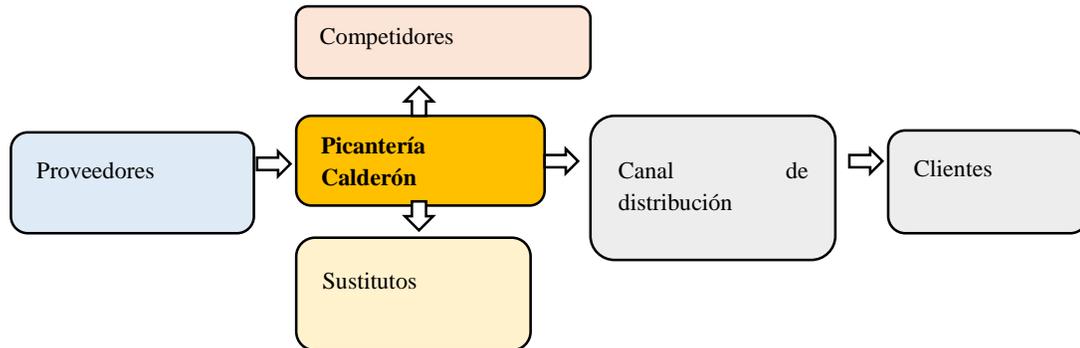
“Picantería Calderón” es un negocio viable debido a su gran aceptación en el mercado estudiado.

Entorno empresarial

Microentorno

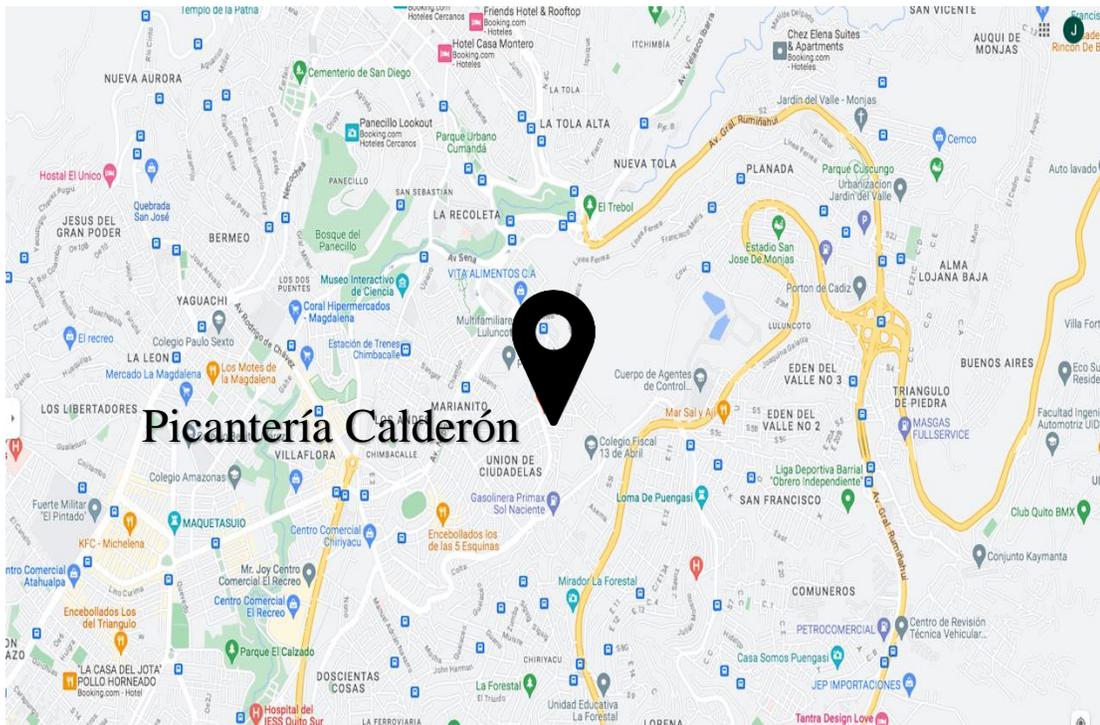
“Picantería Calderón” considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Figura 19
Microentorno de Picantería Calderón



Nota: Esquema microentorno “Picantería Calderón”.

Figura 20
Ubicación de Picantería Calderón



Nota: Fuente Google Maps (2023)

- **Competencia directa e indirecta.**

En el Barrio Pío XII no existen marisquerías que se consideren como una competencia directa.

- **Sustitutos.**

Durante un recorrido por el Barrio Pío XVII se identificó un promedio de 10 restaurantes que ofrecen una variedad de cocina criolla, sin embargo, ninguno de ellos oferta mariscos.

- **Proveedores.**

“Picantería Calderón” tendrá proveedores directos

Tabla 19
Proveedores de “Picantería Calderón”

Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Tventas	Empresa con larga trayectoria en el mercado ecuatoriano	Equipos de seguridad Equipos de limpieza Equipos de ejercitación Equipos de computación
Centro comercial mayorista	Mercado que provee de productos frescos a precios económicos y de buena calidad	Mariscos Granos Verduras Frutas
Coca Cola	Empresa líder en la producción y comercialización de bebidas a nivel mundial	Bebidas gaseosas de diferentes sabores en varias presentaciones
Pilsener	Cerveza más consumida a nivel nacional, con garantía de calidad	Cerveza

Nota: Proveedores de “Picantería Calderón”

- **Intermediario**

“Picantería Calderón” no requerirá de intermediarios para su operación.

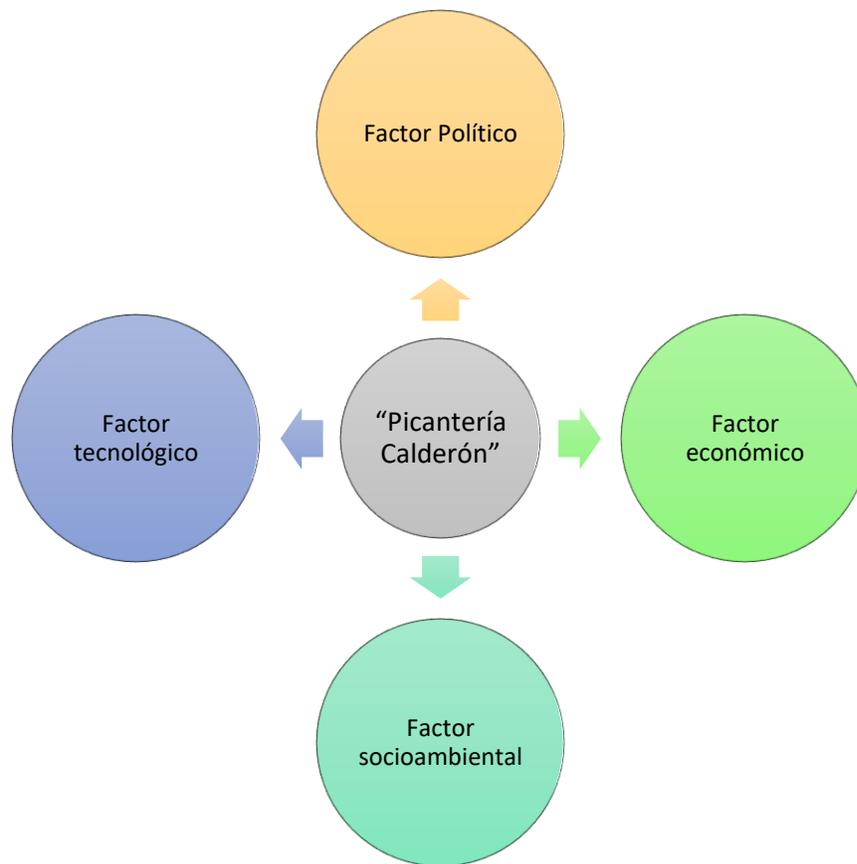
- **Clientes**

“Picantería Calderón” es un emprendimiento que está dirigido a las personas que les gusta consumir mariscos en diversas formas de preparación.

- **Macroentorno**

Son aquellos factores sobre los que “Picantería Calderón” no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Figura 21
Macroentorno de “Picantería Calderón”



Nota: Esquema macroentorno “Picantería Calderón”.

- **Factor político**

En Ecuador las empresas que brindan alimentos y bebidas alcohólicas se sujetan al control de ARCSA que esta otorgado a la autoridad de salud a los establecimientos sujetos al control y vigilancia sanitaria también necesitando patente municipal para funcionamiento del Vehículo. Entonces “Picantería Calderón” funcionará legalmente dentro de las actividades de la Constitución de la República del Ecuador estando en constante remodelación para así llamar la atención de cada persona y no ser muy repetitivos.

- **Factor económico**

En la actualidad Ecuador se está reactivando económicamente luego de la emergencia sanitaria COVID-19 la cual afectó en gran escala al país, en la actualidad se atraviesa un estancamiento económico debido a la inestabilidad política del país.

Por lo tanto “Picantería Calderón” ofrecerá y contará con precios accesibles para poder disfrutar de los servicios y así seguir reactivando el turismo sin tener que pagar demasiado.

- **Factor Tecnológico**

La tecnología ha dado un paso agigantado en los últimos años, gracias a ello es posible competir con grandes empresas con recursos limitados debido al bajo costo de las plataformas digitales y redes “Picantería Calderón” está dispuesta a utilizar la tecnología para llegar a oídos y mente de cada persona y se animen a venir a Galápagos a conocer de este Vehículo.

- **Factor Sociocultural**

El factor sociocultural del país está determinado por una mezcla de creencias, tradiciones y costumbres de personas que habitan en Quito, y gracias al sincretismo cultural y comercio se ha logrado trasladar hábitos alimenticios de una región a otra. En cuanto al factor culinario que compete el presente estudio es necesario precisar que los mariscos son propiamente de la región costa y estos llegan a la Sierra por el intercambio cultural y comercial entre ambas regiones lo cual enriquece la cultura nacional y permite conocer las bondades de una u otra región a través de su materia prima y gastronomía.

Producto y servicio

“Picantería Calderón” es un establecimiento de alimentos donde se oferta platos hechos en base de mariscos y materia prima proveniente de la región Costa.

Producto Esencial.

Se considera como producto esencial a los alimentos y bebidas que forman parte del menú, junto con la experiencia y el ambiente que “Picantería Calderón” brinda a sus clientes. La calidad y la satisfacción del cliente con estos elementos son clave para el éxito y la reputación del restaurante en el mercado.

Producto real.

“Picantería Calderón” maneja una gran variedad de platos y bebidas entre ellos se tiene:

Tabla 20
Productos que oferta la Picantería Calderón

	Productos	Precio
Platos	Encebollado	\$3,40
	Ceviche de concha	\$6,50
	Ceviche de camarón	\$6,50
	Ceviche mixto	\$7,50
	Ceviche blanco	\$8,00
	Arroz Marinero	\$7,50
	Maremoto	\$12,00
	Cangrejada	\$8,00
	Cazuela de camarón	\$7,50
	Arroz con mariscos	\$12,00
	Conchas fritas	\$9,00
	Conchas asadas	\$9,00
	Pescado frito	\$3,50
	Pescado asado	\$3,50
Porciones para picar	Patacones	\$0,70
	Chifles	\$0,50
	Canguil	\$0,50
	Arroz	\$0,60
	Yuca frita	\$0,50
	Tostado	\$0,50
Bebidas	Limonadas	\$1,00
	Gaseosas	\$0,50
	Cervezas	\$1,50
	Jugos	\$1,00

Nota: Productos que comercializa Picantería Calderón

Características.

Cada plato de “Picantería Calderón” se prepara con mucho amor y creatividad, los alimentos se preparan de acuerdo con lineamientos específicos de BPM para garantizar un producto final de la más alta calidad para los clientes, mientras que, en el área de servicio, el personal está listo para atender sus necesidades e inquietudes durante su recorrido.

Calidad.

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperatura de conservación y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Tiempos de cocción por producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.
- Análisis de puntos críticos de control.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

Estilo.

El estilo de “Picantería Calderón” es semiformal, dado que es un lugar donde las personas se van a deleitar de los alimentos en grupos de familia, solos o con amigos y para lograrlo se requiere implementar un espacio ameno y agradable.

Marca

“Picantería Calderón” Este nombre está compuesto por dos palabras siendo “Picantería” que hace referencia a un establecimiento de alimentos y bebidas; mientras que “Calderón” es en base al apellido de dos hermanas que decidieron emprender el negocio en el mundo de la gastronomía y como distintivo identitario de ambas se decidió optar por el apellido paterno, dicho de otro modo “Picantería Calderón” es un emprendimiento familiar creado por dos hermanas.

Producto aumentado.

Lo que marca la diferencia a “Picantería Calderón” de la competencia es la atención brindada al cliente donde este se siente cómodo y en confianza; los platos que oferta son hechos en base a procedimientos rigurosos en base al manual de manipulación e higiene de alimentos, mismos que son preparados con productos frescos y de calidad, los precios son accesibles, quedaras satisfecho y con ganas de volver a este lugar, más aún cuando te llevaras un gran recuerdo de a ver compartido un momento de diversión de una manera responsable.

Plan de introducción al mercado

Distintivos y Uniformes

El administrador y el personal de trabajo usarán el uniforme proporcionado por la empresa dichos uniformes constarán de:

Administrador

- Camiseta polo color blanco
- Pantalón negro gabardina color negro

Figura 22
Uniforme de administrador



Nota: Uniforme de Administrador

Chef

- Chaqueta blanca
- Pantalón negro
- Gorro de chef

Figura 23
Uniforme de Chef



Nota: Uniforme de Chef

Auxiliar de servicios

- Camiseta tipo polo color blanco
- Pantalón gabardina color negro
- Mandil color negro

Figura 24
Uniforme de Auxiliar de servicios



Nota: Uniforme de auxiliar de servicios

Materiales de identificación.

Imagotipo.

Figura 25
Imagotipo de “Picantería Calderón”



Nota: Imagotipo de “Picantería Calderón”

Elementos para destacar:

- El logotipo del establecimiento “Picantería Calderón”
- El eslogan del restaurante “Tradición y sabor”
- El Isotipo camarón.

Los elementos visuales y el slogan trabajan en conjunto para crear una identidad de marca coherente para el emprendimiento. El logotipo e isotipo atraen la atención del cliente y evocan imágenes relacionadas con la comida y el marisco, mientras que el slogan enfatiza la tradición culinaria y la experiencia gastronómica auténtica que ofrece el restaurante. Los colores utilizados también influyen en la

percepción de la marca y en la creación de un ambiente y experiencia positivos para los clientes.

Tarjetas de presentación.

Figura 26

Anverso de tarjeta “Picantería Calderón”

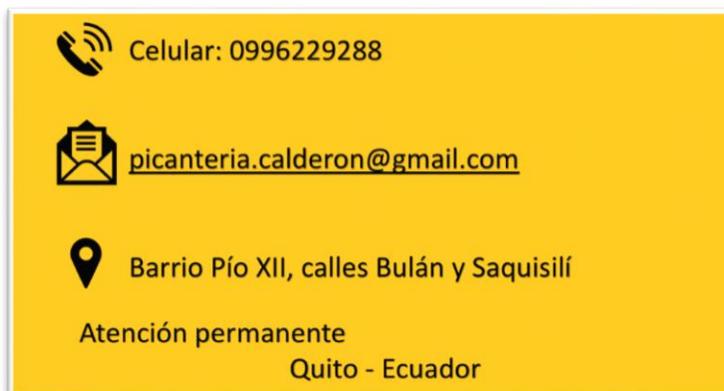


Nota: Anverso tarjeta de presentación.

En el reverso de la tarjeta se encuentran los datos importantes como: nombre de la empresa, contacto y nombre del gerente, página web, dirección y número telefónico del establecimiento y el logotipo de la empresa.

Figura 27

Reverso de la tarje “Picantería Calderón”



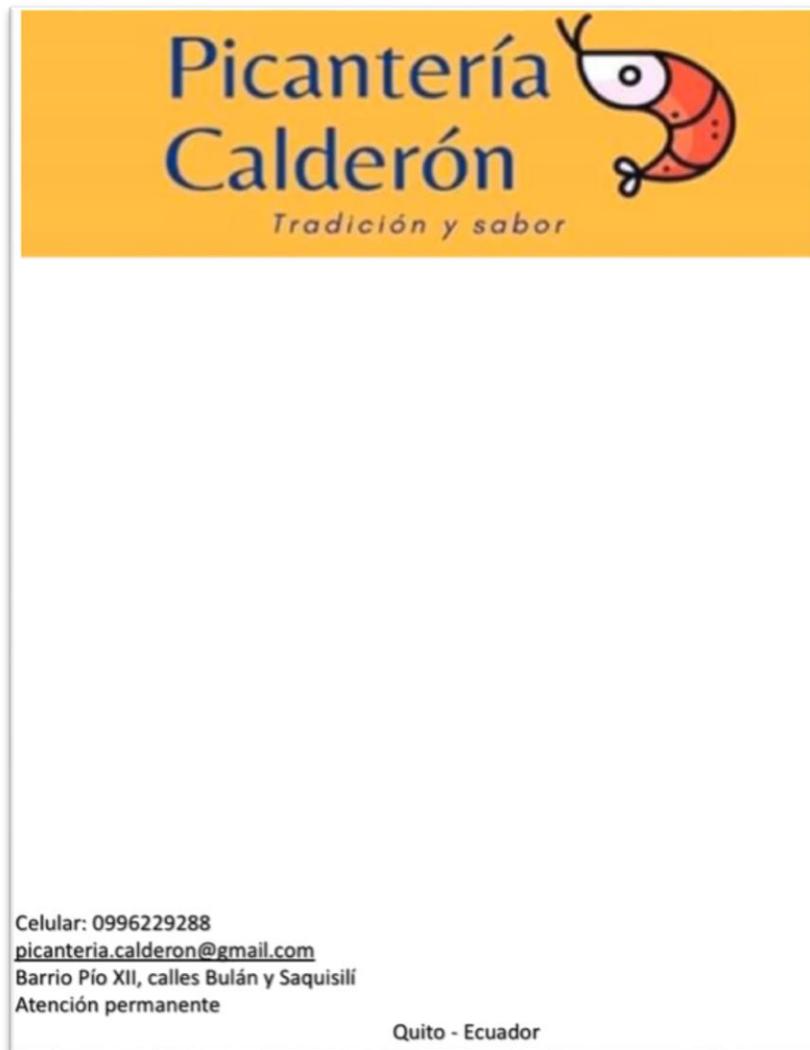
Nota: Reverso tarjeta de presentación. San Cristóbal.

Hoja membretada

Las hojas membretadas se utilizan para mostrar identidad y un mayor grado de profesionalismo en los documentos. Estos incluyen datos de la empresa, como nombres y logotipos, así como direcciones, correos electrónicos y otros datos.

Figura 28

Hojas membretadas de “Picantería Calderón”



Nota: Hoja membretadas de “Picantería Calderón”

Canal de distribución y puntos de ventas

“Picantería Calderón” tiene sus instalaciones ubicadas en el Barrio Pío XII, en las calles Bulán y Saquisilí.

Promoción.

- El principal canal de promoción serán las redes sociales Instagram, Facebook, y WhatsApp.
- Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes
- Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.
- Se hará uso del marketing de boca a boca, es decir se usarán las experiencias de los clientes con el servicio ofrecido, para que ellos sean quienes recomienden al restaurante.

Contacto.

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.

Correspondencia.

- A través de mail corporativo.

Negociación.

- Directa en el establecimiento.

Financiamiento

Tabla 21
Financiamiento de publicidad por un año

Tarjetas de presentación	500 unidades	10,00
Hojas membretadas	84 unidades	2,84
Publicidad en Facebook (bussines)	8 veces por mes	20,00
Publicidad en Instagram	8 veces por mes	20,00
TOTAL		52,84
TOTAL, ANUAL		634,08

Nota: Publicidad de “Picantería Calderón”

Riesgo y oportunidades del negocio

En emprendimiento está centrado en la prestación de servicios de alimentos y bebidas con un enfoque innovador, dado la complejidad social y problemática económica que atraviesa el país u riesgo inminente sería que, en el corto, mediano o largo plazo, las condiciones económicas no mejoren, esto complicaría la permanencia del establecimiento, puesto que si las condiciones no son favorables no habrá clientes que consuman los productos que oferta “Picantería calderón”.

Como oportunidad se tiene claro que mediante la implementación del emprendimiento se mejora la calidad del servicio, esto permite que los emprendedores se sientan motivados a continuar adelante, utilizando las herramientas tecnológicas que son necesarias para el desenvolvimiento del negocio.

Fijación de Precios

La fijación de precios es el procedimiento a través del cual se establece el valor monetario que una empresa cobrará por uno de sus productos o servicios disponibles. El punto de partida para determinar el precio de venta se basa en los gastos relacionados con la producción y la distribución de cada artículo. (Clavijo, 2022).

Fijación de precios por receta estándar.

Los precios de las recetas han sido calculados para una persona se toma en cuenta el precio en kilogramos, gramos y unidad. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos de 1 receta

- Encebollado

Tabla 22
Receta estándar de costos, encebollado

			FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN	
			ESTÁNDAR DE COSTOS	
NOMBRE DEL BIEN:	Encebollado	Código: AC		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	20/7/23	CHEF: Lesly Calderón		
MATERIA PRIMA	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Pez albacora	Onza	4,50	2,67	0,75
Yuca	Onza	0,25	2,67	0,04
Aceite	ml	4,00	10	0,04
Plátano verde	Unidad	0,10	0,5	0,05
Cebolla paitaña	Libra	0,50	2,29	0,07
Tomate de riñón	Libra	0,31	2,29	0,04
Comino molido	Porción	1,79	0,80	0,09
Cilantro	Porción	0,25	0,14	0,04
Pimiento rojo	Unidad	0,60	2,29	0,09
Pimiento verde	Porción	0,60	2,29	0,09
Apio	Porción	0,79	0,14	0,11
Dientes de ajo	Unidad	1,39	1,6	0,14
Limón sutil	Unidad	0,05	1	0,05
FOTOGRAFÍA			TOTAL BRUTO	1,60
			Gasto fa. 10%	0,16
			Factor costo 10%	0,16
			Mano de obra 25%	0,40
			Utilidad 45%	0,72
			Subtotal	\$3,03
			IVA	\$0,36
			Total	\$3,40

Nota: Canasta de verde en salsa de mariscos de “Picantería Calderón”

Implementación del negocio

Según la definición de la Real Academia Española, implementar implica poner en marcha o aplicar métodos y medidas para llevar a cabo algo. En términos generales, la implementación se relaciona con la ejecución o puesta en marcha de todas las acciones y actividades que forman parte del plan de negocio con el propósito de hacer realidad la empresa. Este proceso implica asignar responsabilidades y plazos a las personas que estarán involucradas en el establecimiento y operación del nuevo negocio. (PLANNER, 2020)

Arriendo del local.

Tabla 23

Arriendo del local

Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$350,00	\$2.100,00	\$4.200,00

Nota: Arriendo del local de “Picantería Calderón”

Equipos industriales.

Tabla 24

Equipos industriales

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Freidora	1	\$195,00	\$195,00
Picadora	1	\$34,00	\$34,00
Refrigerador Indurama Ri-375	1	\$455,00	\$455,00
Frigorífico	1	\$300,00	\$300,00
Licuadaora Umco 1500W	2	\$109,00	\$218,00
Tanque de gas 30kg	2	\$79,50	\$159,00
Balanza gramera digital	2	\$5,48	\$10,96
Congelador	1	\$445,54	\$445,54
TOTAL			\$1.287,00

Nota: Equipos industriales de “Picantería Calderón”

Equipos de computación.

Tabla 25
Equipos de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP	1	\$869,00	\$869,00
Impresora EPSON L355	1	\$365,00	\$365,00
Caja Registradora	1	\$53,00	\$53,00
TOTAL			\$1.287,00

Nota: Equipos de computación de “Picantería Calderón”

Muebles y enseres.

Tabla 26
Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Hielera	3	3	\$9,00
Teléfono	1	38	\$38,00
Escritorio	1	\$240,00	\$240,00
Silla Giratoria	4	\$65,00	\$260,00
Juego de mesas y sillas	8	120	\$960,00
Televisor	1	380	\$380,00
Aire acondicionado	1	\$555,00	\$555,00
Anaqueles	3	\$55,00	\$165,00
Techo de basura	4	\$9,00	\$36,00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120,00	\$120,00
Tabla grande de picar	2	\$10,00	\$20,00
Set de cuchillos	2	\$9,48	\$18,96
Juego de bowl	2	\$20,00	\$40,00
Set de recipientes	3	\$7,00	\$21,00
Manteles	16	\$8,65	\$138,40
Juego de ollas	2	\$249,00	\$498,00
Juego de cuchillos	2	\$13,58	\$27,16
Juego de cubiertos	4	\$20,99	\$83,96
Juego de vajilla	5	\$55,79	\$278,95
Juego de vasos	5	\$16,75	\$83,75
Extractor de frutas	1	\$90,00	\$90,00
Licuadaora	2	\$85,00	\$170,00
Juego de Bowl	2	\$12,00	\$24,00
Tablas de picar	3	\$1,00	\$3,00
TOTAL			\$4.260,18

Nota: Muebles y enseres de “Picantería Calderón”

Equipos industriales de seguridad.

Tabla 27

Equipos industriales de seguridad

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	2	\$21,00	\$42,00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2,00	\$10,00
Detector de gas GLP	1	\$17,99	\$17,99
Detector de Humo	3	\$16,00	\$48,00
TOTAL			\$117,99

Nota: Equipos industriales de seguridad de “Picantería Calderón”

Suministros de oficina.

Tabla 28

Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	5,00	\$5,00
Grapadora	1	1,99	\$1,99
Grapas (caja)	1	1,15	\$1,15
Estuche de esferos	1	0,65	\$0,65
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	0,40	\$1,20
Perforadora	1	1,91	\$1,91
Libreta	3	0,76	\$2,28
Carpeta de cartón	10	0,18	\$1,80
Tijera	1	1,48	\$1,48
TOTAL			\$17,46
TOTAL, ANUAL			\$209,52

Nota: Suministros de oficina de “Picantería Calderón”

Servicios básicos.

Tabla 29

Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$35,00
Luz	\$45,00
Plan de Teléfono e internet	\$22,00
TOTAL	\$102,00
TOTAL, ANUAL	\$1.224,00

Nota: Servicios básicos de “Picantería Calderón”

Materiales de limpieza.

Tabla 30
Materiales de limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$ 2,99	2,99
Trapeador	3	\$ 7,99	23,97
Cloro 1g	1	\$ 2,79	2,79
Desinfectante 1g	1	\$ 5,99	5,99
Esponja inoxidable	2	\$ 0,99	1,98
Paquete de Fundas de basura	3	\$ 1,99	5,97
Lavavajilla	3	\$ 1,29	3,87
Jabón líquido 252ml	3	\$ 1,99	5,97
Papel higiénico 200 m	5	\$ 2,59	12,95
Toalla papel	4	\$ 3,99	15,96
Alcohol antimaterial	1	\$ 8,99	8,99
TOTAL			\$91,43
TOTAL, ANUAL			\$1.097,16

Nota: Materiales de Limpieza de “Picantería Calderón”

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

El proceso para establecer y operar una empresa en Ecuador incluye varios pasos legales y administrativos. A continuación, se describen los pasos generales para el proceso de derecho empresarial en Ecuador:

Tamaño y tipo de empresa

La segmentación de las organizaciones es una forma de comprender el funcionamiento de los mercados dentro de la economía de una nación. Existen diversas formas de clasificarlas, ya sea por su estructura legal, su sector de actividad o incluso si pertenecen al ámbito público o privado.

Cuando se clasifica las empresas según su dimensión, surge un debate sobre los criterios que la definen. Por lo tanto, para segmentar a las organizaciones en función de su tamaño, se utilizan los siguientes criterios generales:

- **Número de empleados:** La cantidad de colaboradores que trabajan en una empresa es uno de los criterios más frecuentes para determinar su tamaño.
- **Facturación:** Otro aspecto a considerar al analizar la dimensión de los negocios son los ingresos o ventas generados anualmente.
- **Patrimonio:** También se puede evaluar el tamaño de las empresas en función de la relación entre sus activos (bienes de propiedad de la empresa), sus derechos (como créditos o cuentas por cobrar) y sus obligaciones (deudas pendientes).

- **Innovación tecnológica:** Aunque menos común, las herramientas tecnológicas disponibles para una empresa también podrían influir en la definición de su tamaño.

Ecuador adopta la definición de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para clasificar a las empresas según su dimensión, lo que resulta en la siguiente segmentación:

- **Microempresa:** Representa el nivel más pequeño dentro de la clasificación por tamaño y suele comprender emprendimientos o negocios de carácter familiar.
- **PYMES:** Este término abarca a las pequeñas y medianas empresas. Las PYMES generalmente operan a nivel nacional, se destacan por su enfoque en la innovación y es poco común que su actividad tenga un alcance industrial.
- **Gran empresa:** Se refiere a corporaciones o negocios que poseen una considerable influencia comercial en el mercado y, en muchas ocasiones, operan a nivel internacional. (Banco Pichincha, 2021)

Elección de la forma jurídica

Lo primero que debe hacer un emprendedor o empresario es decidir qué tipo de entidad legal desea crear. Las formas más comunes son la compañía de responsabilidad limitada (Cía. Ltda.), la sociedad anónima (S.A.), entre otras.

Pasos para realizar el trámite

1. Ingresar al portal web www.supercias.gob.ec
2. Seleccionar la opción TRÁMITES EN LÍNEA / SECTOR SOCIETARIO.
3. Ingresar su usuario y contraseña para acceder a los servicios electrónicos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
4. Dentro del menú, presionar el botón RESERVA DE DENOMINACIÓN.
5. Seleccionar el tipo de reserva a realizar.
6. Ingresar la información requerida por el sistema.
7. Presionar el botón RESERVAR. El sistema presentará una pantalla de información con el número de la reserva realizada.
8. Para generar el documento ABSOLUCIÓN DE DENOMINACIONES necesario para iniciar procesos de constitución física, cambio de denominación, transformación, fusión, escisión, cambio de domicilio, utilizar la opción MIS RESERVAS.

Para acceder a las opciones para ampliar la vigencia, editar, ceder o eliminar reservas aprobadas, regrese al menú de opciones de TRÁMITES EN LÍNEA y presione la opción MIS RESERVAS.

Allí encontrará todas las reservas aprobadas. Utilice los botones de acción que aparecen del lado izquierdo de la pantalla, junto a cada reserva aprobada, para ampliar el plazo de la reserva, editarla, cederla a otro usuario o eliminarla. (SCVS, 2023)

Reserva de nombre

Una vez decidida la forma jurídica, se debe realizar una reserva del nombre de la empresa ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS). Esto garantiza que nadie más pueda utilizar ese nombre durante un tiempo determinado mientras se completa el proceso de registro.

Elaboración de la escritura pública

Se redacta la escritura pública con la ayuda de un abogado o notario. En ella se establecen los estatutos de la empresa, que incluyen la denominación social, el objeto social, el capital, la duración, la dirección, entre otros aspectos relevantes.

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Una vez que la escritura pública está lista y el capital ha sido aportado, se debe registrar la empresa ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Aquí se obtendrá el RUC (Registro Único de Contribuyentes) y el número de identificación de la empresa. (S.R.I., 2023)

Requisitos

Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial

- Cédula de identidad (Presentación física o digital)
- Certificado de votación (Presentación)

- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Requisitos Trámite Presencial

- Pasaporte ordinario (Presentación)
- Certificado de presentación (Presentación)
- Certificado de exención (Presentación)
- Licencia de conducir (Presentación)

Requisitos para realizar el trámite en línea:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea

Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea

Solicitud de inscripción de RUC naturales

- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Requisitos Especiales:

- Segmentos específicos o terceros autorizados:
- Carnet de refugiado
- Carta de autorización en línea
- Poder general o especial

Pasos para obtener el RUC

Procedimiento para realizar el trámite a través del canal presencial:

1. Acudir al centro de atención del SRI
2. Solicitar el turno
3. Esperar el turno
4. Acudir a la ventanilla de atención
5. Presentar los requisitos y documentación de respaldo
6. Recibir contestación

Procedimiento para realizar el trámite en línea:

1. Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec
2. Ingresar a SRI en línea
3. Ingresar número de identificación y clave
4. Escoger la opción inscripción
5. Aceptar términos y condiciones
6. Ingresar información general del contribuyente
7. Ingresar medios de contacto
8. Ingresar dirección de domicilio
9. Ingresar dirección del establecimiento matriz
10. Ingresar actividades económicas
11. Ingresar actividad económica principal
12. Resumen información ingresada
13. Confirmación de inscripción de RUC

Procedimiento para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

1. Ingresar a la opción SRI en línea del portal: web www.sri.gob.ec
2. Escoger en el panel de control "SRI en línea"
3. Seleccionar "Iniciar sesión"
4. Ingresar el número de RUC y clave
5. Seleccionar en el menú "Trámites y notificaciones"
6. Escoger la opción "Ingreso de trámites y anexos"
7. Seleccionar el servicio del trámite que desea ingresar
8. Escoger y cargar los requisitos y anexos solicitados
9. Completar la información del detalle del trámite que requiere ingresar
10. Ingresar los datos para la notificación
11. Terminar la carga del trámite en la opción "Finalizar"
12. Seleccionar la opción "Aceptar"

Obtención de patente municipal

Para operar legalmente, la empresa debe obtener una patente municipal, que es un permiso otorgado por el gobierno local para operar en una ubicación específica.

Requisitos

- Formulario Inscripción de Patente
- Formulario de Acuerdo de Medios Electrónicos
- Cédula Original y copia del RUC
- Copia de una planilla de servicio básico donde ejecuta la actividad económica

Trámite

- Para sacar la PATENTE, debe acudir a un Balcón de Servicios de cualquier administración zonal de Quito.
- Solicita un turno en línea: (<http://turnosecuador.com/mdmq/>)
- imprimir y completar los formularios
- Acudir el día del turno con todos los documentos

Patente Municipal en línea – 2023

- Si completaste correctamente el trámite en el Balcón de Servicios, inmediatamente se te enviará la contraseña al correo electrónico registrado.
- Ingresas (https://pam.quito.gob.ec/mdmq_declaracionpatentes/login.aspx) y procede a cambiar la clave para luego continuar con los trámites de declaración, pago y obtener la LUAE. (Ecuador EC, 2023)

Registro ante el Ministerio de Trabajo

Si la empresa va a tener empleados, debe registrarse ante el Ministerio de Trabajo y cumplir con las obligaciones laborales y de seguridad social.

Obtención de licencias y permisos adicionales

La empresa puede requerir licencias o permisos adicionales de otros organismos gubernamentales, como el Ministerio de Salud, el Ministerio del Ambiente, etc. Cumplimiento de obligaciones tributarias: La empresa debe inscribirse ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) y cumplir con sus obligaciones tributarias.

Cumplimiento de otras regulaciones

Es importante que la empresa cumpla con todas las regulaciones y leyes aplicables a su sector o actividad, tanto a nivel nacional como local. Es fundamental contar con asesoría legal y contable durante todo el proceso para garantizar el cumplimiento adecuado de todas las regulaciones y evitar problemas legales en el futuro. Cabe mencionar que las leyes y regulaciones pueden cambiar con el tiempo, por lo que siempre es recomendable verificar la información actualizada con fuentes confiables o profesionales del derecho empresarial en Ecuador.

ARCOSA

Garantiza la salud de la población mediante la regulación y el control de la calidad, seguridad, eficacia e inocuidad de los productos de uso y consumo humano; así como, las condiciones higiénico-sanitarias de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario en su ámbito de acción y otorga el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

(ARCOSA, 2023)

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Se propone crear un establecimiento de alimentos y bebidas que sea amigable con el ambiente y genere un impacto social positivo en los clientes, con el valor agregado que contribuya al dinamismo económico del sector.

Impacto ambiental

La operación del restaurante puede tener impactos ambientales negativos, como el consumo de recursos naturales (agua y energía), la generación de residuos y la emisión de gases de efecto invernadero, especialmente si no se llevan a cabo prácticas sostenibles.

- Gestión adecuada de residuos: Implementar un sistema de separación de residuos para reciclaje y compostaje. Reducir al mínimo el uso de plásticos desechables y fomentar el uso de envases biodegradables o reutilizables.
- Eficiencia energética: Optar por electrodomésticos y equipos energéticamente eficientes. Apagar las luces y los equipos cuando no estén en uso y aprovechar al máximo la luz natural.
- Uso responsable del agua: Reparar fugas de agua y utilizar dispositivos de ahorro de agua en baños y cocinas. Sensibilizar al personal sobre la importancia de un uso responsable del agua.

- **Abastecimiento sostenible:** Priorizar la compra de productos locales y de temporada para reducir la huella de carbono asociada al transporte. Elegir proveedores que sigan prácticas sostenibles y responsables en la producción de alimentos.
- **Reducción de desperdicio de alimentos:** Implementar medidas para reducir el desperdicio de alimentos, como ajustar los volúmenes de preparación según la demanda, donar los excedentes a organizaciones benéficas o emplear técnicas para aprovechar al máximo los ingredientes.
- **Transporte sostenible:** Promover el uso del transporte público o bicicletas para el personal y fomentar opciones de entrega eco amigables, como bicicletas o vehículos eléctricos.
- **Educación y concientización:** Capacitar al personal sobre prácticas sostenibles y concienciar a los clientes sobre los esfuerzos del restaurante para reducir su impacto ambiental. Utilizar materiales educativos en el local para informar sobre la importancia de la sostenibilidad.
- **Certificaciones ambientales:** Buscar obtener certificaciones ambientales reconocidas que validen los esfuerzos del restaurante por reducir su huella de carbono y promover prácticas sostenibles.

Al implementar estas actividades, el restaurante puede convertirse en un ejemplo de prácticas sostenibles en el sector gastronómico y contribuir al cuidado del medio ambiente. Además, esto puede atraer a clientes preocupados por el impacto ambiental de sus elecciones y mejorar la reputación y competitividad del negocio.

Impacto social

Dado que los restaurantes pueden ser un espacio de encuentro y socialización para la comunidad, fomentando la convivencia y el intercambio cultural. También puede apoyar eventos y actividades locales, lo que fortalece el tejido social.

Un restaurante sostenible podría apoyar a las comunidades locales de pescadores y acuicultores, fomentando prácticas justas y sostenibles en la cadena de suministro de mariscos. Esto ayudaría a mejorar la calidad de vida de las personas involucradas en la industria pesquera y a garantizar su sustentabilidad a largo plazo.

- **Innovación culinaria:** "Picantería Calderón" podría ser un referente en la oferta de platos deliciosos y sostenibles con mariscos, promoviendo prácticas culinarias que minimicen el desperdicio de alimentos y utilicen ingredientes locales y de temporada.
- **Certificaciones sostenibles:** Obtener certificaciones reconocidas de sostenibilidad, para productos pesqueros, podría reforzar la imagen del restaurante como un negocio comprometido con el medio ambiente y la comunidad.
- **Responsabilidad ética:** "Picantería Calderón" podría asegurarse de que sus proveedores sigan prácticas éticas y sostenibles, garantizando la procedencia legal y responsable de los productos marinos que ofrecen.
- "Picantería Calderón" presenta un compromiso real con el bienestar social y la promoción de una cultura gastronómica responsable, lo que atraería a un público consciente y preocupado por el futuro de los recursos naturales.

La perspectiva de transformación sostenible que "Picantería Calderón" podría encarnar tiene el potencial de generar un impacto profundo y multifacético. La implementación de medidas ecológicas, como la gestión de residuos, la eficiencia energética y el uso responsable del agua, no solo reduciría el impacto ambiental del restaurante, sino que también establecería un paradigma inspirador en la industria gastronómica.

Este cambio no se limita al ámbito ecológico, ya que "Picantería Calderón" podría convertirse en un catalizador social. Al promover la convivencia y el intercambio cultural, el restaurante se erigiría como un centro comunitario, fortaleciendo los lazos locales y enriqueciendo la cohesión social. Al asociarse con pescadores y acuicultores locales a través de prácticas justas y sostenibles, podría fomentar una cadena de suministro ética que mejore las condiciones de vida de las personas involucradas y asegure la persistencia de los recursos marinos.

La innovación culinaria y las certificaciones sostenibles podrían elevar aún más el perfil de "Picantería Calderón", atrayendo a una clientela consciente y comprometida. Su compromiso con el bienestar social y la responsabilidad medioambiental no solo beneficiaría directamente a la comunidad local, sino que también establecería un modelo que inspire a otros negocios a seguir un camino similar hacia la sostenibilidad. En resumen, "Picantería Calderón" tiene la posibilidad de ser un faro de cambio positivo, desde la reducción de su impacto ecológico hasta la promoción del bienestar social, tejiendo así un tejido más sólido de sostenibilidad en el entorno gastronómico y más allá.

PROCESO FINANCIERO

Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera de “Picantería Calderón”

Activos Fijos

Se refiere a los activos y recursos que la empresa adquiere con la intención de utilizarlos a largo plazo en su operación. Estos activos comprenden propiedades, equipos, herramientas y otros elementos que no se destinan a la venta inmediata, es decir, no se convierten en efectivo al menos durante el primer año. El activo fijo, también conocido como activo no corriente, representa esos elementos tangibles o intangibles fundamentales para el funcionamiento continuo de la empresa. (EAE, 2021), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: **\$11.482,67**.

Tabla 31
Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Edificio	\$0,00
Vehículo	\$4.000,00
Equipos Industriales / seguridad	\$1.935,49
Equipos de Computación	\$1.287,00
Muebles - enseres	\$4.260,18
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$11.482,67

Nota: Activos fijos de “Picantería Calderón”

Capital de trabajo

El capital de trabajo representa los recursos necesarios para que una empresa o institución financiera pueda llevar a cabo sus operaciones de manera eficiente en el corto plazo. En esencia, son los activos esenciales que permiten que una empresa funcione y realice sus actividades.

Este indicador refleja el equilibrio entre los activos y las deudas, lo que determina si la empresa tiene suficientes recursos para operar antes de generar ganancias. El conocimiento de este capital es crucial para la toma de decisiones en inversiones, gastos importantes y para la gestión general de la empresa. (Konfío, 2018).

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos de veinte y cuatro mil seiscientos sesenta y siete dólares (\$24.667,00), servicios básicos, mil doscientos veinte y cuatro dólares (\$1.224,00), material de oficina (papelería, lápiz, etc.) doscientos nueve dólares con cincuenta y dos centavos (\$1.097,16), material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) ciento cincuenta dólares (\$150,00), activos diferidos trescientos dólares (\$300,00), el alquiler de cuatro mil doscientos (\$4.200,00), publicidad con seiscientos treinta y cuatro dólares con ocho centavos (\$634,08), sistemas mil doscientos ochenta y siete dólares (\$1.287,00), adquisición de productos cinco mil dólares (\$5.000,00), gastos financieros dos mil ochocientos dólares (\$2.800,00), con un total de cuarenta y un mil quinientos treinta y ocho dólares con setenta y seis centavos. (\$41.538,76).

Tabla 32
Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	\$24.667,00
Servicios Básicos	\$1.224,00
Material oficina	\$209,52
Material limpieza	\$1.097,16
Activos diferidos	\$300,00
Alquiler local	\$4.200,00
Publicidad	\$634,08
Sistemas	\$1.287,00
Adquisición productos	\$5.000,00
Uniformes	\$120,00
Gastos financieros	\$2.800,00
TOTAL, INVERSION	\$41.538,76

Nota: Capital de trabajo de “Picantería Calderón”

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de **\$53.021,43**.

Tabla 33
Capital de inversión

CAPITAL DE INVERSION	
Capital trabajo	\$41.538,76
Activos fijos	\$11.482,67
TOTAL	\$53.021,43

Nota: Capital de inversión de “Picantería Calderón”

Sueldos

El término sueldo se relaciona con la compensación periódica otorgada por la ejecución de un puesto o trabajo profesional. Se podría afirmar que el trabajador percibe un sueldo a cambio de poner a disposición del empleador su capacidad de

trabajo, dentro de un conjunto de responsabilidades mutuamente acordadas que regulan su relación contractual. (Pérez y Gardey, 2020)

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales.

Tabla 34

Sueldos.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente - Propietario	\$750,00	\$9.000,00	\$850,50	\$1.093,50	\$9.243,00
Chef	\$550,00	\$6.600,00	\$623,70	\$801,90	\$6.778,20
Bartender	\$450,00	\$5.400,00	\$510,30	\$656,10	\$5.545,80
TOTAL	\$1.750,00	\$21.000,00	\$1.984,50	\$2.551,50	\$21.567,00

Nota: Sueldos de “Picantería Calderón”

Tabla 35

Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL, DÉCIMOS
Gerente - Propietario	\$750,00	\$450,00	\$750,00	\$1.200,00
Chef	\$550,00	\$450,00	\$550,00	\$1.000,00
Bartender	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$900,00
TOTAL	\$1.750,00	\$1.350,00	\$1.750,00	\$3.100,00

Nota: Décimos de “Picantería Calderón”

Tabla 36

Sueldo total

TOTAL, SUELDOS	TOT. DÉCIMOS	TOT ANUAL
\$21.567,00	\$3.100,00	\$24.667,00

Nota: Sueldo total de “Picantería Calderón”

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de **\$24.667,00** anual.

Depreciación activos fijos.

La depreciación se refiere a la reducción del valor de un activo fijo debido a su uso y deterioro, lo que conlleva una disminución en su valor económico. Indica cuánto ha disminuido el valor de un activo fijo debido al desgaste o uso.

La depreciación es esencial para las empresas ya que les permite generar ingresos a partir de un activo mientras reconocen su costo decreciente con el tiempo. Ignorar la depreciación puede afectar negativamente las ganancias, por lo que planificar y registrar la depreciación ayuda a controlar las finanzas empresariales. (Gómez, 2021)

En esta tabla 37, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: Vehículo 20%, equipos industriales 10%, equipos y maquinaria 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$1.048,52.

Tabla 37

Depreciación de activos fijos

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Edificio	\$0,00	10%	\$0,00
Vehículo	\$0,00	20%	\$0,00
Equipos Industriales / seguridad	\$1.935,49	10%	\$193,55
Equipos de Computación	\$1.287,00	33,33%	\$428,96
Muebles y Enseres	\$4.260,18	10%	\$426,02
TOTAL			\$1.048,52

Nota: Depreciación de activos fijos de “Picantería Calderón”

Tabla de amortización

Un cuadro de amortización es una representación en forma de tabla que detalla el calendario de pagos, incluyendo tanto el principal del préstamo como los intereses, que debe cumplir el receptor del préstamo a lo largo de la duración del mismo. En esencia, es un resumen que muestra todos los desembolsos que el prestatario, es decir, la persona que ha recibido el préstamo, debe realizar durante el período en el que el préstamo está vigente. (Donoso Sánchez, 2020)

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$20.000,00 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%.

Tabla 38

Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	\$20.000,00			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	20000
1	5825,67	2.800,00	3.025,67	16.974,33
2	5825,67	2.376,41	3.449,26	13.525,06
3	5825,67	1.893,51	3.932,16	9.592,90
4	5825,67	1.343,01	4.482,66	5.110,24
5	5825,67	715,43	5.110,24	0,00

Nota: Tabla de Amortización de “Picantería Calderón”

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 20.000, llegando al año 5, el pago de interés de \$715,43 y a su vez el pago capital de \$5.110,24, para que al final del periodo establecido dé un saldo de cero dólares.

Estructura capital

“En finanzas, se puede definir la de estructura de capital como la forma en que una empresa financia sus activos a través de una combinación de capital, deuda o híbridos”. (Modigliani, 2018)

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$33.021,43 que equivale a una estructura del 62%; costo 12% con una tasa de descuento del 7,5%; por consiguiente el Capital Financiero es de \$20.000,00 con una estructura del 38% , el costo es del 14% que otorga el 5,3% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$53.021,43 que en la suma total otorga una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 12,8% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 39

Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$33.021,43	62%	12%	7,5%	
Capital Financiero	\$20.000,00	38%	14%	5,3%	
TOTAL, INVERSION	\$53.021,43	100%		12,8%	TMAR

Nota: Estructura de capital de “Picantería Calderón”

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, también conocido como punto de equilibrio financiero, es una herramienta esencial en la estrategia empresarial, y desempeña un papel crucial en la evaluación de la salud financiera y el potencial de rentabilidad de una

empresa. En términos más concretos, el punto de equilibrio establece el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos de la empresa, indicando el punto en el cual las ventas anuales deben alcanzar para evitar pérdidas y empezar a generar ganancias. (Montero, 2023)

El valor se calculó con los valores de materia prima, arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de **\$2.924,25**.

Tabla 40

Costos fijos mensuales

Costos fijos	
Materia prima	\$416,67
Arriendo	\$350,00
Sueldos	\$2.055,58
Servicios Básicos	\$102,00
TOTAL	\$2.924,25

Nota: Estructura de capital de “Picantería Calderón”

El margen de contribución “hace referencia a los beneficios obtenidos por una empresa sin considerar los costos fijos, por lo tanto, el margen de contribución unitario se trata del resultado de restar los costos variables al precio de venta por unidad”. (BOLD, 2022)

Para el cálculo tomó en cuenta dos productos más solicitados y luego se obtuvo los costos de producción, costos de venta y margen de utilidad, al ser dos productos se sumaron los valores donde se evidenció que en general el costo de venta

es de \$3,03, y el costo bruto sería 1,60, por lo que el margen de contribución será de \$1,44.

Tabla 41

Margen de contribución

Producto	Encebollado
Precio	\$3,03
Costo	\$1,60
Ganancia	\$1,44

Nota: Margen de contribución de “Picantería Calderón”

Obtenidos los datos de **Costo fijo y margen de contribución**, se realiza la siguiente operación para conocer el punto de equilibrio:

$$\frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}} = \frac{\$2.24,25}{1,44} = 2036$$

En la tabla 42, se puede observar que se deberá vender 2036 productos mensuales, es decir 67,9 productos diarios para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 53 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia será de 4.000 productos.

Tabla 42

Punto de equilibrio

VENTA	2036	\$3,03	\$6.156,96
COSTO	2036	\$1,60	\$3.251,20
GASTO			2.905,76
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Nota: Punto de equilibrio de “Picantería Calderón”

Figura 29
Gráfica, punto de equilibrio



Nota: Punto de equilibrio de “Picantería Calderón”

Tabla 43

Ventas proyectadas

Ventas proyectadas			
Número	Valor mensual	Valor anual	
4000	\$12.128,70	\$145.544,34	Ventas
4000	\$6.383,52	\$76.602,29	Costo

Nota: Ventas proyectadas de “Picantería Calderón”

Costo de ventas

“Comprende el valor que costó producir determinado bien o servicio. Dentro de la contabilidad se define como el gasto de la producción de la cantidad total de artículos que se venden en un tiempo específico”. (Enciclopedia Económica, 2021)

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que se tienen las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla 44 es

contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$21.038,63 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de **\$25.331,09**.

Tabla 44*Costo de ventas*

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$145.544,34	\$149.925,23	\$154.437,98	\$159.086,56	\$163.875,07
COSTO DE VENTAS		\$76.602,29	\$78.908,01	\$81.283,15	\$83.729,77	\$86.250,03
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$68.942,06	\$71.017,21	\$73.154,83	\$75.356,79	\$77.625,03
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$24.667,00	\$25.409,48	\$26.174,30	\$26.962,15	\$27.773,71
SERVICIOS BASICOS		\$1.224,00	\$1.260,84	\$1.298,79	\$1.337,89	\$1.378,16
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEZA		\$1.306,68	\$1.346,01	\$1.386,53	\$1.428,26	\$1.471,25
ALQUILER AUTO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
ALQUILER		\$4.200,00	\$4.326,42	\$4.456,65	\$4.590,79	\$4.728,97
PUBLICIDAD		\$634,08	\$653,17	\$672,83	\$693,08	\$713,94
DEPRECIACIONES		\$1.048,52	\$1.048,52	\$1.048,52	\$1.048,52	\$1.048,52
AMORTIZACIONES		\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
UTILIDAD OPERATIVA		\$35.801,77	\$36.912,77	\$38.057,21	\$39.236,10	\$40.450,48
GASTOS FINANCIEROS		\$2.800,00	\$2.376,41	\$1.893,51	\$1.343,01	\$715,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$33.001,77	\$34.536,37	\$36.163,71	\$37.893,10	\$39.735,04
BASE IMPOSITIVA		\$11.963,14	\$12.519,43	\$13.109,34	\$13.736,25	\$14.403,95
UTILIDAD NETA		\$21.038,63	\$22.016,93	\$23.054,36	\$24.156,85	\$25.331,09

Nota: Costo de ventas de “Picantería Calderón”

Flujo de caja

“Se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico. Se utiliza para indicar la acumulación neta de activos líquidos durante un periodo concreto”. (ESERP, 2022) “Si el flujo de caja neto es positivo, esto significa que los ingresos han sido mayores que los egresos. Por el contrario, si es negativo significa que los egresos han estado por encima de los ingresos”. (Urzúa, 2019)

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$19.121,48, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$21.329,38 ya que en este año se recupera el capital de trabajo.

Tabla 45
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		\$35.801,77	\$36.912,77	\$38.057,21	\$39.236,10	\$40.450,48
DEPRECIACION		\$1.048,52	\$1.048,52	\$1.048,52	\$1.048,52	\$1.048,52
AMORTIZACION		\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
- BASE IMPOSITIVA		\$11.963,14	\$12.519,43	\$13.109,34	\$13.736,25	\$14.403,95
- GASTOS FINANCIEROS		\$2.800,00	\$2.376,41	\$1.893,51	\$1.343,01	\$715,43
- PAGO CAPITAL		\$3.025,67	\$3.449,26	\$3.932,16	\$4.482,66	\$5.110,24
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$0,00
+ CAPITAL DE TRABAJO						\$0,00
- REPOSICION DE ACTIVOS				\$0,00		
= FLUJO NETO DE CAJA	- \$53.021,43	\$19.121,48	\$19.676,19	\$20.230,72	\$20.782,71	\$21.329,38

Nota: Flujo de caja de “Picantería Calderón”

Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero, el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

VAN (Valor Actual Neto)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en número de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc.) (Velayos, 2014)

Tabla 46
Interpretación del VAN

VAN= VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)
VAN= BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSION
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 EL PROYECTO ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRA PERDIDAS NI GANACIAS,

Adaptado de: Delvicier, P. (2022). *Interpretación del VAN, Pets World.*

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

F_t = son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

k = es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

El VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$17.829,81; por lo tanto, el negocio es factible.

TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado.

Tabla 47
Interpretación de TIR

TIR= TASA INTERNA DE RETORNO
TIR = VAN = 0
TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE
TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE
TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANACIAS

Adaptado de: Delviciér, P. 2022). *Interpretación del TIR*.

Fórmula de TIR

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

F_t = flujos de caja.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

TIR = tasa interna de retorno.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 25,85% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 12,8% con el TMAR

Tabla 48
VAN, TIR y TMAR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	\$17.829,81
TIR	25,66%
TMAR	12,75%

Nota: VAN, TIR y TMAR de “Picantería Calderón”

CONCLUSIONES

A través del estudio se ha logrado identificar los productos más demandados por los habitantes del Barrio Pío XII, así como el presupuesto promedio asignado para el consumo de los platos y la frecuencia de compra.

En el análisis interno de esta microempresa, se ha reconocido la importancia de proporcionar una capacitación continua al personal, dado que los cambios sociales, tecnológicos y legales pueden tener un impacto significativo en la dinámica de una actividad comercial que involucra bienes y servicios.

Es crucial seleccionar cuidadosamente los productos que ofrecerá "Picantería Calderón" y mantenerse al tanto de las fluctuaciones económicas a nivel local e internacional, ya que estos cambios pueden influir en la economía local. Por lo tanto, se debe optar por productos accesibles para la comunidad local y que mantengan altos estándares de calidad.

A través del análisis financiero se demostró que la implementación de "Picantería Calderón" es factible por cuanto los indicadores como VAN, TIR y TMAR arrojan resultados positivos

RECOMENDACIONES

Es fundamental que "Picantería Calderón" realice investigaciones regulares a través de sondeos y encuestas para obtener un mayor entendimiento de los productos que los clientes consuman con mayor frecuencia y estos no se encuentren con facilidad en el mercado local. Esto permitirá abordar las necesidades cambiantes de los clientes, que pueden surgir debidos cambios que se pueden producir en el tiempo debido a factores sociales, económicos y ambientales.

Es recomendable que la empresa desarrolle un plan de marketing que facilite la supervisión de sus actividades, incluyendo la adaptación a situaciones imprevistas, ya que la sociedad evoluciona constantemente.

Es aconsejable llevar a cabo un análisis interno para identificar las áreas que requieren capacitación, en lugar de implementar un programa genérico que podría desmotivar a los empleados si no se percibe como relevante para sus responsabilidades específicas. La capacitación debe ser personalizada para cada departamento o función.

"Picantería Calderón" también debe esforzarse en establecer acuerdos directos con los fabricantes de los productos que comercializa, con el objetivo de agilizar la distribución y reducir los costos, ya que la intermediación adicional suele aumentar los precios.

REFERENCIAS

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz. (2022). *Emisión de patente Municipal*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gadmsc/tramites/emision-patente-municipal>
- ARCSA. (2023). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, Arcsa*. Obtenido de Misión y Visión: <https://www.salud.gob.ec/agencia-nacional-de-regulacion-control-y-vigilancia-sanitaria-arcsa/#:~:text=Garantizar%20la%20salud%20de%20la,en%20su%20%C3%A1mbito%20de%20acci%C3%B3n>.
- Baciero, G. (2019). *Manejo y prevención del estrés del gato*. Madrid, España.: Comunicación Científica Royal Canin.
- Banco Pichincha. (07 de Mayo de 2021). *¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador?* Obtenido de <https://www.pichincha.com:https://www.pichincha.com/portal/blog/post/clasificacion-empresas-por-tamano>
- BOLD. (2022). *¿MARGEN DE CONTRIBUCIÓN: QUÉ ES, PARA QUÉ SIRVE Y CÓMO SE CALCULA*. Obtenido de Bold Consulting Group: https://bold.com.ec/que-es-y-como-calcular-margen-de-contribucion/#Que_es_el_margen_de_contribucion
- Clavijo, C. (28 de Marzo de 2022). *Fijación de precios: definición, factores y objetivos*. Obtenido de Ibound Marketing: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-fijacion-de-precios>

Congreso Nacional. (2020). *Código de trabajo*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf

Consejo de Gobierno de Régimen Especial de Galápagos. (2022). *Permisos de funcionamiento*. Obtenido de <https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/gobernacion-permisos-de-funcionamiento/>

Cueva, J. (2020). *Mascotas, los mejores compañeros de vida para niños y adultos*. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de <https://regiondigital.com/noticias/reportajes/322755-mascotas-los-mejores-companeros-de-vida-para-ninos-y-adultos.html>

Da Silva, D. (05 de Abril de 2022). *¿Cómo hacer una filosofía empresarial en 5 pasos?* Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/filosofia-empresarial/#:~:text=La%20filosof%C3%ADa%20empresarial%20es%20un,construir%C3%A1%20sus%20productos%20y%20relaciones.>

Da Silva, D. (05 de Agosto de 2022). *Segmentación demográfica*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentacion-geografica/>

Donoso Sánchez, A. (01 de Abril de 2020). *Tabla de amortización*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cuadro-de-amortizacion.html>

- EAE. (05 de Noviembre de 2021). *Activo fijo: qué es, tipos, características y ejemplo*. Obtenido de EAE Business School: <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>
- Ecuador EC. (2023). *¿Cómo sacar la Patente Municipal Quito? – 2023*. Obtenido de Página de Consultas: <https://ecuadorec.com/sacar-patente-municipal-quito/>
- Editorial Etecé. (2023). *Necesidades fisiológicas*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/necesidades-fisiologicas/#ixzz86QqnBpyA>
- Educaonline S.L. (2020). *Veterinario*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de <https://www.educaweb.com/secciones/informacion-legal/proteccion-contenidos/>
- Enciclopedia Económica. (Agosto de 2021). *Costo de ventas*. Obtenido de Editorial Grudemi: <https://enciclopediaeconomica.com/costo-de-ventas/>
- Enciclopedia Económica. (2022). *Amortización*. Obtenido de Editorial Grudemi: <https://enciclopediaeconomica.com/amortizacion/>
- ESERP. (2022). *Flujos de caja*. Obtenido de ESERP Business School: <https://es.eserp.com/articulos/que-es-el-flujo-de-caja/>
- Giraldo, J., & Robledo, J. (2014). *Propuesta para la gestión de residuos sólidos de dos clínicas*. Cali, Colombia: Universidad ICESI.
- Gómez, R. (03 de Junio de 2021). *Depreciación de activo fijo*. Obtenido de Contaconfianza: <https://www.contaconfianza.com/2021/06/depreciacion-de-activos-fijos.html>
- Heredia, J., & Iturbe, T. (2019). *Manual de práctica de medicina de gatos*. México: UNAM.

- Ibañez, M. (2000). En *Canis et Felis. N° 43. Bases para la gestión en centros veterinarios* (pág. 12). Madrid, España: Ediciones Luzán.
- IESS. (022).
- IESS. (2022).
- Keller, T. (2012). *Calameo*. Obtenido de <https://www.calameo.com/books/0057651808d877aa817c5>
- Keller, T. (s.f.). *Calameo*. Obtenido de <https://www.calameo.com/books/0057651808d877aa817c5>
- Konfío. (11 de Junio de 2018). *Capital de trabajo*. Obtenido de <https://konfio.mx/>: <https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- Maldonado, S. (2009). Desarrollo de un plan de negocios para la creación de LUCKYS SPA DE MASCOTAS. Cuenca, Ecuador.
- Maps, G. (2019). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Picanteria+Calder%C3%B3n/@-0.2421513,-78.5071134,17.63z/data=!4m6!3m5!1s0x91d599bc67dcfac9:0x48bcc135d21cd6c5!8m2!3d-0.2423231!4d-78.5057587!16s%2Fg%2F11g8fx6sfs?entry=ttu>
- Martínez, K. (2016). *Análisis espacial de la percepción de seguridad ciudadana. Caso de estudio: parroquia Chimbacalle*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13263>
- Modigliani, M. (17 de Mayo de 2018). *Dirección Financiera*. Obtenido de ENCICLOPEDIA FINANCIERA:

<http://www.encyclopediainfinanciera.com/finanzas-corporativas/estructura-de-capital.htm>

Montero, M. (23 de Marzo de 2023). *¿Qué es el punto de equilibrio?* Obtenido de Emprendepyme: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>

Nacarro, J. (21 de 10 de 2019). *Mc Graw Hill*.

Ortega, C. (2020). *Desarrollo organizacional: Qué es, ventajas, etapas y cómo crear un plan efectivo*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/desarrollo-organizacional/#:~:text=El%20desarrollo%20organizacional%20es%20el,adaptarse%20a%20los%20retos%20externos.>

Paez, S. (2006). *Escuela de lenguaje Las Vocales*. Obtenido de <http://www.escuelalavocales.cl/que-importancia-tiene-la-alimentacion-para-nuestra-salud/>

Pastor, I. (2020). *¿Qué es y para qué sirve la Pirámide de Maslow?* . Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/qu%C3%A9-es-y-para-qu%C3%A9-sirve-la-pir%C3%A1mide-de-maslow>

Pérez, J., & Gardey, A. (2020). *Sueldo*. Obtenido de Conceptode: <https://definicion.de/sueldo/>

Pérez, P., & Merino, M. (29 de Julio de 2021). *Definición.DE*. Obtenido de Definición.DE: <https://definicion.de/micro-empresa/>

PLANNER. (30 de Enero de 2020). *Pasos para elaborar un Plan de Implementación.*

Obtenido de Plan de Negocios Perú: <https://plandenegociosperu.com/pasos-para-elaborar-un-plan-de-implementacion/#:~:text=En%20general%2C%20la%20implementaci%C3%B3n%20se,para%20hacer%20realidad%20el%20negocio.>

Quiroa, M. (01 de Julio de 2021). *Organigrama empresarial.* Obtenido de

Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/organigrama-empresarial.html>

Raeburn, A. (1 de 7 de 2021). *asana.* Obtenido de asana:

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Romero, S. (2016). *El motivo por el que los gatos son más independientes que los*

perros. Recuperado el 26 de julio de 2021, de

<https://www.muyinteresante.es/salud/articulo/el-motivo-por-el-que-los-gatos-son-mas-independientes-que-los-perros-811441363579>

S.R.I. (2023). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona natural (artesanos).* Obtenido de Servicio de Rentas Internas:

<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Sánchez, J. (02 de Agosto de 2019). *Activo diferido.* Obtenido de Términos del

Diccionario Empresarial: <https://economipedia.com/definiciones/activo-diferido.html>

SCVS. (2023). *Reserva de denominaciones para constitución de compañías, fusión,*

escisión, cambio de denominación, transformación y cambio de domicilio a

territorio ecuatoriano. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros : <https://www.gob.ec/scvs/tramites/reserva-denominaciones-constitucion-companias-fusion-escision-cambio-denominacion-trasformacion-cambio-domicilio-territorio-ecuatoriano>

Tejo, D. (2016). *Pirámide de Maslow*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <http://davidtejo.com/2016/06/la-nueva-piramide-de-maslow-el-cambio-en-las-necesidades-basicas-en-el-siglo-xxi-y-su-influencia-en-el-lifestyle-actual/>

Urzúa, F. (03 de Agosto de 2019). *¿Qué es el flujo de caja y cuál es su importancia?* Obtenido de Chipax: <https://www.chipax.com/blog/que-es-el-flujo-de-caja-y-cual-es-su-importancia/>

Velayos, V. (15 de Junio de 2014). *Valor actual neto (VAN)*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Vicent Selva, B. (05 de Abril de 2019). Obtenido de Abraham Maslow: <https://economipedia.com/definiciones/abraham-maslow.html>

ANEXOS



Identificación de reporte de similitud. oid:11830:258871509

NOMBRE DEL TRABAJO

MONOGRAFÍA- LESLY ALVEAR_docx

AUTOR

LESLY ALVEAR

RECuento DE PALABRAS

17309 Words

RECuento DE CARACTERES

98897 Characters

RECuento DE PÁGINAS

119 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

8.2MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 30, 2023 2:49 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 30, 2023 2:51 PM GMT-5

● **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 13% Base de datos de Internet
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Fuentes excluidas manualmente
- Bloques de texto excluidos manualmente

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Conoce el envío a tu ubicación

Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.

Agregar ubicación Más tarde

air fryer - aire acondicionado portátil - tanque de gas - cocina industrial

Para Cocina > Preparación de Alimentos > Otros

Compartir | Vender uno igual

Nuevo

Juego De Ollas Inducción Ceramica Electrolux Pancjto

U\$S249

Hasta 12 cuotas
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
 Mariscal Sucre, Guito
[Ver formas de entrega](#)

Cantidad: 1 unidad (5 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.
 1 años de garantía de fábrica.

Información sobre el vendedor

Características principales

Marca: Elextrolux

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro [Centro de Privacidad](#).

[Aceptar cookies](#) [Configurar cookies](#)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Conoce el envío a tu ubicación

Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.

Agregar ubicación Más tarde

empastadoras documentos - sellos personalizados - esferos personalizados

Promoción > Otros

Compartir | Vender uno igual

Nuevo | +500 vendidos

Tarjetas De Presentación, Flyers, Imprenta, Diseño Gratis

U\$S10

Hasta 12 cuotas
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
 Iñaquito, Guito
[Ver formas de entrega](#)

Cantidad: 1 unidad (7 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Información sobre el vendedor

Publicaciones del vendedor

Tazas Personalizadas Jarros Sublimados

Camisetas Personalizadas Para Toda Ocasión

96% de compradores vendiendo en 5 años 2538 ventas

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro [Centro de Privacidad](#).

[Aceptar cookies](#) [Configurar cookies](#)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Conoce el envío a tu ubicación
Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.

Agregar ubicación Más tarde

1000 Hojas Membretadas A4 + Full Color + Diseño + Bond 90grs

U\$S 1

Hasta 12 cuotas
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Concepción, Guito
Ver formas de entrega

Cantidad: 1 unidad (103 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Publicaciones del vendedor

Agendas 2024 Corporativas Personalizadas Cuaderno...
Fundas Bolsas De Papel Personalizadas Tiendas Shopping...

Información sobre el vendedor

MarketLeader
Es uno de los mejores del sitio!

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro Centro de Privacidad.

Aceptar cookies Configurar cookies

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Conoce el envío a tu ubicación
Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.

Agregar ubicación Más tarde

Refrigeradora Smart Frost Rca 263 Litros 2 Puertas

U\$S 450

Hasta 12 cuotas
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Itaquito, Guito
Ver formas de entrega

Color: Plateado

Cantidad: 1 unidad (10 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

1 años de garantía de fábrica.

Publicaciones del vendedor

Ollas De Presión Universal 6 Litros U\$S 49
Cocina Encimera A Gas Rca 4 Quemadores

Información sobre el vendedor

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro Centro de Privacidad.

Aceptar cookies Configurar cookies

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Enviar a Quito Categorías Historial Tiendas oficiales Vender Ayuda Crear tu cuenta Ingresar Mis compras

Conoce el envío a tu ubicación
Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.
[Agregar ubicación](#) [Más tarde](#)

Freidora eléctrica 1 tanque 8 Litros

Nuevo 12 vendidos

Freidora Eléctrica 1 Tanque 8 Litros

U\$S 193

Hasta 12 cuotas
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver formas de entrega](#)

Cantidad: 1 unidad (990 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Información sobre el vendedor

98% de compradores vendiendo en 15 años 1857 ventas

Publicaciones del vendedor

Embutidora Y Churros 3,5,7, 10 Y 15 Litros U\$S 504

Amasadora Mezcladora 5, 10 Litros U\$S 504

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro [Centro de Privacidad](#).

[Aceptar cookies](#) [Configurar cookies](#)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Enviar a Quito Categorías Historial Tiendas oficiales Vender Ayuda Crear tu cuenta Ingresar Mis compras

Conoce el envío a tu ubicación
Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.
[Agregar ubicación](#) [Más tarde](#)

Frigorífico Enfriador Congelador Equipos Para Tu Negocio!

Usado

Frigorífico Enfriador Congelador Equipos Para Tu Negocio!

U\$S 290

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Puenagshi, Quito
[Ver formas de entrega](#)

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

87% de compradores lo recomendarían 9 años 1680 ventas concretadas

Ver más datos de este vendedor

Descripción

PRECIOS DESDE BAJOS \$\$\$DISPONIBILIDAD DE FRIGORÍFICOS, ENFRIADORES, CONGELADORES. VITRINAS. HORNOS. ASADERO. PASTELERAS. PANERAS.

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro [Centro de Privacidad](#).

[Aceptar cookies](#) [Configurar cookies](#)

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Conoce el envío a tu ubicación

Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.

Agregar ubicación Más tarde

Agip Gas Tanque De Gas 15 Kg

U\$S 90⁸¹

Hasta 12 cuotas

Más información

Envío a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío.

Calcular cuándo llega

Cantidad: 1 unidad (50 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

1 años de garantía de fábrica.

Descripción

*TIENDAFACIL - COMPRAS A DOMICILIO
Busca todo en un sólo lugar!

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro Centro de Privacidad.

Aceptar cookies Configurar cookies

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Conoce el envío a tu ubicación

Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.

Agregar ubicación Más tarde

Gramera Digital 10kg Sf-400

U\$S 5,48

Hasta 12 cuotas

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Manta, Manabí

Ver formas de entrega

Color: Blanco

Cantidad: 1 unidad (11 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

5 días de garantía de fábrica.

Publicaciones del vendedor

Fortalecedor De Agarre De Mano U\$S 2,99

Ejercitador Antebrazo 5-60kg U\$S 4,99

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro Centro de Privacidad.

Aceptar cookies Configurar cookies

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Enviar a Quito

Categorías Historial Tiendas oficiales Vender Ayuda

Crea tu cuenta Ingresar Mis compras

Conoce el envío a tu ubicación

Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.

Agregar ubicación Más tarde

Refrigeración > Otros

Compartir Vender uno igual

Nuevo | 1 vendido

Congelador Whirlpool Consul Cha31cbana, 305lt

U\$S445,54

Hasta 12 cuotas

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Cotacollo, Quito

Ver formas de entrega

¡Última disponible!

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

12 meses de garantía de fábrica.

Información sobre el vendedor

MercadoLider

Es uno de los mejores del sitio!

Publicaciones del vendedor

Horno Tostador Umco 0556 Negro - 6 Litros - Potencia De 650w

Lavavajillas Indurama Lvi-14n 14 Sets 6programas De Lavado

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro Centro de Privacidad.

Aceptar cookies Configurar cookies

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Enviar a Quito

Categorías Historial Tiendas oficiales Vender Ayuda

Crea tu cuenta Ingresar Mis compras

Conoce el envío a tu ubicación

Agrega tu dirección para ver costos y tiempos de entrega precisos en tu búsqueda.

Agregar ubicación Más tarde

Mesas para Exterior > Mesas y Sets de Muebles > Mesas de Jardín

Compartir Vender uno igual

Nuevo

Juego Comedor Mesa Cuatro Sillas Plegables Mimbre Exterior

U\$S120

Hasta 12 cuotas

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Ilaquito, Quito

Ver formas de entrega

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (100 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Información sobre el vendedor

Publicaciones del vendedor

Mesa De Ping Pong Plegable Importadas

Silla Plegable Para Eventos O Exterior Resistente

Usamos cookies para mejorar tu experiencia en Mercado Libre. Consultar más en nuestro Centro de Privacidad.

Aceptar cookies Configurar cookies