



CARRERA DE GASTRONOMÍA

Tema:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE CON ESPECIALIDAD DE MARISCOS Y TEMÁTICA
DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Gastronomía**

AUTOR: Marcos Fabricio Heredia Robayo

TUTOR: Econ. Byron Báez Msc.

DM, Quito, 15 de septiembre del 2021

DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico a Dios porque sin él no lo hubiera logrado, él ha sido mi guía durante todo este proceso dándome fuerzas en todo momento. También va dedicado a toda mi familia que han estado conmigo en las buenas y malas, de forma muy especial a mi esposa, madre, padre, hermanas y sobrina quienes con su esfuerzo y amor me han ayudado a cumplir hoy mi sueño.

En especial se la dedico a mi hijo Leonardo Fabricio quien es mi motivación e inspiración para salir adelante, que en un futuro cercano sé que sentirá orgullo de mí.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a mi Instituto por haberme aceptado ser parte de él para poder estudiar mi carrera, así como también a mi asesor de tesis que brindó sus conocimientos.

Mi agradecimiento para el Econ. Byron Báez Msc. y al Msc. Christian Carvajal, quienes han tenido toda la paciencia del mundo para guiarme y brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento y que nunca tuvo una respuesta de negación hacia mí.

Mis agradecimientos a los empresarios de la ciudad de Riobamba que me facilitaron realizar mis pasantías.

Y para finalizar, también agradezco a todos los que fueron mis compañeros de clases durante todo este periodo fuimos un equipo de trabajo unido y que los logros adquiridos nos permitirán desarrollarnos aún más profesionalmente.

AUTORÍA

Yo, Marcos Fabricio Heredia Robayo autor del presente trabajo informe, me responsabilizó por los conceptos, opiniones propuestas contenido en el mismo.

Atentamente,

Marcos Fabricio Heredia Robayo

DM, Quito, 15 de septiembre del 2021

Econ. Byron Báez Msc.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICADO

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.

Econ. Byron Báez Msc.

DM, Quito, 15 de septiembre del 2021

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 Sr. **Econ. Byron Báez Msc**, por sus propios derechos en calidad de director de trabajo fin de carrera; y el Sr. **Marcos Fabricio Heredia Robayo** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. **Marcos Fabricio Heredia Robayo**, realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante con especialidad de mariscos y temática deportiva en la ciudad de Riobamba”**, para optar por el título de Tecnólogo en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Econ. Byron Báez Msc**.

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

TERCERA.- Los comparecientes, **Econ. Byron Báez Msc**, en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr **Marcos Fabricio Heredia Robayo**, 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 creación de un restaurante con especialidad de mariscos y temática deportiva en la ciudad de Riobamba”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reservas algunas.

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

Econ. Byron Báez Msc.

Marcos Fabricio Heredia Robayo

DM, Quito, 15 de septiembre del 2021

INDÍCE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
AUTORÍA	iii
CERTIFICADO	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	v
INDÍCE	vi
1. RESUMEN EJECUTIVO	1
1.1 Naturaleza del Proyecto.....	1
1.2 Marketing	2
1.3 Administración, Producción o Servicio	2
1.4 Contabilidad y Finanzas	3
2 ORGANIZACIONAL EMPRESARIAL.....	4
2.1 Creación de la empresa	4
2.2 Descripción de la empresa.....	4
2.2.1 Importancia	4
2.2.2 Características.....	5
2.2.3 Actividad.....	6
2.3 Tamaño de la empresa	6
2.4 Necesidad de satisfacer	6
2.4.1 Necesidad fisiológicas.....	7
2.4.2 Necesidad de seguridad.....	7
2.4.3 Necesidad social-afiliación.....	8
2.4.4 Necesidad de reconocimiento.....	8
2.4.5 Necesidad de autorrealización	8
2.4.6 Localización de la empresa	9
2.5 Filosofía empresarial	9

2.5.1 Misión	9
2.5.2 Visión	9
2.5.3 Objetivos	10
2.5.4 Valores corporativos	10
2.5.5 Metas	11
2.5.6 Estrategias	11
2.5.7 Políticas	12
2.5.6.1 Política de calidad	12
2.5.6.2 Política de logística.....	12
2.5.6.3 Política de recursos humanos	12
2.5.7 FODA (Cevichería Sport House).....	13
2.6 Desarrollo organizacional	14
2.6.1 Tipo de estructura	14
2.6.2 Formalización.....	14
2.6.3 Centralización –Descentralización.....	15
2.6.4 Integración.....	15
2.7 Organigrama de la empresa.....	15
2.8 Funciones del personal.....	16
3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	20
3.1 Objetivo de mercadotecnia	20
3.2 Método de la investigación	20
3.3 Tipos de investigación	20
3.4 Población.....	20
3.4.1 Muestra	21
3.4.2 Calculo de la Muestra	21
3.5 Análisis de las encuestas	22
3.5.1 Análisis general e interpretación de resultados	34

3.6 Entorno empresarial	34
3.6.1 Microentorno	34
3.6.2 Macroentorno.....	36
3.7 Productos y servicio	38
3.7.1 Productos esenciales	39
3.7.2 Productos real.....	39
3.7.3 Calidad.....	39
3.7.4 Estilo.....	40
3.7.5 Marca y logo	40
3.7.6 Producto aumentado	41
3.8 Plan de introducción al mercado.....	42
3.8.1 Distintivos y uniformes.....	42
3.8.2 Materiales de identificación	43
3.8.3 Hojas membretadas	45
3.8.4 Canal de distribución y puntos de ventas	46
3.8.5 Riesgos y oportunidades de negocio	46
3.8.6 Implementación del negocio.....	47
3.8.7 Fijación de precios por receta estándar	47
3.8.8 Estudio arquitectónico	57
3.8.9 Estructura del funcionamiento.....	57
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	59
4.1 Objetivo de mercadotecnia	59
4.2 Permisos.....	59
4.2.2 RUC- (Registro de Contribuyente)	59
4.2.3 Permiso de rotulación	59
4.2.4 Ministerio de interior	59
4.2.5 Permiso Sanitario	60

4.2.6 Patente municipal	60
4.2.7 Cuerpo de bomberos	61
4.2.8 Permiso de suelo	61
4.2.9 Ministerio del Trabajo	61
4.2.10 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS.	62
5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	63
5.1 Objetivo de área	63
5.2 Impacto ambiental.....	63
5.3 Medidas para contrarrestar los impactos generados por Sport House Cevichería.	64
5.4 Impacto social.....	66
6. PROCESO FINANCIERO	67
6.1. Introducción.....	67
6.2. Inversiones	67
6.3. Activos Fijos.....	67
6.4. Activos diferidos	68
6.5. Capital de trabajo.....	68
6.6 Sueldos.....	69
6.7. Depreciación activos fijos.	70
6.8. Amortizaciones	71
6.9. Estructura capital	72
6.10. Tabla de amortización	72
6.11. Punto de equilibrio.....	73
6.12 Costo de ventas.....	74
6.13. Flujo de caja.....	75
6.14. Cálculo del TIR y el VAN.....	76
6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)	76
6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)	77
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78

7.1 Conclusiones.....	78
7.2 Recomendaciones	79
7.3 BIBLIOGRAFÍA.....	79
7.4 ANEXOS	81
7.4.1 Implementación del negocio.....	81

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Funciones del administrador Chef	16
Tabla 2 Perfil profesional para considerar el puesto de Chef	17
Tabla 3 Función del ayudante de cocina	17
Tabla 4 Perfil profesional para considerar el puesto de ayudante de cocina	18
Tabla 5 Función del cajero	18
Tabla 6 Perfil profesional para considerar el puesto de cajero	19
Tabla 7 Fórmula de la muestra con población finita	21
Tabla 8 Edad	22
Tabla 9 Género	23
Tabla 10 Pregunta #1	24
Tabla 11 Pregunta #2	25
Tabla 12 Pregunta #3	26
Tabla 13 Pregunta #4	27
Tabla 14 Pregunta #5	28
Tabla 15 Pregunta #6	29
Tabla 16 Pregunta #7	30
Tabla 17 Pregunta #8	31
Tabla 18 Pregunta #9	32
Tabla 19 Pregunta #10	33
Tabla 20 Proveedores	35
Tabla 21 Presupuesto de Marketing	46
Tabla 22 Receta estándar del encebollado	48
Tabla 23 Receta de costos del encebollado	49
Tabla 24 Receta estándar de ceviche de camarón	50
Tabla 25 Receta de costos del ceviche de camarón	51
Tabla 26 Receta estándar del pescado frito	52
Tabla 27 Receta de costos de pescado frito	53
Tabla 28 Equipos industriales	54
Tabla 29 Equipos industriales de seguridad	54
Tabla 30 Muebles y enseres	55
Tabla 31 Suministros de oficina	55
Tabla 32 Equipos de computación	56
Tabla 33 Servicios básicos	56
Tabla 34 Arriendo del local	56
Tabla 35 Materiales de limpieza	57
Tabla 36 Inversiones	67
Tabla 37 Activos diferidos	68
Tabla 38 Capital de trabajo	68
Tabla 39 Total de inversión	69
Tabla 40 Sueldos	69

Tabla 41 Sueldos décimos	70
Tabla 42 Total de sueldos.....	70
Tabla 43 Depreciación de activos fijos.....	71
Tabla 44 Amortizaciones.....	71
Tabla 45 Estructura de capital	72
Tabla 46 Cálculo de intereses	72
Tabla 47 Amortizaciones.....	73
Tabla 48 Cotos fijos	73
Tabla 49 Margen de contribución.....	74
Tabla 50 Punto de equilibrio	74
Tabla 51 Ventas proyectadas.....	74
Tabla 52 Estado de resultados.....	75
Tabla 53 Flujo de caja	76
Tabla 54 Van/Tir/Tmar.....	77

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Pirámide de Maslow	7
Gráfico 2 Localización.....	9
Gráfico 3 Organigrama de la empresa	16
Gráfico 4 Edad	22
Gráfico 5 Género	23
Gráfico 6 Porcentaje.....	24
Gráfico 7 Porcentaje.....	25
Gráfico 8 Porcentaje.....	26
Gráfico 9 Porcentaje.....	27
Gráfico 10 Porcentaje.....	28
Gráfico 11 Porcentaje.....	29
Gráfico 12 Porcentaje.....	30
Gráfico 13 Porcentaje.....	31
Gráfico 14 Porcentaje.....	32
Gráfico 15 Porcentaje.....	33
Gráfico 16 Microentorno de la empresa	35
Gráfico 17 Macroentorno de la empresa	37
Gráfico 18 Platos de la cevichería Sport House	39
Gráfico 19 Slogan.....	40
Gráfico 20 Logo	41
Gráfico 21 Empaques	41
Gráfico 22 Uniforme.....	43
Gráfico 23 Tarjeta	43
Gráfico 24 Tarjeta	44
Gráfico 25 Tarjeta	44
Gráfico 26 Mascarrilla	44
Gráfico 27 Hojas membretadas.....	45
Gráfico 28 Plano Arquitectónico.....	58

“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante con especialidad de mariscos y temática deportiva en la ciudad de Riobamba”

Marcos Fabricio Heredia Robayo

Econ. Byron Báez Msc.

D.M. Quito 15 de septiembre del 2021

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está enfocado en analizar la situación actual del sector alimenticio orientados en las cevicherías con la innovación de menús, brindar un ambiente deportivo acogedor para la creación de la empresa, las exigencias del mercado actual son cambiantes y la competencia crece cada día, es por ello, que el objetivo de un emprendedor es crear su propia empresa, crear plazas de empleo y de esa manera aporta al desarrollo y crecimiento de un país, contando con el presupuesto el cual permita viabilizar y ejecutar el proyecto.

Según (Maldonado, 2021), en el Ecuador hay más de tres millones de emprendedores, y con las nuevas tecnologías y el uso de las redes sociales, captan más clientes y por ende desean posicionar su marca.

El proyecto representa un beneficio para el deportista, por lo cual es preciso destacar el consumo de alimentos saludables como lo son los mariscos fuentes de proteínas que metabolizan como energía en los deportistas, son ricos en grasas saludables, especialmente el pescado que contiene omega 3 un ácido graso esencial que no es producido por el organismo el cual disminuye el colesterol malo y el riesgo de infartos.

El enfoque nutricional para un deportista es una de las características de Sport House Cevichería ayudando a potenciar las habilidades a la hora de practicar deporte.

1.1 Naturaleza del Proyecto

La empresa Sport House Cevichería, será una Microempresa que estará enfocada en brindar variedad de menú para los deportistas, para que puedan tener un mejor rendimiento

en sus entrenamientos y sobre todo cuidar de su salud, los tres platos estrellas son, los ceviches, encebollado, arroz con pescado, entre otros, con base a un análisis de observación se pudo determinar que las personas que circulan por ese sector les gustan mucho consumir ceviches, y a través de la alianzas que se hará con organizaciones deportivas, la empresa satisfará su demanda.

La empresa tendrá todos los permisos de funcionamiento, y se cumplirá con todas las normas y reglas que establece el SRI, además el personal contará con su seguro del IESS, y todos los beneficios que la ley lo determina.

La empresa se fortalecerá en base a las alianzas estratégicas con otras instituciones deportivas, y cumpliendo con cada línea de acción establecida en su objetivo, de esa manera lograremos el éxito y posicionamiento de la cevichería.

1.2 Marketing

Se trabaja en un enfoque metodológico de tipo cuantitativo, para conocer la oferta y demanda del sector, y entre los resultados se evidenció que en el sector donde se pretende ubicar la empresa las personas están interesadas en consumir los productos de la cevichería por lo cual, se concluyó que el proyecto es factible y será ejecutado con cada una de las estrategias y propuestas a implementar.

Los menús que ofrecerá la cevichería tuvieron una gran aceptación en las encuestas y por lo tanto, se tomará en cuenta el análisis de las competencias para poder brindar un valor agregado en los platos que se ofertarán y en los servicios que ofrecerá la cevichería, y de manera semanal se harán pequeñas encuestas a los clientes para poder mejorar el servicio y los productos que se ofertarán.

1.3 Administración, Producción o Servicio

En relación con los menús que se ofrece en el establecimiento, los precios se fijaron en relación con el precio del mercado, y a la situación socioeconómica del sector, para lo cual, se realizarán alianzas con establecimientos deportivos y formarán parte del target y futuros consumidores de la empresa Sport House Cevichería.

La empresa Sport House Cevichería tendrá una infraestructura deportiva, el cual estará dividido en diferentes áreas como: cocina, baños hombre, mujer, comedor y caja, por lo cual los trabajadores tendrán, actividades específicas que cumplir.

La empresa Sport House Cevichería, se ofrecerá un servicio de calidad, se reclutará al personal con experiencia mínima de seis meses, y mensualmente se les capacitará en relación con temas como: atención al cliente, buen ambiente de trabajo, inteligencia emocional, y solución asertiva de conflictos.

1.4 Contabilidad y Finanzas

La empresa Sport House Cevichería, en relación con las finanzas se ha fijado una inversión total entre equipos, utensilios de cocina, mesas, sillas, máquinas industriales, se obtendrá también gastos fijos, como servicios básicos, pagos a empleados, y gastos necesarios para la correcta actividad de la cevichería.

Toda la planificación económica de la cevichería tendrá un rendimiento óptimo para un retorno de la inversión en un plazo de 5 años y las ganancias se lo emplearán en la extensión del local, en publicidad y promociones para fidelizar y captar más clientes. La parte financiera estará a cargo del gerente de la empresa, el cual llevará a cabo un libro diario de los ingresos, costos y gastos diarios de la empresa, para poder proyectar anualmente las ganancias y así poder expandirse a otros sectores de la ciudad.

2 ORGANIZACIONAL EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

La empresa nace desde que incursione al mundo de la gastronomía, la tenacidad de mi madre y el amor por el trabajo me empujó a emprender en este negocio, mi familia es deportista y se cuidan en la alimentación, por ende, la cevichería se enfoca en brindar variedad de menú, para que puedan tener un mejor rendimiento en sus entrenamientos y sobre todo cuidar de la salud.

La empresa Sport House Cevichería, está ubicada en la Av. Daniel León Borja, donde cuenta con 3 empleados, con una variedad de menús, servicio al cliente de calidad, y se estará promocionando cada semana, en las redes sociales, tiene una página de Facebook, Instagram, etc. Con el objetivo de captar más clientes y que la empresa se pueda posicionar en el mercado como una de las mejores cevicherías en la ciudad de Riobamba.

El valor agregado que va a diferenciar de la competencia será un ambiente confortable e innovador, servicio de calidad en la atención al cliente, promociones, incluso se celebra en el establecimiento los cumpleaños de los clientes con un postre y un plato de mariscos gratis.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia

La empresa Sport House Cevichería, es de gran importancia como joven emprendedor, para la sociedad y todas las personas que se encuentran involucradas en el proceso. La competencia cada día crece más, sin embargo, el carisma que se brinda y el buen servicio permite ofrecer un producto de calidad, esto genera que los clientes sean fieles a la empresa, en el sector no se encuentra una cevichería enfocada a servir menú exclusivo para los deportistas, el diseño y ambiente orientado al deporte es único en el sector.

Además, el marisco es rico en grasas saludables y proteínas, también cuenta con múltiples vitaminas y minerales que complementan una dieta equilibrada para los deportistas, ayudando a potenciar y desarrollar habilidades a la hora de practicar el deporte.

Es importante que el personal laboral se capacite constantemente, y así ofrecerles a los clientes una gama de variedad en los menús, con mariscos de buena calidad. Adicionalmente, se realiza un plan de marketing para promocionar los productos que se brindan en la cevichería, el cual, ayuda a la captación y fidelización del cliente, con la finalidad de proporcionar beneficios para todos los usuarios que consuman en el local.

2.2.2 Características

Algunas de las características y que hará la diferencia con la competencia es la innovación, con respecto al buen sabor de los platos, los detalles al momento de servir, la decoración de la mesa etc.

Otra de las características será la responsabilidad social, el compromiso y la obligación con los clientes, con el país y sobre todo el cuidado del medio ambiente, nos ayudará a crecer como empresa.

El profesionalismo, la amabilidad, la cordialidad con los clientes harán que la empresa capte la mayor cantidad de clientes, el cuidar de los trabajadores y de los proveedores que serán un factor muy importante de negocio.

Las características de los menús estarán estructuradas por cinco secciones, una de las primeras serán los ceviches de todo tipo de mariscos; una segunda sección serán los platos típicos, tales como: encebollados, banderas, cangrejos, encocados, camotillo, y corvina en salsa entre otros; una tercera sección están las sopas de mariscos; una cuarta sección los arroces y la quinta sección encontrarán las bebidas, aguas, jugos, etc.

La decoración del local estará diseñada de tipo deportivo con cuadros de los mejores jugadores del mundo, se transmitirán los partidos a nivel mundial de las principales ligas de fútbol y al mes se rifará camisetas de jugadores nacionales emblemáticos con su respectivo autógrafo.

2.2.3 Actividad

Sport House Cevichería está enfocada en implementar un correcto manejo de los alimentos, además se llevará a cabo con todas las normas de bioseguridad teniendo en cuenta los requerimientos de las normas sanitarias establecidos para el funcionamiento del restaurante y servicios afines.

2.3 Tamaño de la empresa

La cevichería Sport House, según su tamaño se clasificará como microempresa, y según su actividad económica esta será una microempresa de alimentos.

Se desarrolla a continuación el talento humano de la empresa:

- ✓ Administrador – Chef.
- ✓ Ayudante de cocina / Mesero.
- ✓ Cajera.

2.4 Necesidad de satisfacer

Según (Maslow, 2010), en su filosofía por la motivación, el cual tienen necesidades de alimentación, que deben ser satisfechas así sean las más básicas deben satisfacer ciertos deseos, lo cual en muchos de los casos el ser humano mientras más cambia su necesidad, también cambiará su comportamiento de compra, y es por ello por lo que las empresas hoy en día deben de estar preparadas para estos cambios.

La empresa Sport House Cevichería, tendrá una gama de productos de calidad y variedad mariscos de frescos, y tomará como un referente a la pirámide de Maslow, para poder satisfacer a cada uno de sus clientes.

Gráfico 1 Pirámide de Maslow



Elaborado por: El autor / imágenes internet

2.4.1 Necesidad fisiológicas

Según Maslow, las necesidades fisiológicas, son actividades, cuidado y mantenimiento del ser humano, tales como: ir al médico, alimentarse, asearse, cortarse el cabello, dormir bien etc. La cevichería Sport House, contribuirá a satisfacer la necesidad de alimentación en la especialidad de mariscos.

(López, 2014), los alimentos de mariscos son conserva al natural, el cual aporta dieta de proteínas de alta calidad, tales como vitaminas B3, A, y B12, minerales como el fósforo y el hierro (moluscos), y contiene ácidos grasos omega 3, EPA etc.

2.4.2 Necesidad de seguridad

Cevichería Sport House, cumplirá con su siguiente nivel, según la pirámide de Maslow, el cual es la seguridad y la garantía de que los productos que se ofrecerán a los clientes deberán cumplir con las normas y disposiciones sanitarias reguladas por la municipalidad, cumplir con todos los permisos legales del local, materia prima de calidad, también deben cumplir con todas las normas de bioseguridad vigentes por la pandemia que se está viviendo actualmente sobre el COVID-19 entre otros.

2.4.3 Necesidad social-afiliación

Cevichería Sport House, para cumplir con la necesidad social, deberá afiliar a cada uno de sus empleados y garantizar un buen ambiente de trabajo, respeto, asertividad, comunicación efectiva entre colaboradores y gerente de la empresa.

Se debe también de capacitar periódicamente al personal, incentivarlos con beneficios y lograr que se sientan parte de la empresa, cuando se reclute al personal deberá la empresa indicarles los objetivos, misión y visión que persigue la empresa con el fin de que la persona tenga un direccionamiento claro en relación con lo que desea la empresa.

2.4.4 Necesidad de reconocimiento

Buscar el reconocimiento como una cevichería que brinde calidad y gran variedad de platos bajo la especialidad de mariscos en la Ciudad de Riobamba.

Cevichería Sport House, cumplirá con el cuarto nivel de jerarquía de las necesidades de Maslow, por lo cual el reconocimiento de un buen trabajador es importante que se premie, el aporte a las nuevas ideas, al buen cumplimiento de cada una de las funciones asignadas, será primordial para que la empresa sea exitosa y tenga un crecimiento competitivo inicialmente a nivel local.

2.4.5 Necesidad de autorrealización

La cevichería Sport House, en cumplimiento con todas las normas y reglas de funcionamiento y en base a las estrategias de marketing que implemente se verá reflejada en los óptimos resultados financieros para la empresa, y en continuidad con el último escalón de la pirámide de Maslow.

2.4.6 Localización de la empresa

El restaurante **Sport House Cevichería** estará ubicada en la ciudad de Riobamba, calles Daniel León Borja y Duchicela sector del terminal terrestre.

Gráfico 2 Localización

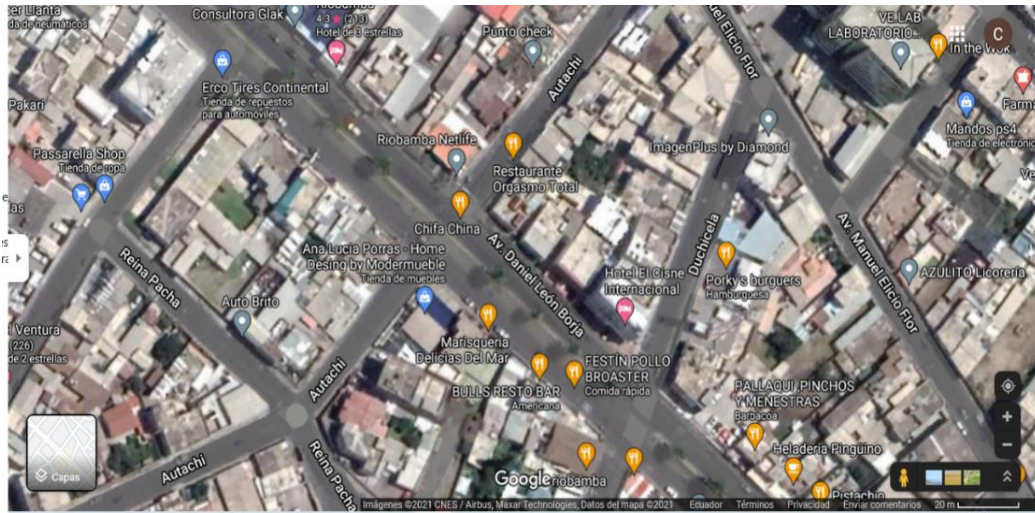


Gráfico N°.2. Google MAP. (2021). Mi ubicación. Recuperado el 27 de agosto del 2021. Disponible: <https://www.google.com.ec/maps/place/Avenida+Daniel+Le%C3%B3n>.

2.5 Filosofía empresarial

2.5.1 Misión

Ofrecer excelencia en la preparación de comida marinera y ceviches con variedad de combinaciones, utilizando productos frescos y de calidad, para poder satisfacer a cada uno de los clientes.

2.5.2 Visión

Lograr en un período de cinco años ser reconocido como un restaurante que ofrece una amplia gama de ceviches y comida marinera en un ambiente deportivo y familiar en la ciudad de Riobamba.

2.5.3 Objetivos

➤ General

Elaborar un plan de negocio para la cevichería Sport House, con especialidad en mariscos y ambiente deportivo, mediante una investigación cuantitativa con el fin de captar y fidelizar clientes.

➤ Específicos

- ✓ Analizar la situación actual del mercado de cevicherías y utilizar las mejores herramientas de posicionamiento del negocio.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas con los proveedores para obtener productos de calidad y con mucha variedad.
- ✓ Determinar la viabilidad del proyecto mediante un análisis financiero y hacerlo sostenible en el tiempo.

2.5.4 Valores corporativos

- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Puntualidad.
- ✓ Responsabilidad social.
- ✓ Buen servicio al cliente.
- ✓ Buena presencia.
- ✓ Buena limpieza del local.

2.5.5 Metas

- ✓ La cevichería Sport House, inicie su negocio en un tiempo máximo de 6 a 8 meses.
- ✓ Captar el 30% de clientes de su población.
- ✓ Posicionar la empresa en un tiempo máximo de tres años.
- ✓ Capacitar constantemente a sus empleados.
- ✓ Ofrecer excelentes beneficios y premios a sus mejores clientes y trabajadores.

2.5.6 Estrategias

La cevichería Sport House, en relación con la ejecución y funcionamiento de su empresa, quiere lograr un posicionamiento en el mercado con las siguientes estrategias de marketing:

- ✓ Estrategias promocionales, tales como combos, dos por uno, descuentos.
- ✓ Estrategia de marketing mix, precio en relación con el mercado y a la materia prima que se adquiera, plaza, desplazarse por la ciudad con un servicio de entrega a domicilio, promoción aplicar las diferentes promociones ya mencionadas, producto ofrecer un producto de calidad.
- ✓ Estrategia de comunicación efectiva, tanto para los clientes y para los colaboradores de la empresa con herramientas que permitan una interacción directa.
- ✓ Estrategias de ventas, aumentar la rentabilidad de la empresa con la publicidad por medio de las redes sociales.

2.5.7 Políticas

La cevichería Sport House, como parte de sus políticas priorizará el servicio de innovación, el cual es de gran importancia para poder posicionarse en el mercado, y poder captar más cliente, brindado un valor agregado de calidad, que se diferencie de la competencia tales como: buen trato a los clientes, celebrando los cumpleaños a sus clientes, descuentos, promociones etc.

2.5.6.1 Política de calidad

La cevichería Sport House, ofrecerá un servicio de calidad, las líneas de acciones serán implementadas y ejecutadas en relación con el objetivo de la empresa, con el fin de mejorar sus procesos tanto internos y externo, se realizarán capacitaciones permanentes en el personal para que puedan ofrecer un buen servicio, con un precio justo y acorde al mercado.

2.5.6.2 Política de logística

La cevichería Sport House, en relación con la política de la logística se trabajará respetando y cumpliendo todas las normas de manipulación del producto, bioseguridad, cumpliendo con todos y cada uno de los estándares que se encuentra estipulados en la ley, con el fin de evitar sanciones y perjudicar a los clientes y trabajadores.

2.5.6.3 Política de recursos humanos

La cevichería Sport House, deberá cumplir con las siguientes políticas las cuales se citan a continuación:

Respecto, buen clima organizacional con los trabajadores, clientes, proveedores, mantener una buena comunicación efectiva. La empresa se preocupará por el bienestar de sus empleados, cumpliendo con sus sueldos cada mes, y con la afiliación que les corresponde por ley, a los clientes se les hará mensualmente una pequeña encuesta con el fin de mejorar y proponer nuevos cambios para el establecimiento.

2.5.7 FODA (Cevichería Sport House)

Se presenta el FODA de la cevichería Sport House, donde se identificará la situación estratégica el cual se encuentra la empresa con el fin de mejorar y ejecutar estrategias para que la empresa se posicione en el mercado.

Fortalezas

- ✓ Precios accesibles con menús variados.
- ✓ Chef con conocimiento en cocina.
- ✓ Ubicación estratégica con servicio para llevar.
- ✓ Buen ambiente laboral.

Oportunidad

- ✓ Crecimiento del mercado de alimentos.
- ✓ En el sector será la única cevichería con ambiente deportivo y familiar.
- ✓ Buscar alianzas con instituciones para realizar eventos en vivo.
- ✓ Alianzas con proveedores estratégicos donde se podrá adquirir el producto fresco y de excelente calidad.

Debilidades

- ✓ Negocio nuevo, no tener marca conocida.
- ✓ Manejo desfavorable de plataformas digitales.
- ✓ Elevados costos de la materia prima.
- ✓ Recurso financiero.

Amenazas

- ✓ Regulaciones tributarias desfavorables.
- ✓ Desastres naturales, conllevará al cierre del local.
- ✓ Pandemias.
- ✓ La competencia en el mismo sector.

2.6 Desarrollo organizacional

2.6.1 Tipo de estructura

Diferenciación. - La estructura organizacional de la cevichería Sport House, estará definida en base a las actividades y tareas que se debe cumplir en la cevichería, y de tal manera llevar un orden, una estructura adecuada, además se usará una comunicación vertical, lo que corresponde a nivel de gerencia/administrativo, operativo, además contaremos con:

- Calidad en el servicio.
- Comida sana y saludable.
- Para los productos de entregas utilizaremos elementos biodegradables.
- Ofreceremos un lugar acogedor como en casa.

2.6.2 Formalización

Cevichería Sport House, para iniciar su operación será una empresa que tenga todos los documentos en reglas y se encontrará legalmente constituida por los entes de control legislativo, tributario, y se cumplirá con el pago de sus impuestos tal cual como la ley lo exige, además el compromiso que tendrá con sus trabajadores será de manera honesta y cumplida, con los pagos de las afiliaciones del seguro social, los pagos de los salarios acorde con lo que estipula la ley y beneficios que les corresponden.

2.6.3 Centralización –Descentralización

Cevichería Sport House, centrará sus actividades en el área de cocina, e innovación de nuevos menús, así también la distribución de su producto por pedidos, buscando la satisfacción de sus clientes y hacerlos sentir que todo lo que consumen es nutritivo, saludable y de calidad.

La descentralización, se llevará a cabo de manera gerencial, con liderazgo, comunicación efectiva, y buen clima laboral con el fin que los empleados se sientan parte de la empresa y que puedan cumplir cada una de sus actividades de manera eficiente.

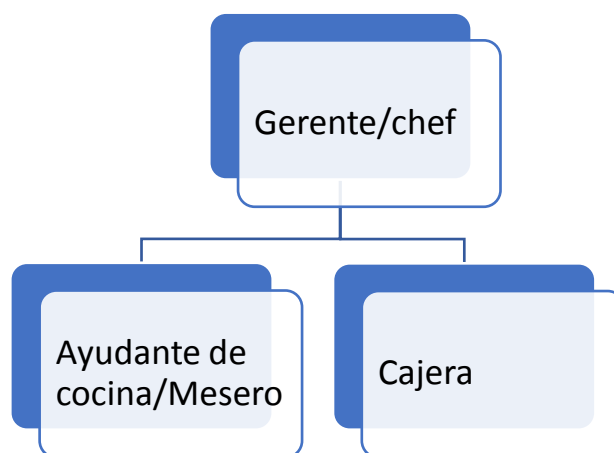
2.6.4 Integración

La integración de la empresa se llevará entre todos los miembros que la conforman, mediante una interacción adecuada, entre gerencia, parte administrativa, la parte operativa, distribuidores etc., con el fin de mantener una relación muy interactiva y oportuna entre todos.

2.7 Organigrama de la empresa

La microempresa Cevichería Sport House, hará alianzas con empresas deportivas, y aplicará promociones por grupos, el personal de la empresa estará capacitado, y cumplirá con las jornadas de trabajo de fin de semanas, para poder satisfacer a cada uno de los clientes, a continuación, se presentará el organigrama de la empresa:

Gráfico 3 Organigrama de la empresa



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

2.8 Funciones del personal

Tabla 1 Funciones del administrador Chef

Empresa	Cevichería Sport House
Unidad administrativa	Área ejecutiva
Denominación del puesto	Gerente General /Chef
Misión del puesto	Persona que se encargará de la elaboración de la comida, manteniendo una limpieza de calidad, trabajo en equipo, organizador, y dar soluciones a problemas que se presenten con los clientes de manera ágil y rápida.
Responsabilidades	<p>Conocer de normas sanitarias y seguridad de la cocina.</p> <p>Desarrollar e implementar estrategias de innovación en cocina.</p> <p>Hacer cumplir a cabalidad las responsabilidades del personal a cargo</p>
Sueldo	\$ 500

Elaborado por. Fabricio Heredia. (2021).

Tabla 2 Perfil profesional para considerar el puesto de Chef

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencia del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior	Mínimo un año de experiencia en el cargo de chef	Administración de empresa de alimentos y bebidas	Liderazgo Puntualidad Sencillez Trabajo en equipo Responsable tolerante

Elaborado por: Fabricio Heredia. (2021).

Tabla 3 Función del ayudante de cocina

Empresa	Cevichería Sport House
Unidad administrativa	Área ejecutiva
Denominación del puesto	Ayudante de concina
Misión del puesto	Es la persona que está como segundo a bordo del chef de cocina, quien se encargara de ayudar en la cocina, y mantener todo limpio y ordenado.
Responsabilidades	Todo esté en orden dentro de la cocina. Mantener la limpieza dentro de la cocina. Estar presto para ayudar en todo lo que requiera el chef.
Sueldo	\$ 400

Elaborado por: Fabricio Heredia. (2021).

Tabla 4 Perfil profesional para considerar el puesto de ayudante de cocina

Instrucción	Experiencia	Capacitación	Competencia del puesto
<p>Formal</p> <p>Últimos semestres en la carrera de Gastronomía.</p> <p>Nivel de inglés A2</p>	<p>Mínimo 6 meses como ayudante de cocina</p>	<p>Alimentos y bebidas</p>	<p>Trabajo en equipo</p> <p>Sociable</p> <p>Puntual</p> <p>organizado</p>

Elaborado por: Fabricio Heredia. (2021).

Tabla 5 Función del cajero

Empresa	Cevichería Sport House
Unidad administrativa	Área ejecutiva
Denominación del puesto	Cajera
Misión del puesto	Es la persona que está a cargo de los cobros y de la entrada y salida de dinero de la empresa, quien tiene que reportar al gerente todos los movimientos financieros de la empresa.
Responsabilidades	<p>Llevar un control y orden de los ingresos y gastos de la empresa.</p> <p>Llevar en orden los movimientos de caja, que cada día tenga un cierre con éxito.</p> <p>Mantener informado de la rotación de dinero al gerente de la empresa.</p>
Sueldo	\$ 400

Elaborado por: Fabricio Heredia. (2021).

Tabla 6 Perfil profesional para considerar el puesto de cajero

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencia del puesto
Último semestre de contabilidad	Mínimo 6 meses como cajero	Excel avanzado	Discreto Sociable Ordenado Cordial Responsable

Elaborado por: Fabricio Heredia. (2021).

3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

El objetivo de cevichería Sport House, será captar cliente y posicionarse en el mercado, mediante una investigación cuantitativa, que permita implementar estrategias para poder expandirse.

En el presente trabajo se realizará una investigación cuantitativa que permitirá conocer las opiniones de las personas, sus platos favoritos, su deporte favorito, y de cómo mantenerse saludable.

3.2 Método de la investigación

Se trabajará con el método deductivo, el cual se hará una investigación cuantitativa, donde se analizará los gustos, preferencia de compra, precios a los clientes, para poder brindarles un servicio de calidad.

3.3 Tipos de investigación

Se trabajará con el tipo de investigación descriptiva, donde la empresa cevichería Sport House, podrá innovar sus productos, y podrá crecer su implementa las estrategias de marketing adecuadas para su crecimiento en el mercado.

Investigación de campo, donde se podrá recopilar la información mediante un cuestionario, para analizar la situación actual de donde estará ubicada la empresa.

3.4 Población

Según (INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, 2019), la población de estudio será de aproximadamente 200 del sector donde se realizará el estudio del cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

3.4.1 Muestra

Para el presente proyecto se trabajará con una muestra probabilística aleatoria simple, donde todas las personas tendrán la oportunidad de salir seleccionados al azar, con un margen de error del 5% y una probabilidad de confianza del 95%.

3.4.2 Calculo de la Muestra

Se aplicará la siguiente formula de muestras probabilísticas finita:

Dónde:

- * **n**= Tamaño de la muestra
- * **Z**= nivel de confianza 95% = 1.96
- * **e**= Error en la estimación = 5%
- * **P**= Proporción de defectos esperados = 50%
- * **Q**= probabilidad negativa = 50 %
- * **N** = población segmentada

Tabla 7 Fórmula de la muestra con población finita

FÓRMULA DE LA MUESTRA CON POBLACIÓN FINITA							
	n =	$\frac{Z^2 * P * Q * N}{(e)^2 (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$					
POBLACIÓN	N =	200					
	n =	3,8416	0,5	0,5	200		
		0,0025	199	3,84		0,5	0,5
	n =	192					
		0,4975	+	0,9604			
	n =	192					
		1,4579					
MUESTRA REAL	n =	131,75	PERSONAS PARA ENCUESTAR				

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Personas que serán encuestadas de manera aleatoria 131.75, por aproximación se realizará a 132 personas.

3.5 Análisis de las encuestas

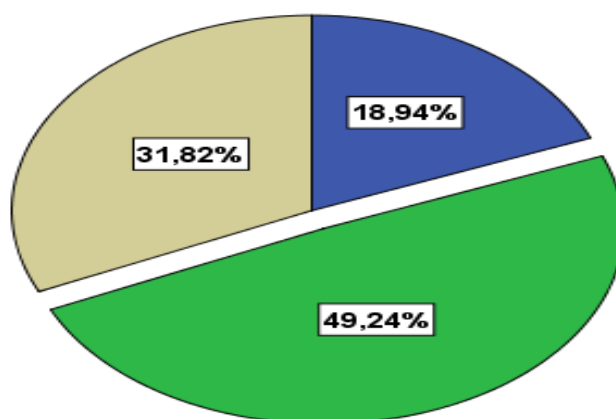
Preguntas de preliminares o de filiación

Tabla 8 Edad

Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 30 años	25	18,9	18,9	18,9
	31 a 45 años	65	49,2	49,2	68,2
	46 a 50 años y más	42	31,8	31,8	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021)

Gráfico 4 Edad



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

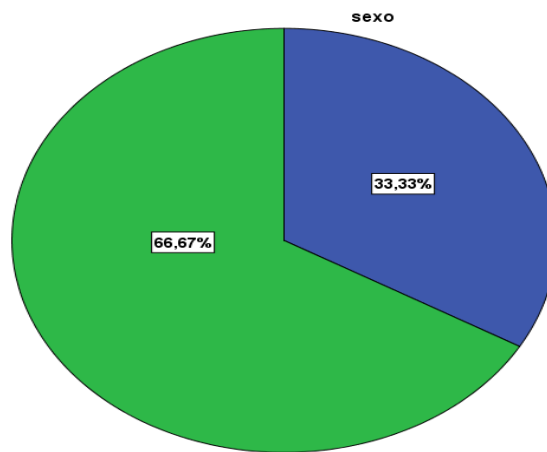
De todas las personas encuestadas mencionaron que un 49,24 %, corresponden en las edades de 31 a 45 años y más años, seguido de un 31,82 %, que corresponden entre edades de 18 a 45 años y el 18,94 %, en edades de 18 a 30 años.

Tabla 9 Género

Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	44	33,3	33,3	33,3
	Femenino	88	66,7	66,7	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 5 Género



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

De todas las personas encuestadas el 66,67 %, corresponden a género masculino, y el 33,33 %, a género femenino, lo cual determina que los hombres son los que más consuman de los menús en el restaurante Sport House.

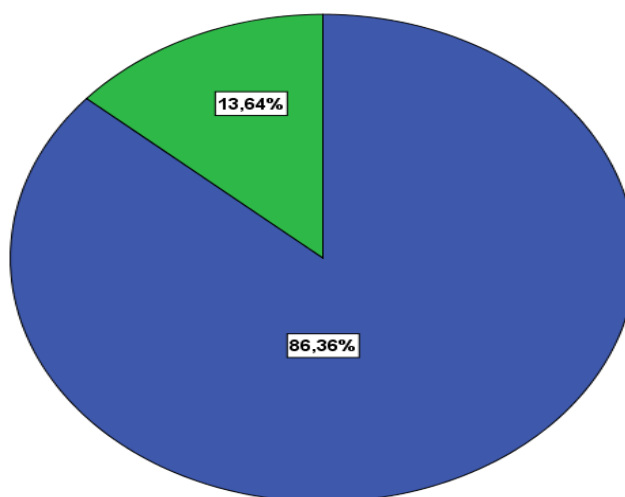
Análisis de Preguntas de recopilación e información

Tabla 10 Pregunta #1

¿Usted consumiría mariscos de todo tipo?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	114	86,4	86,4	86,4
	No	18	13,6	13,6	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 6 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

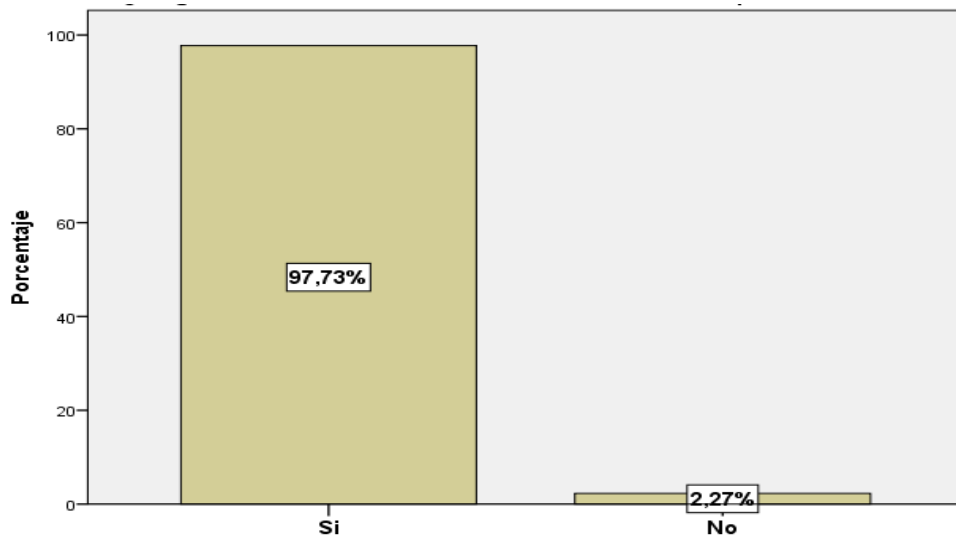
De todas las personas encuestadas el 86,36 %, de personas del sector donde se ubicará el establecimiento menciono que, si comiese mariscos de todo tipo, es por ello, que se pretende ofrecer una variedad de platos para todos los gustos.

Tabla 11 Pregunta #2

¿Le gustaría consumir mariscos en un ambiente deportivo?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	129	97,7	97,7	97,7
	No	3	2,3	2,3	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 7 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

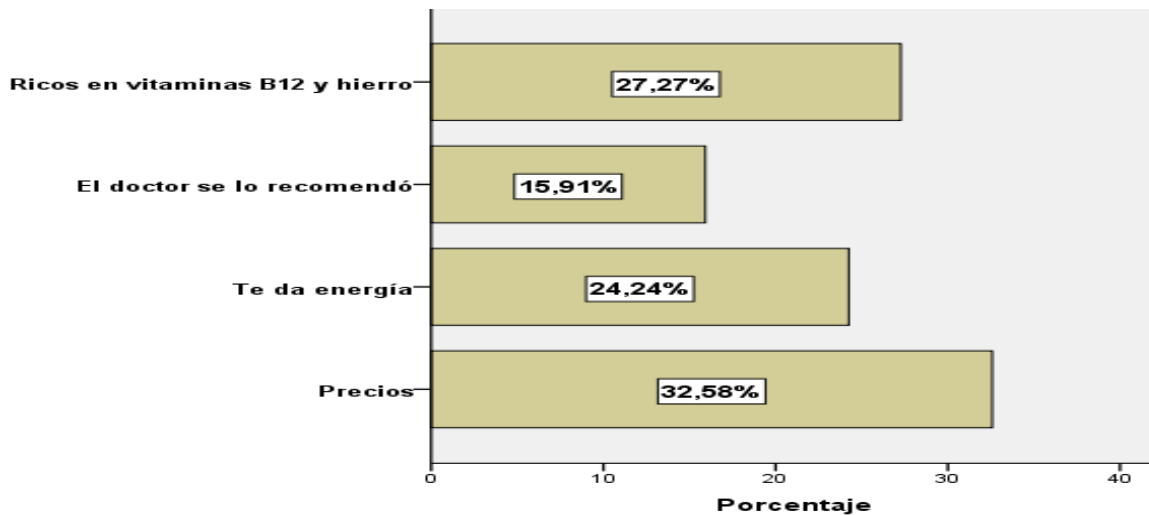
De todas las personas encuestadas el 97,73 %, indicaron que les gustaría comer mariscos en un ambiente deportivo, lo cual sería un negocio innovador.

Tabla 12 Pregunta #3

¿Por qué usted prefiere comer mariscos en un ambiente deportivo?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Precios	43	32,6	32,6	32,6
	Te da energía	32	24,2	24,2	56,8
	El doctor se lo recomendó	21	15,9	15,9	72,7
	Ricos en vitaminas B12 y hierro	36	27,3	27,3	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 8 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

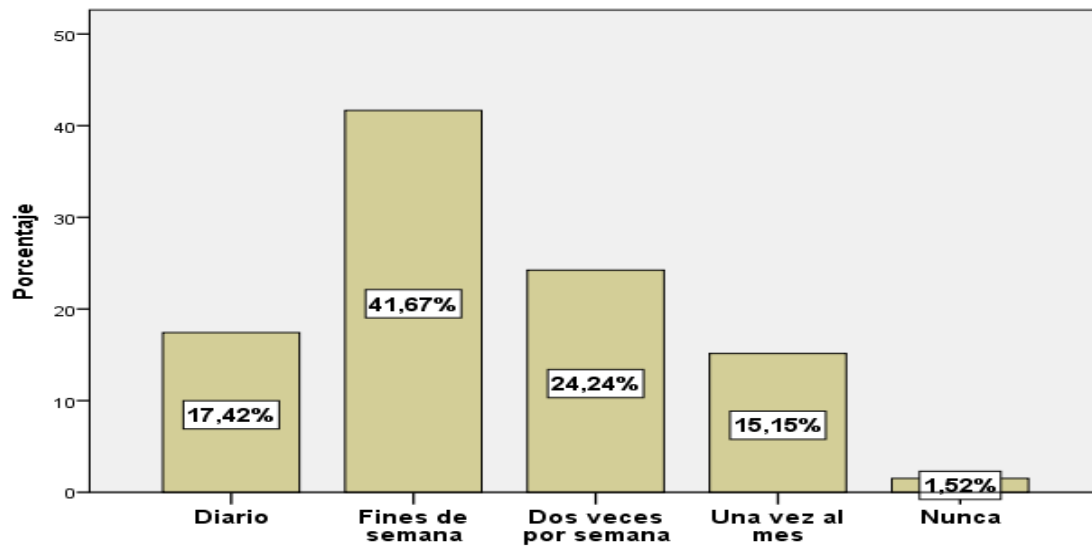
De todas las personas encuestadas el 32,58 %, indicaron que comerían mariscos en un ambiente deportivo, el 27,27 %, indicaron que por ser ricos en vitaminas B12 y hierro, y el 24,24 %, indicaron que les daba energía respectivamente.

Tabla 13 Pregunta #4

¿Con que frecuencia visita una cevichería?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	23	17,4	17,4	17,4
	Fines de semana	55	41,7	41,7	59,1
	Dos veces por semana	32	24,2	24,2	83,3
	Una vez al mes	20	15,2	15,2	98,5
	Nunca	2	1,5	1,5	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 9 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

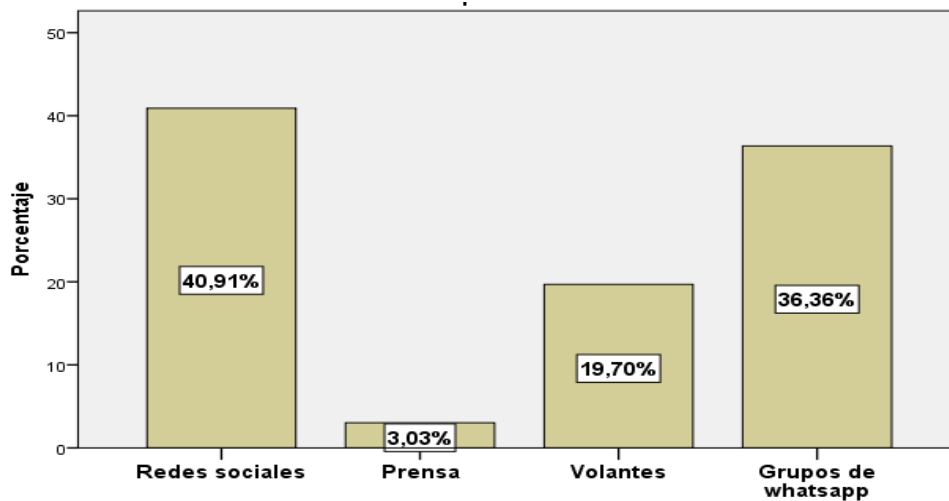
De todas las personas encuestadas el 41,67 %, indicaron que visitan una cevichería los fines de semana, el 24,24 %, lo hacen dos veces por semana, el 17,42 %, a diario, y el 15,15 %, una vez por mes respectivamente.

Tabla 14 Pregunta #5

¿Si la empresa realizara una campaña de promoción, porque medio le gustaría recibir la publicidad?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Redes sociales	54	40,9	40,9	40,9
	Prensa	4	3,0	3,0	43,9
	Volantes	26	19,7	19,7	63,6
	Grupos de WhatsApp	48	36,4	36,4	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 10 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

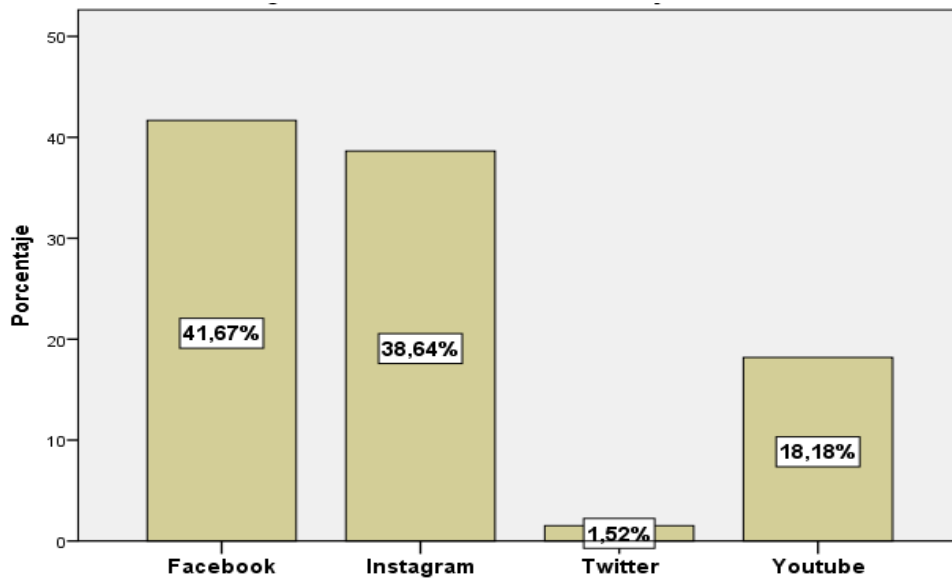
De todas las personas encuestadas el 40,91 %, indicaron que les gustaría recibir las promociones por medio de redes sociales, el 36,36 %, mediante grupos o contactos de WhatsApp, el 19,70 %, mediante volantes.

Tabla 15 Pregunta #6

¿Qué redes sociales usted maneja?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facebook	55	41,7	41,7	41,7
	Instagram	51	38,6	38,6	80,3
	Twitter	2	1,5	1,5	81,8
	YouTube	24	18,2	18,2	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 11 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

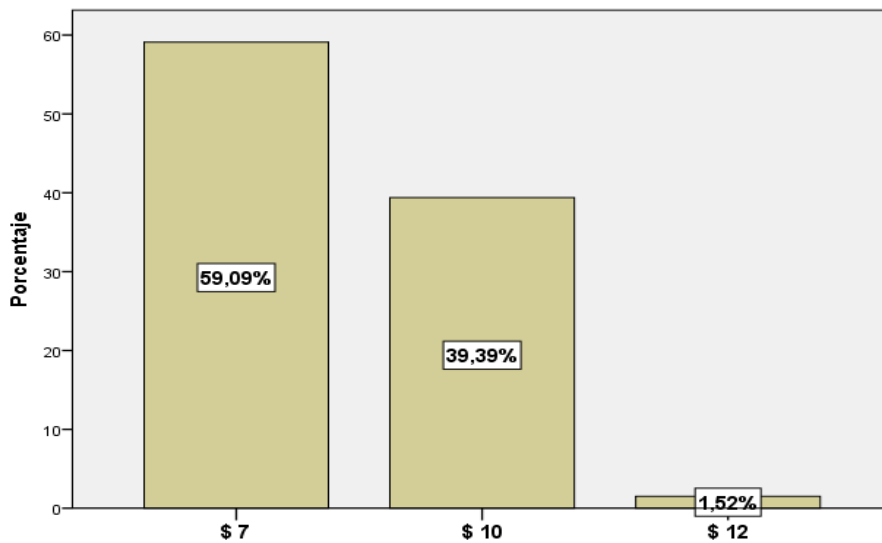
De todas las personas encuestadas el 41,67 %, indicaron que utilizan de manera regular Facebook, seguido en un 38,64 %, Instagram, el 18,18 %, YouTube, por lo tanto, manejar redes sociales y promocionar los menús será una buena estrategia de marketing para captar y fidelizar clientes.

Tabla 16 Pregunta #7

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un ceviche de camarón?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$ 7	78	59,1	59,1	59,1
	\$ 10	52	39,4	39,4	98,5
	\$ 12	2	1,5	1,5	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 12 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

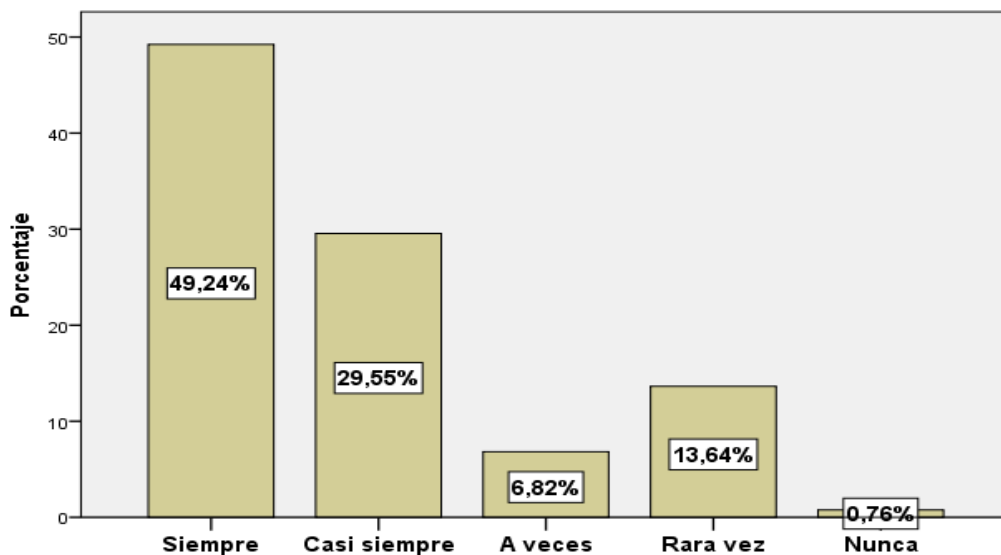
De todas las personas encuestadas el 59,09 %, indicaron que estarían dispuesto a pagar por un ceviche de camarón un valor de \$ 7, el 39,39 %, estarían dispuestos a pagar \$10, y el 1,52 %, desean pagar un valor de \$12 respectivamente.

Tabla 17 Pregunta #8

¿Cevichería con ambiente deportivo cerca de donde vive usted?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	65	49,2	49,2	49,2
	Casi siempre	39	29,5	29,5	78,8
	A veces	9	6,8	6,8	85,6
	Rara vez	18	13,6	13,6	99,2
	Nunca	1	,8	,8	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 13 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

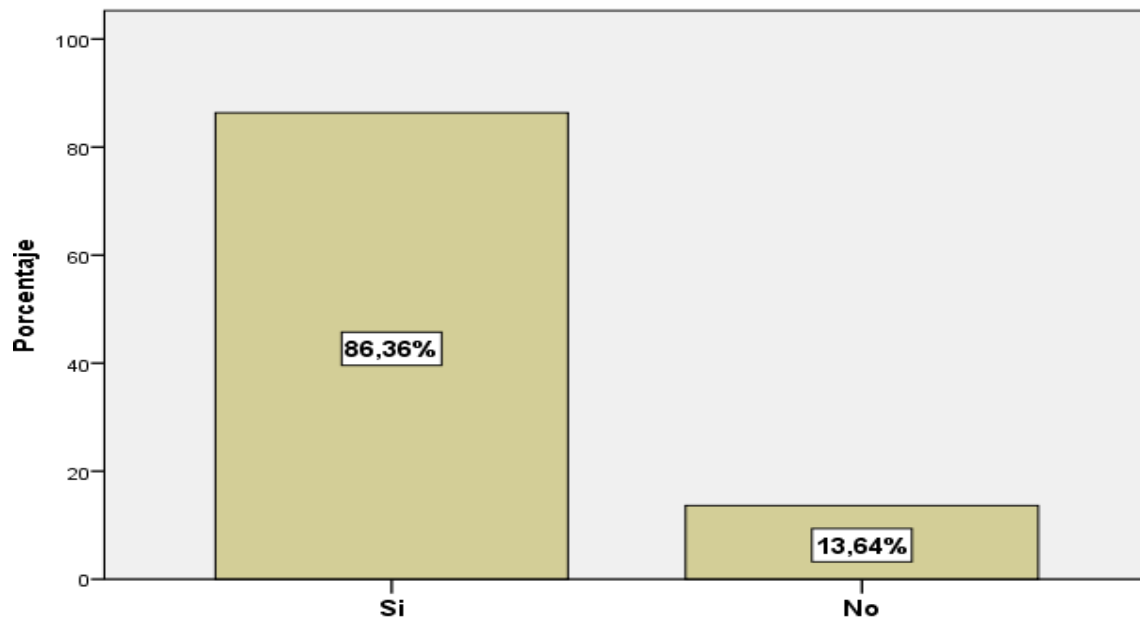
De todas las personas encuestadas el 49,24 %, indicaron que siempre les gustaría tener la cevichería con ambiente deportivo cerca de donde residen, el 29,55 %, indicaron que casi siempre les gustaría tener la cevichería cerca, y el 13,64 %, menciono que rara vez les gustaría.

Tabla 18 Pregunta #9

¿Considera que las personas que hacen deporte deberían consumir mariscos?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	114	86,4	86,4	86,4
	No	18	13,6	13,6	100,0
	Total	132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 14 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

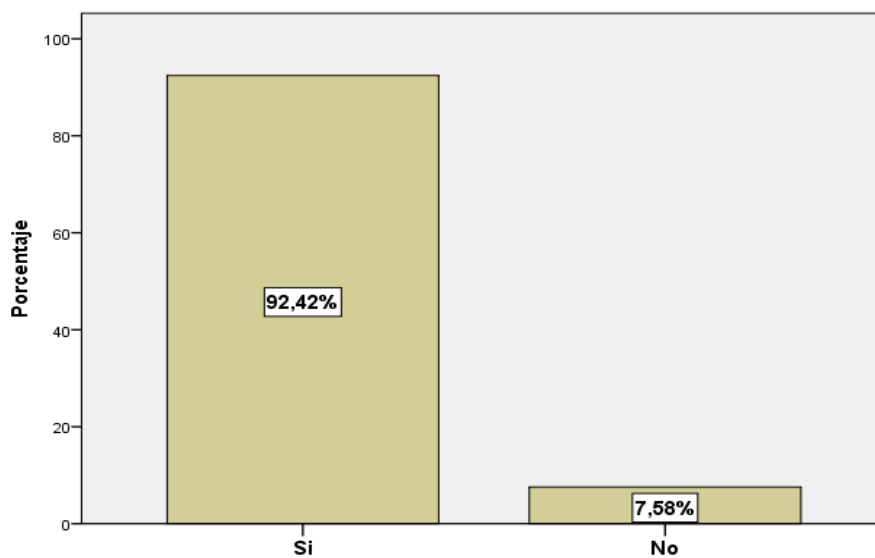
De todas las personas encuestadas el 86,36 %, indicaron que las personas que practican deportes deberían consumir mariscos por el hierro y vitaminas que contienen, el 13,64 %, indicaron que No deberían consumir.

Tabla 19 Pregunta #10

¿Usted recomendaría una cevichería con un ambiente deportivo?					
Opciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	122	92,4	92,4	92,4
	No	10	7,6	7,6	100,0
Total		132	100,0	100,0	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 15 Porcentaje



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Análisis

De todas las personas encuestadas el 92,42 %, indicaron que, si recomendaran la cevichería con ambiente deportivo, y el 7,58 %, indicaron que No.

3.5.1 Análisis general e interpretación de resultados

De todas las personas encuestadas el 32,58 %, indicaron que comerían mariscos en un ambiente deportivo, el 27,27 %, indicaron que por ser ricos en vitaminas B12 y hierro, y el 24,24 %, indicaron que les daba energía, por el cual, será todo un éxito la creación de la empresa, porque se ofrece productos frescos, saludables y más que todo en un ambiente súper agradable.

De todas las personas encuestadas el 41,67 %, indicaron que manejan de manera regular Facebook, seguido en un 38,64 %, Instagram, el 18,18 %, YouTube, por lo tanto, manejar redes sociales y promocionar los menús es una buena estrategia de marketing para captar y fidelizar clientes.

De todas las personas encuestadas el 86,36 %, indicaron que las personas que practican deportes deberían consumir mariscos por el hierro y vitaminas que contienen, y además ciertos alimentos del mar producen energía, y con una buena mezcla de ensaladas frías, hará más agradable el consumo de estos.

De todas las personas encuestadas el 59,09 %, indicaron que estarían dispuestos a pagar por un ceviche de camarón un valor de \$ 7, se analizará los precios tomando en referencia los precios de mercado, y la calidad del producto que se ofrece.

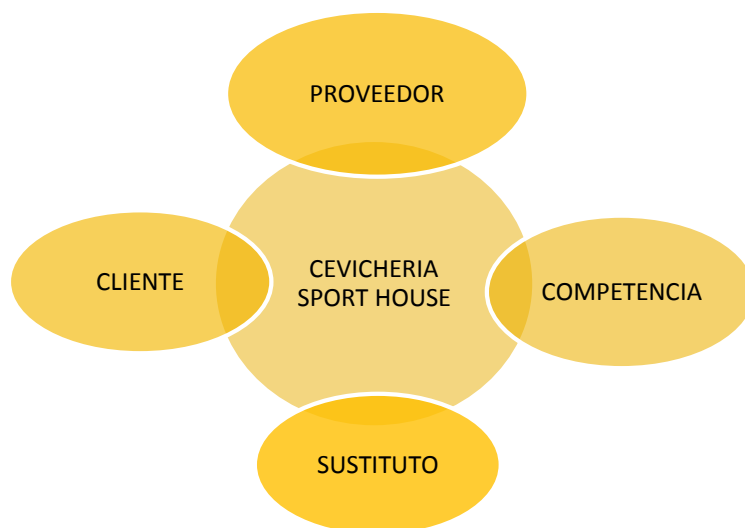
De todas las personas encuestadas el 92,42 %, indicaron que, si recomendaran la cevichería con ambiente deportivo, por lo cual es importante implementar estrategias de marketing mix, para poder captar más clientes, y con el gran objetivo que la empresa se pueda expandir, posicionar en el mercado, y captar más clientes.

3.6 Entorno empresarial

3.6.1 Microentorno

El microentorno que rodea a la empresa Cevichería Sport House está conformado por:

Gráfico 16 Microentorno de la empresa



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 20 Proveedores

Producto	proveedor	dirección	teléfono
Lácteos	AGRIVEL	Av. de los Álamos	0963985753
	Abrilito	Av. Quito	0953647292
Vegetales	Baseur	Av. 9 de octubre	0947563850
	Provefru	Mercado Mayorista	0974662836
	La Granja	Av. Guayaquil	0976457483
Carnes	D´carnes Cool	Dolores Sucre	0946352429
	EL REY	Erapio Japerabi	0987452745
	multi carnes	Manuel Angulo E13-109	0952324385
Moriscos	LUPESCA Av.	Simon Bolivar S45-60	0964635495
	Bestmar	Isla Seymour n41-171	0973545254
	Puerto Mar	Av. Gabriel García Moreno	0974553749
Viveres	Piggis	Jorge Juan N31-	0970565974
	Proingal	Autopista Riobamba	0946782648

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

- **Clientes**

Sport House Cevichería está enfocada a grupos de familias y amigos que quieran pasar un rato único e inolvidable con diferentes actividades deportivas, y con variedades de platos saludables, mientras disfrutan del futbol o distintos deportes transmitidos por televisión.

- **Competencia directa**

Posteriormente de realizar un recorrido por el sector donde se va a establecer el restaurante Sport House Cevichería, nos encontramos con varias competencias las cuales se tomaron en cuenta el tipo de establecimiento y lo que se ofrece.

En la avenida Daniel León Borja existe dos locales de comida de mariscos llamado “Delicias Del Mar” y “El Rincón Del Cangrejo”.

- **Sustitutos**

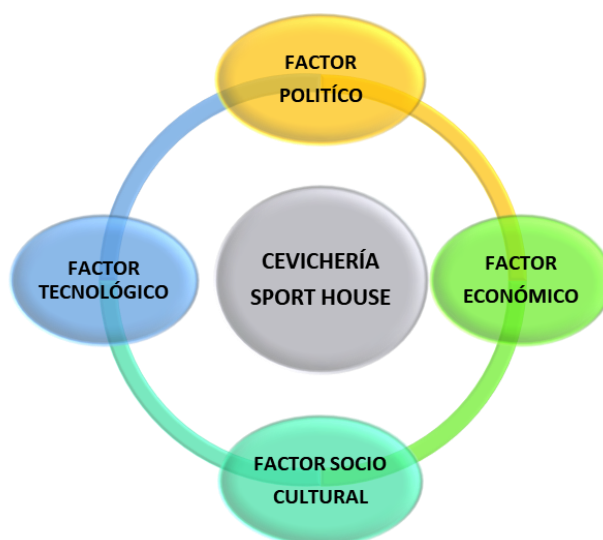
En el sector existen varios establecimientos a considerar sustitutos, no ofrecen el mismo servicio, pero tienen bastante acogida enumeramos algunos de ellos:

- ✓ Bulls restaurante.
- ✓ KFC.
- ✓ Pizzería el hornero.

3.6.2 Macroentorno

Hace referente a todos los factores del entorno interno y externo de la empresa, el cual será de gran importancia para poder tener un horizonte claro y se pueda cumplir con los objetivos propuestos en la empresa.

Gráfico 17 Macroentorno de la empresa



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

- **Entorno político**

La Cevichería Sport House, tendrá todo su proceso bajo los reglamentos y normativas del gobierno, con los respectivos permisos que le corresponden y que se encuentran estipulados en la Constitución de la República del Ecuador.

Debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador los restaurantes de alimentos y bebidas están bajo una estricta vigilancia sanitaria del ARCSA la cual se encarga de la Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, quien se encarga de vigilar todas las condiciones sanitarias-higiénicas de los productos de uso y consumo de las empresas tanto públicas como privadas, con su respectiva notificación de funcionamiento. Sport House cevichería está dispuesto cumplir con todas las ordenes establecidas, para el mejor funcionamiento de su establecimiento.

- **Entorno tecnológico**

La Cevichería Sport House, estará equipada con todas las herramientas tecnológicas que tenemos en los actuales momentos para poder competir en el mercado, y a su vez captar más clientela y posicionar la cevichería, se creará una página en redes sociales exclusiva

para la microempresa, promocionará cada uno de los platos típicos de la cevichería, con un ambiente deportivo, el cual le da un valor agregado al servicio.

- **Entorno económico**

La Cevichería Sport House, estará enfocada en un ambiente deportivo, por lo cual la actividad se desarrollará en base alianzas estratégicas con organizaciones deportivas, el cual se los ofrecerá múltiples opciones tales como: promociones, celebración de cumpleaños, obsequios de gorras, lápices de la cevichería, y adicional se hará entrega bajo pedidos especiales para eventos deportivos.

- **Entorno sociocultura**

La Cevichería Sport House, estará abierta para recibir a todo tipo de persona de clase o estrato social, siempre con la cordialidad que nos vamos a caracterizar, y, por lo tanto, la comida que se ofrecerá en la cevichería será muy saludable, para todos aquellos deportistas que gustan de alimentarse muy bien y de mantenerse en forma.

- **Entorno capital humano**

La Cevichería Sport House, se reclutará personal con experiencia, con ganas de salir adelante, y siempre beneficiándolos para que se sientan parte de la empresa, y puedan cumplir a cabalidad cada una de sus actividades de manera asertiva, brindándoles un buen ambiente de trabajo, y el pago de sus remuneraciones al día.

3.7 Productos y servicio

Sport House Cevichería es un restaurante de alimento y bebidas donde su principal objetivo es brindar un servicio de calidad, para que el cliente se sienta como en casa, además contara con productos frescos con propiedades nutricionales.

3.7.1 Productos esenciales

La Cevichería Sport House, ofrecerá un sin números de menús, el cual tendrá como platos estrellas, los ceviches, encebollado, sopas marineras y arroz con pescado, en el sector y en base a un análisis de observación se puede indicar, que las personas que circulan por ese sector les gustan mucho consumir ceviches, y a través de las alianzas que se hará con organizaciones deportivas, la empresa satisfará su demanda.

Gráfico 18 Platos de la cevichería Sport House



Gráfico 18. Recetas. (2021). Platos marineros. Recuperado el 16 de agosto del 2021. Disponible en: <https://www.recetasnestle.com.ec/recetas/entradas/pescado-frito-con-patacones>.

3.7.2 Productos real

La Cevichería Sport House, ofrecerá un menú variado, recordando los platos estrellas ya mencionados, el cual tiene tendencia hacia una comida saludable, sana, que aporte a dar energías a los deportistas que lo irán a consumir, que a continuación se detallan.

3.7.3 Calidad

Los alimentos de la Cevichería Sport House todos pasarán por un proceso de bioseguridad, cumpliendo con las normas y prácticas alimentarias que el gobierno recomienda como, por ejemplo:

- ✓ Controlar todo el producto que llega, y ser consumido en máximo dos días.
- ✓ Tiempos de cocción va en concordancia con las especificaciones del chef.

- ✓ Precaución en los productos que tengas más de dos días, sin ser consumidos.
- ✓ Precaución en el uso de limpieza y con sus productos, mantenerlos en otro lugar fuera de la cocina.
- ✓ Control de temperatura de cada alimento.

3.7.4 Estilo

La Cevichería Sport House, ofrecerá una comida muy saludable dirigida a todo público, pero en especial a los deportistas por su ambiente netamente deportista y sus nutrientes que cada uno de estos alimentos contienen tales como:

Pescado contiene: minerales, fósforo, calcio, potasio, hierro, yodo, sodio, cloro entre otros.

Camarón: contienen vitamina B12, D y E, además hierro, yodo, y otros minerales, son bajos en grasa según (Soria, 2010).

Concha: Tiene vitamina D, y B12, yodo, selenio, el cual le brinda al cuerpo humano nutrientes saludables.

3.7.5 Marca y logo

La Cevichería Sport House, será de propiedad familiar, el cual, la marca SPORT HOUSE, se mantendrá, y con su siguiente eslogan:

Gráfico 19 Slogan



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

La Cevichería Sport House, usará el siguiente logo:

Gráfico 20 Logo



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

La Cevichería Sport House, usará los colores, azul, naranja, y blanco, es la representación del mar, y de la frescura y delicia de sus productos, con una caracterización de fuerza en el mercado, para todos los clientes.

3.7.6 Producto aumentado

Gráfico 21 Empaques



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

La Cevichería Sport House, el producto aumentado será la entrega de alimentos en las organizaciones deportivas, y a domicilio, donde a continuación se hace la presentación en empaques 100% biodegradables, aportando una vez más con el cuidado del medio ambiente.

3.8 Plan de introducción al mercado

La Cevichería Sport House, desarrollará diferentes actividades al momento de abrir el restaurante tales como:

- Música.
- Globos.
- Actividades deportivas donde los clientes participaran activamente.
- Promociones.

3.8.1 Distintivos y uniformes

Área de cocina: El uniforme que utilizarán, en el restaurante serán entregados desde el primer día de trabajo, el cual llevarán el logo del establecimiento con sus respectivos nombres.

Para los hombres se detallan a continuación:

- ✓ Camisa con mangas largas de color blanco, con cuello azul, con el respectivo logo del establecimiento y con la toca del chef.
- ✓ Pantalón azul.
- ✓ Zapatos cómodos.

Para las damas del establecimiento

- ✓ Camisa con mangas largas de color blanco con cuello y pantalón azul.

Gráfico 22 Uniforme



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

3.8.2 Materiales de identificación

La Cevichería Sport House, contará con mascarillas y el logo del establecimiento, así también con tarjetas de presentación, donde se encuentra la dirección, redes sociales y teléfonos de la empresa.

Gráfico 23 Tarjeta



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 24 Tarjeta



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 25 Tarjeta



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Gráfico 26 Mascarrilla



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

3.8.3 Hojas membretadas

Estas hojas servirán para escribir oficios, cartas y solicitudes formales a empresas, proveedores o socios, con esto llevaremos a cabo la fiabilidad, confiabilidad y veracidad de la empresa.

Gráfico 27 Hojas membretadas



Elaborado por: Fabricio Heredia. (2021).

3.8.4 Canal de distribución y puntos de ventas

La Cevichería Sport House, contará con un canal de distribución en los establecimientos deportivos, y eventos deportivos en toda la ciudad.

Las promociones se desarrollarán por medio de las redes sociales tales como: Facebook, Instagram, mensajería por medio de WhatsApp, a todos los contactos de las organizaciones, eventos y personas que se dediquen al deporte.

Tabla 21 Presupuesto de Marketing

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR ANUAL
Tarjetas de presentación	1000 unidades	\$25
Gorras y camisetas	Personas que consuman más de \$40	\$ 100
Publicidad en redes sociales	15 mensuales	\$ 180
TOTAL		\$ 305

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

3.8.5 Riesgos y oportunidades de negocio

El principal riesgo que tenemos en estos actuales momentos es el problema del virus (COVID-19). Según (OMS, 2021) la Organización Mundial de la Salud se tiene alrededor de más de 4.2 millones de personas que han perdido la vida, y la crisis económica que ha agudiza a las económicas de todo el mundo.

En la cevichería Sport House, se tomará todas las medidas de bioseguridad tanto para su personal y los clientes, y poderles brindar la confianza y seguridad que todos nos merecemos, por lo cual no sentimos comprometidos con los clientes y sobre todo con todo esa mercado joven y deportista que nos caracterizamos los ecuatorianos.

3.8.6 Implementación del negocio

La Cevichería Sport House, contará con mascarillas y el logo del establecimiento, así también con tarjetas de presentación, donde se encuentra la dirección, redes sociales y teléfono del restaurante.

3.8.7 Fijación de precios por receta estándar

La Cevichería Sport House, contará con mascarillas y el logo del establecimiento, así también con tarjetas de presentación, donde se encuentra la dirección, teléfonos de la empresa.



El valor total, estará incluido porcentajes por diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- ✓ Imprevistos.
- ✓ Gasto de fabricación.
- ✓ Mano de obra.
- ✓ Gastos de servicios básicos.
- ✓ Gastos administrativos.
- ✓ Utilidad.
- ✓ IVA.
- ✓ Costo de servicio.

A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:


- ✓ Encebollado.
- ✓ Ceviche de camarón.
- ✓ Pescado frito.

Tabla 22 Receta estándar del encebollado

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DE LA RECETA		Encebollado		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRITICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
100	g	albacora	0-4°c	
30	g	cebolla paiteña	lavado y desinfectado	
10	g	tomate	lavado y desinfectado	
10	g	pimiento	lavado y desinfectado	
5	g	aji peruano molido		
1	g	comino		
5	g	perejil	lavado y desinfectado	repicado
5	g	apio	lavado y desinfectado	rodajas
50	g	yuca	lavado y desinfectado	cocinada
2	g	limon		zumo
2	g	ajo		pasta
5	g	sal		
5	g	chillangua		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		1. cocinar la yuca y conservar el agua		
		2. cocinar la albacora en el agua de yuca		
		3. licuar el tomate, la cebolla y el pimiento apio para base de la sopa		
		4. encurtir la cebolla paiteña con limon y sal.		
		5. rectificar la sopa con aji, sal y pimienta		

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 23 Receta de costos del encebollado

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	ENCEBOLLADO			Codigo: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	20/8/2021			Chef: Fabricio Heredia	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)	
albacora	g	7,00	100	0,70	
cebolla paitaña	g	0,50	30	0,02	
tomate	g	0,50	10	0,01	
pimiento	g	0,50	10	0,01	
aji peruano	g	2,00	5	0,01	
comino	g	2,00	1	0,00	
apio	g	0,50	5	0,00	
yuca	g	1,00	50	0,05	
limon	g	1,00	5	0,01	
ajo	g	1,00	2	0,00	
sal	g	1,00	5	0,01	
chillangua	g	1,00	5	0,01	
perejil	g	0,50	5	0,00	
				Total Bruto	0,81
				10 % Imprevisto	0,08
				Costo Neto	0,89
				Gasto de fabr. 15%	0,13
				Factor Costo 33,33%	0,30
				M.O. 45%	0,40
				G. Adm. 12%	0,11
				45 % Utilidad	0,40
				Sub total	2,23
				12 % I.V.A.	0,27
				10 % Servicio	0,00
				Total	2,50


Elaborado por: Fabricio Heredia. (2021).

Tabla 24 Receta estándar de ceviche de camarón

			RECETA ESTANDÁR DE	
NOMBRE LA RECETA			CEVICHE DE CAMARÓN	
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	POS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
100	g	Camarón	fresco	cocinada
20	g	cebolla de paitaña	lavado y desinfectado	
10	g	limón		cortado
10	g	tomate	lavado y desinfectado	brunoise
5	g	salsa de tomate		pasta
10	g	naranja		zumo
5	ml	aceite de oliva		
5	g	mostaza		
3	g	cilantro	lavado y desinfectado	
5	g	sal		
FOTOGRAFÍA			PROCEDIMIENTO	
			Camarón cocción 3-4 min	
			Cascara tostar con mantequilla	
			Encebolla en pluma (sal y aceite)	
			Tomate concuasé licuar	
			Salsa de toma+ zumo naranja+ zumo limón	
			Cilantro+ base de ceviche	



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 25 Receta de costos del ceviche de camarón

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	ceviche de camaron			Codigo: 001
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	18/8/2021			Chef: Fabricio Heredia
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
CAMARON	g	9,00	200	1,80
CEBOLLA	g	0,50	20	0,01
TOMATE	g	0,50	10	0,01
ACEITE	ml	1,00	5	0,01
SAL	g	1,00	5	0,01
MOSTAZA	g	3,00	5	0,02
LIMON	g	1,00	10	0,01
CILANTRO	g	0,50	5	0,00
NARANJA	g	1,00	10	0,01
salsa de tomate	g	3,00	5	0,02
			Total Bruto	1,88
			10 % Imprevisto	0,19
			Costo Neto	2,07
			Gasto de fabr. 15%	0,31
			Factor Costo 33,33%	0,69
			M.O. 45%	0,93
			G. Adm. 12%	0,25
			45 % Utilidad	0,93
			Sub total	5,17
			12 % I.V.A.	0,62
10 % Servicio	0,00			
Total	5,79			


Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 26 Receta estándar del pescado frito

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		pescado frito		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
60	g	Arroz		
300	g	corvina	fresca	
30	g	harina		
10	g	sal		
2	gr	pimienta		
5	g	ajo		pasta
100	ml	aceite		
5	gr	cebolla		
5	g	tomate		
5	g	limon		
20	g	verde		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		Añadimos el zumo de limón junto con la sal y pimienta y ajo por toda la corvina.		
		Enharinamos la corvina y la echamos al sartén, cuando este el aceite hirviendo echamos los dientes de ajo y procedemos a freír la corvina a		
		Cuando la corvina tenga un color dorado, está lista. Procedemos a sacarla, escurrir y secar el exceso de aceite.		
		Para servirla acompañarla con arroz blanco, curtido o ensalada, lechuga y plátanos fritos cortados en cuadritos o patacones		

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 27 Receta de costos de pescado frito

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Arroz con pescado frito			Codigo: 003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	20/8/2021			Chef: Fabricio Heredia	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)	
ARROZ	g	0,80	60	0,05	
CORVINA	g	5,00	300	1,50	
HARINA	g	0,80	20	0,02	
SAL	g	1,00	10	0,01	
PIMIENTA	g	1,00	2	0,00	
AJO	g	1,00	5	0,01	
ACEITE	g	1,00	100	0,10	
CEBOLLA	g	0,50	5	0,00	
TOMATE	g	0,50	5	0,00	
LIMON	g	1,00	5	0,01	
VERDE	g	1,00	15	0,02	
				Total Bruto	1,71
				10 % Imprevisto	0,17
				Costo Neto	1,88
				Gasto de fabr. 15%	0,28
				Factor Costo 33,33%	0,63
				M.O. 45%	0,84
				G. Adm. 12%	0,23
				45 % Utilidad	0,84
				Sub total	4,70
				12 % I.V.A.	0,56
				10 % Servicio	0,00
				Total	5,26

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 28 Equipos industriales

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina industrial, con 3 quemadores, freidora, y plancha	1	\$500	\$500
Congelador vertical	1	\$500	\$500
Licuada Oster industrial	1	\$45	\$45
Campana extractora	1	\$150	\$150
Cilindro de gas	2	\$35	\$70
Refrigeradora	1	500	500
TOTAL			1.765

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 29 Equipos industriales de seguridad

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor 10 Gal + señalética	2	\$20,00	\$40,00
Dispensador de alcohol y jabón líquido	1	\$8,25	\$8,25
Detector de humo	2	\$7.40	\$14,80
Detector de gas GLP	2	\$14,00	\$28,00
TOTAL			\$91,05

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 30 Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Ollas grades	2	\$50	\$100
Sillas	2	\$15	\$30
Tabla de picar grande	3	\$10	\$30
Mesas de trabajo acero	1	\$150	\$150
Juegos de cucharetas, cucharón, espátula, espumadora	4	\$8	\$32
Juegos de utensilios	3	\$20	\$60
Escritorio	1	\$100	\$100
Papeles de cocina (aluminio)	3	\$12	\$36
Set de 8 ollas y sartenes	1	\$100	\$100
Regletas imán para cuchillos	1	\$10	\$10
Set de 20 platos hondos y llanos	2	\$80	\$160
Tachos de basura	3	5	15
Vasos	20	\$1	\$20
TOTAL			\$843

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 31 Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Esferos	4	\$0,25	\$1
Resmas de papel	3	\$4	\$12
Grapas	1	\$3,50	\$3,50
Tijera	1	\$1	\$1
Tacho de basura	1	\$5	\$5
Carpetas	3	\$2	\$6
TOTAL			\$28,5

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 32 Equipos de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop Samsung	1	\$600	\$600
Impresora	1	\$150	\$150
TOTAL			\$750

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 33 Servicios básicos

Descripción	Pago mensual aproximado	Pago anual aproximado
Agua	\$15	\$180
Teléfono	\$25	\$300,00
Internet	\$30	\$360,00
Luz	\$30	\$360,00
TOTAL		\$1.200

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 34 Arriendo del local

Pago Mensual	Pago Anual
\$200	\$2.400

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 35 Materiales de limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Gel de mano	5	\$1	\$5
Recogedor	1	\$2	\$2
Escobas	1	\$1	\$1
Fundas de basura	3	\$2	\$6
Lavavajillas	3	\$1	\$3
Jabón líquido	4	\$1	\$4
Papel higiénico	12	\$0,50	\$6
Dispensador de papel	1	\$18	\$18
Desengrasante	2	\$8	\$16
Detergente	2	\$2	\$4
Cepillo sanitario	1	\$1	\$1
Cloro galón	1	\$4	\$4
TOTAL			\$70

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

3.8.8 Estudio arquitectónico

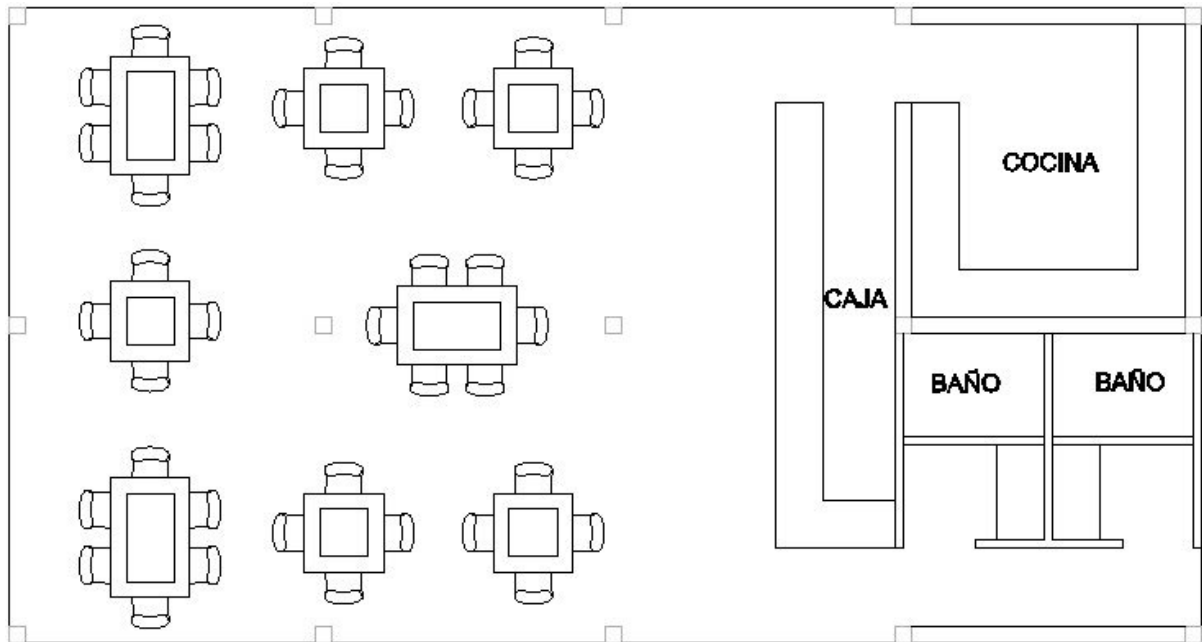
El diseño arquitectónico de la Cevichería Sport House estará diseñado con un ambiente deportivo, para el correcto funcionamiento del local.

3.8.9 Estructura del funcionamiento

La estructura interna de la Cevichería Sport House estará distribuida de la siguiente manera:

- 1.- Área de cocina.
- 2.- Área de consumo.
- 2.- Baños, hombre y mujer.
- 3.- Caja.

Gráfico 28 Plano Arquitectónico



Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

4.1 Objetivo de mercadotecnia

El objetivo de cevichería Sport House, será mantener la formalidad de la empresa, con todas las normas y reglas que el gobierno exige, y poder estar al día con todos los pagos que por ley nos corresponde cancelar como microempresa.

4.2 Permisos

4.2.2 RUC- (Registro de Contribuyente)

Es un formulario, que tienen la función de identificar al establecimiento y estar al día con los pagos de estos, para la obtención del documento se necesita los siguientes requisitos:

- ✓ Cédula original.
- ✓ Papeleta de votación.
- ✓ Planilla de servicios básicos.
- ✓ Formulario de la actividad a pertenecer.
- ✓ Permiso de bomberos.
- ✓ Certificado de Salud Ocupacional.

(<https://www.sri.gob.ec/RUC>).

4.2.3 Permiso de rotulación

Permiso que te otorga el municipio con la finalidad de poder poner un rótulo, o algún tipo de publicidad fuera del local y que sean establecimientos exclusivos de negocios. (<http://www.gadmriobamba.gob.ec>).

4.2.4 Ministerio de interior

Permiso de expendio de bebidas alcohólicas.

(<https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/chimborazo-riobamba/>).

4.2.5 Permiso Sanitario

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), es una entidad adscrita al Ministerio de Salud Pública, el cual controla, vigila, todas las condiciones sanitarias-higiénicas de los productos de uso y consumo de las empresas tanto públicas como privadas, con su respectiva notificación de funcionamiento, se cita los siguientes requisitos.

- ✓ Llena formulario con la información correcta.
 - ✓ Comprobante de pago.
 - ✓ Cédula y papeleta de votación.
 - ✓ Ruc con los pagos de impuestos al día.
 - ✓ Permiso de bomberos.
 - ✓ Certificado de Salud Ocupacional.
- (<https://www.controlsanitario.gob.ec/>).

4.2.6 Patente municipal

Es un documento que regula la actividad económica de los diversos negocios que se debe obtener una vez por año y regula la actividad económica dentro de la ciudad.

Una vez adquirido el RUC, se emiten las facturas y se debe sacar el patente el cual tiene que llevar los siguientes requisitos:

- ✓ Copia de la cédula.
- ✓ Copia del certificado de votación.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia del impuesto predial, pago al día.
- ✓ Servicios básicos.
- ✓ Cancelar el valor de impuesto por patente.

(<https://riobamba.com.ec/esec/chimborazo/riobamba/recomendaciones/servicios-linea-gadm-riobamba-a5404f2dd>).

42.7 Cuerpo de bomberos

Es la entidad que se encarga de la autorización y apertura del establecimiento, luego de haber aprobado varios requisitos indispensables, el cual les indicaran la correcta instalación de gas, instalaciones eléctricas, uso correcto de las bombonas del gas, extintores de humo entre otros. Se cita a continuación los siguientes requisitos:

- ✓ Forma de inspección del local.
 - ✓ Copia de la cédula del propietario del local.
 - ✓ Factura de la compra del extintor.
 - ✓ Instalaciones adecuadas de gas.
 - ✓ Pago del servicio por el permiso.
 - ✓ Copia de la papeleta de votación.
 - ✓ Pago de servicios por el permiso de suelo.
 - ✓ Pago de impuesto predial.
- (<https://www.bomberosriobamba.gob.ec/servicios/permiso-de-funcionamiento-de-locales.html>).

4.2.8 Permiso de suelo

Permiso el cual garantiza que la infraestructura del local comercial se ajuste a la actividad a realizarse. (<http://atramitar.com/publicacion.jsp?id=316>).

4.2.9 Ministerio del Trabajo

Institución rectora de políticas públicas de trabajo y empleo que regula y controla el cumplimiento a las obligaciones laborales.

- ✓ Registro información del empleador.
 - ✓ Registro dirección del empleador.
 - ✓ Ingresar datos del representante legal.
- (<https://www.trabajo.gob.ec>).

4.2.10 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS.

Obtención del número patronal, el cual sirve para afiliación y el pago de aportes de los trabajadores para esto se necesita:

- ✓ Papeleta de votación.
 - ✓ RUC (copia).
 - ✓ Cedula de identidad.
- (<https://www.iesg.gob.ec/>).

5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

El número de nuevas empresas de alimentos y bebidas van en aumento cada día y son parte importante para el sector turístico en Ecuador conformando su infraestructura, siendo uno de los pilares del desarrollo económico influenciado por modelos de marketing difundidos por la aldea global como lo son las redes sociales.

Pese a que aportan de manera directa a la degradación del medio ambiente y también de la salud en muchos casos, es imposible intentar restringir su progreso. Por lo tanto, debemos adoptar y difundir principios en torno al desarrollo sustentable cuya definición es muy amplia, respetando y equilibrando varios de sus objetivos como lo son la salud y bienestar, trabajo decente y crecimiento económico, producción y consumo responsables, agua limpia y saneamiento, acción por el clima entre otros, de una forma que no disguste a las nuevas generaciones y las necesidades de los clientes.

Entonces, uno de los objetivos es complacer a la generación actual sin perjudicar a las futuras, manteniendo la riqueza del capital natural.

5.2 Impacto ambiental

- **Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Sport House Cevichería.**
- **Contaminación y desperdicio de Agua**

El consumo de agua es indispensable para el lavado de instrumentos de cocina, vajillas, aseo de los espacios del inmueble, preparación de los alimentos, etc., en muchas ocasiones es difícil cuantificar el exceso de agua utilizada, además las empresas de alimentos y bebidas son las mayores contaminantes de agua, puede existir contaminación de alcantarillas si vertemos los residuos de aceites de forma irresponsable, cuando usamos detergente en cantidades excesivas, al evacuar residuos de alimentos por los lavaderos o descarga incorrecta de aguas residuales.

- **Contaminación por desechos o basura**

Si la gestión de desechos no se lleva de forma correcta puede llegar a ser un problema de salud pública por su alto contenido orgánico que genera mayor producción de gérmenes lo que puede producir brotes de enfermedades infecciosas como salmonelosis, tifoidea, transgresiones alimentarias entre otras.

- **Consumo de electricidad**

Siendo Sport House Cevichería un restaurante temático donde se transmitirán los partidos de fútbol a diario es necesario el consumo de energía eléctrica desde su apertura, hasta su cierre, sin contar con los frigoríficos donde se congelan los alimentos para garantizar el bienestar del cliente, además de la iluminación y demás electrodomésticos.

- **Influencia negativa sobre la salud de los clientes**

Hoy en día a nivel mundial existen enfermedades crónicas como resultado de los malos hábitos alimenticios, nuestra empresa puede ofrecer alimentos altos en sal, azúcar y grasas saturadas que pueden ir en contra a las indicaciones médicas de este grupo de clientes.

5.3 Medidas para contrarrestar los impactos generados por Sport House Cevichería.

- Reciclaje de residuos grasos: deben ser recogidos por una empresa especializada y autorizada. Se sabe que un litro de aceite puede contaminar hasta mil litros de agua.
- El aceite reciclado se reutiliza en fabricación de aceites, jabones, barnices, etc.
- Limpieza de espacios de almacenaje como bodegas, neveras, congeladores.
- Organizar e inventariar los alimentos ordenados por fechas de caducidad, aplicando la regla de “primeras entradas, primeras salidas”.

- Ofrecer un menú opcional bajo en sal y sin azúcares añadidas para ese grupo de clientes cuya salud es prioritaria. Asimismo, ofrecer un menú especial para niños libre de colorantes y conservantes para lograr inclusión social.
 - Donar los alimentos que sobran a personas más necesitadas, se ha documentado que restaurantes a nivel mundial eliminan hasta tres mil kilos de comida al año.
 - No desperdiciar ni una gota de agua por ejemplo lavar los utensilios de cocina cuando estén llenos, cerrar la llave mientras se enjabonan y no abrir las llaves en su totalidad, no baldear los espacios sucios, barrer en seco y trapear después, llaves de cerrado automático en baños.
 - Aseo de materiales de limpieza en un sitio exclusivo para ellos para evitar contaminaciones cruzadas.
 - Capacitación a empleados para el correcto manejo de desechos y aseo del inmueble.
 - Uso de vajillas de cerámica para evitar uso de recipientes plásticos o no biodegradables.
 - Uso de recipientes biodegradables para pedidos a domicilio.
 - Uso de iluminación ahorradoras de energía.
- **Debemos clasificar los residuos para su organización en contenedores por colores:**
- ✓ Negro: desechos comunes.
 - ✓ Verde: productos orgánicos.
 - ✓ Azul: plástico.
 - ✓ Amarillo: envases de latas, conservas y envases biodegradables.
 - ✓ Gris: papel y cartón.

5.4 Impacto social

Nuestra empresa generadora de un delicioso impacto social ofreciendo un lugar acogedor, cálido, de buen trato al cliente, inclusivo sin discriminación de edad, género o clases sociales, en donde pueden disfrutar en sus tiempos de ocio o fechas especiales para compartir en familia y generar satisfacción.

Contribuye al desarrollo económico por ser generador de empleo para los agricultores, distribuidores locales y emplear a personas sin oportunidades laborales para laborar en el establecimiento, quienes gozaran de su derecho a un trabajo y remuneración dignos.

Finalmente se puede compartir las instalaciones de Sport House Cevichería con la comunidad para realizar talleres culinarios, cursos vacacionales de cocina para adolescentes para mantenerlos activos y productivos, exposición de artistas locales en fechas especiales y fomentar la conciencia social a través de redes sociales para contribuir con el desarrollo sustentable.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

Posteriormente se va a detallar el análisis financiero del restaurante SPORT HOUSE CEVICHERIA, donde se indicará la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar al restaurante dentro del mercado gastronómico en la Ciudad de Riobamba.

6.2. Inversiones

Una inversión es un capital que se va a emplear en cualquier actividad, negocio o emprendimiento, con el propósito de perdurar y posteriormente obtener un beneficio o ganancias, en la cual vamos a tener en cuenta que las inversiones implican riesgos, puede haber la posibilidad de que una inversión no brinde la rentabilidad esperada. Esto puede dar lugar a un beneficio menor del esperado.

6.3. Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$3.449.

Tabla 36 Inversiones

ACTIVOS FIJOS	
EDIFICIO	0
VEHÍCULO	0
EQUIPOS IND/ SEGURIDAD	\$ 1.856,05
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 750
MUEBLES - ENSERES	\$ 843
TOTAL	\$ 3.449

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

6.4. Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$ 400, en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 37 Activos diferidos

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 400
------------------------	--------

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

6.5. Capital de trabajo

Son todos los recursos para utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

La inversión involucra: Sueldos del personal, pago de servicios básicos, material de oficina, material de limpieza, alquiler del local, publicidad, adquisición de materia prima y gastos financieros.

Tabla 38 Capital de trabajo

SUELDOS	\$ 18.521,2
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.200
MATERIAL OFICINA	\$ 342
MATERIAL LIMPIEZA	\$ 840
SERVICIO AUTO	0
ALQUILER LOCAL	\$ 2.400
PUBLICIDAD	\$ 305
ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA	\$ 3.000
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.800,00
TOTAL	\$ 29408,2

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 39 Total de inversión

TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 3.449
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 400
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 29408,2
TOTAL	\$ 33.257,2

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$ **33.257,25**.

6.6 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 40 Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
GERENTE CHEF	\$ 500	\$ 6.000	\$ 567	\$ 729	\$ 6.162
AYUDANTE DE COCINA	\$ 400	\$ 4.800	\$ 453,6	\$ 583,2	\$ 4.929,6
MESERO Y CAJERO	\$ 400	\$ 4.800	\$ 453,6	\$ 583,2	\$ 4.929,6
TOTAL	\$ 1.400	\$ 16.800	\$1.587,6	\$ 2.041,2	\$ 16.021,2

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 41 Sueldos décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
GERENTE CHEF	\$ 500	\$ 400	\$ 500	\$ 900
AYUDANTE DE COCINA	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 800
MESERO Y CAJERO	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 800
TOTAL	\$ 1.400	\$ 1.200	\$ 1.400	\$ 2.500

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 42 Total de sueldos

TOTAL SUELDOS	TOTAL DECIMOS	TOTAL ANUAL
\$ 16.021,2	\$ 2.500	\$ 18.521,2

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de **\$ 18.521,2** anual.

6.7. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10 %, equipos de computación con un 33.33 %, y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de **\$ 519,88**.

Tabla 43 Depreciación de activos fijos

PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN			
EQUIPOS IND.	\$1.856,05	10%	\$ 1.856,05
EDIFICIO	0	20%	0
VEHÍCULOS	0	5%	0
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 750	33,33%	\$ 249,97
MUEBLES Y ENSERES	\$ 843	10%	\$ 84,3
TOTAL			\$ 519,88

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

6.8. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de esta la Amortización del establecimiento es de un 20 %, que a su vez equivale a \$ 80 dólares, ya que el monto por constitución equivale a \$ 400 dólares.

Tabla 44 Amortizaciones

PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 400	20%	80

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

6.9. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$ **13.257**, que equivale a una estructura del 40%; costo 12 % con una tasa de descuento de 4,8 %, por consiguiente el Capital Financiero es de \$ 20.000, con una estructura del 60 %, el costo es del 14 %, que otorga el 8,4 %, de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$ **33.257,2** que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,2 %, valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 45 Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
CAPITAL PROPIO	\$13.257	40%	12%	4,8%	
CAPITAL FINANCIERO	\$20.000	60%	14%	8,4%	
TOTAL INVERSION	\$33.257,2	100%		13,2%	TMAR

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

6.10. Tabla de amortización

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$ 20.000, con una tasa del 14 %, en un plazo de cinco con años; lo que conlleva al pago de interés de \$ **9.128,35**.

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 46 Cálculo de intereses

MONTO	\$ 20.000
TASA	14%
PLAZOS	5 AÑOS

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 47 Amortizaciones

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$ 20.000
1	\$ 5.825,67	\$ 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

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

6.11. Punto de equilibrio

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad.

Tabla 48 Cotos fijos

MATERIA PRIMA	\$ 250
ARRIENDO	\$ 200
SUELDOS	\$ 1.543
SER. BÁSICOS	\$ 100
TOTAL	\$ 2.093

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 49 Margen de contribución

PRECIO SUBTOTAL	\$ 2,50
COSTO PLATO	\$ 0,80
GANANCIA	\$ 1,70

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 50 Punto de equilibrio

VENTA	\$ 1.231	\$ 2,5	\$ 3.077,9
COSTO	\$ 1.231	\$ 0,80	\$ 984,9
GASTO			\$ 2.093
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Tabla 51 Ventas proyectadas

\$ 2.475	\$ 6.187,5	\$ 74.250	VENTAS
\$ 2.475	\$ 1.980	\$ 23.760	COSTO

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

6.12 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla 52 Estado de resultados

	0	1 AÑO	2 AÑOS	3 AÑOS	4 AÑOS	5 AÑOS
VENTAS		74.250,00	76.484,93	78.787,12	81.158,61	83.601,49
COSTO DE VENTAS		23.040,00	23.733,50	24.447,88	25.183,76	25.941,80
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		51.210,00	52.751,42	54.339,24	55.974,85	57.659,69
GASTOS ADMINISTRATIVOS		18.521,20	19.078,69	19.652,96	20.244,51	20.853,87
SERVICIOS BASICOS		1.200,00	1.236,12	1.273,33	1.311,65	1.351,14
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		1.182,00	1.217,58	1.254,23	1.291,98	1.330,87
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		2.400,00	2.472,24	2.546,65	2.623,31	2.702,27
PUBLICIDAD		305,00	314,18	323,64	333,38	343,41
DEPRECIACIONES		519,88	519,88	519,88	519,88	519,88
AMORTIZACIONES		80,00	80,00	80,00	80,00	\$80,00
UTILIDAD OPERATIVA		27.001,92	27.832,73	28.688,56	29.570,14	30.478,26
GASTOS FINANCIEROS		2.800,00	2.376,41	1.893,51	1.343,01	715,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		24.201,92	25.456,33	26.795,05	28.227,13	29.762,82
BASE IMPOSITIVA		8.773,20	9.227,92	9.713,20	10.232,34	10.789,02
UTILIDAD NETA		15.428,72	16.228,41	17.081,84	17.994,80	18.973,80

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1 %, aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de **\$ 15.428,72** mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de **\$18.973,80**.

6.13. Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 53 Flujo de caja

	0	1 AÑO	2 AÑOS	3 AÑOS	4 AÑOS	5 AÑOS
UTILIDAD OPERATIVA		27.001,92	27.832,73	28.688,56	29.570,14	30.478,26
DEPRECIACION		519,88	519,88	519,88	519,88	519,88
AMORTIZACION		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
- BASE IMPOSITIVA		8773,20	9.227,92	9.713,20	10.232,34	10.789,02
- 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
= FLUJO NETO DE CAJA	- 33.257,00	13.002,93	13.379,02	13.749,56	14.112,01	14.463,44

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de **\$ 13.002,93**, mientras que para el 5 año esta aumentará a **\$ 14.463,44**.

6.14. Cálculo del TIR y el VAN

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

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de **\$ 12.466,40**.

6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 29,62 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,20 %, con el TMAR.

Tabla 54 Van/Tir/Tmar

VAN	\$ 12.466,40	\$ 11.552,70
TIR	29,62%	
TMAR	13,20%	

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Una vez concluido el estudio para la implementación del restaurante deportivo podemos acotar que, con la innovación, creación y responsabilidad, vamos a tener la satisfacción de cubrir las necesidades de aquellas personas que quieran deleitarse con comidas sanas y saludables.
- Después de haber realizado las encuestas, el 92,42% han indicado su agrado por la cevichería con ambiente deportivo, donde los resultados han sido favorables, determinando satisfactoriamente la acogida del restaurante en el sector.
- Sport House Cevichería ayudara en el cuidado del medio ambiente por lo que nos enfocaremos en una producción y consumo responsables, así ayudaremos a mantener la riqueza del capital natural.
- El restaurante contara con todos los permisos legales establecidos por las organizaciones de control de la ciudad de Riobamba, para llevar a cabo con el buen funcionamiento.
- En el análisis financiero se refleja que el restaurante obtendrá ganancias y rentabilidad, estas van a hacer reflejadas en el punto de equilibrio donde nuestras ventas serán de 1.231 platos mensuales con ganancia de \$ 2.093 en el plato estrella, el cual va a tener una proyección de venta de 2.475 platos mensuales con ganancias de \$ 4.207.

7.2. Recomendaciones

- Se recomienda que para empezar un negocio es importante conocer bien el lugar, segmento de mercado y hacer encuestas para programar un plan de marketing ya que el sector de los restaurantes es muy competitivo.
- Sport House Cevichería se enfocará en el desarrollo sustentable con el medio ambiente, donde uno de los objetivos es complacer a la generación actual sin perjudicar a las futuras.
- Debemos tener en cuenta el buen manejo en el área financiera, para conocer bien el flujo del dinero el cual nos va a ayudar con los contratiempos que podamos tener, para prevenir disgustos y así guiar el restaurante por buen camino.





7.3 BIBLIOGRAFÍA

- Organigrama PNG. (2017). Organigrama del proyecto. Recuperado el 14 de agosto del 2021. Disponible en: https://es.pngtree.com/freepng/organization-icon-for-your-project_4814100.htm.
- BKA. (2019). Eventos deportivos. Recuperado el 14 de agosto del 2021. Disponible en: <http://www.grupobakara.com/eventosdeportivos>.
- INEC. (2019). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS*. ECUADOR. Recuperado el 14 de agosto del 2021. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>.
- López, R. (2014). *La proteína en los alimentos*. CSIC. Recuperado el 14 de agosto del 2021. Disponible en: <https://www.tuasaude.com/es/alimentos-ricos-en-proteinas/>.

- Maldonado, G. (2021). *Fundador del clun de emprendedores*. . Quito: Global Entrepreneurship Monito. Recuperado el 17 agosto del 2021. Disponible en: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/23/nota/7916634/emprendimientos-empleo-desempleo-necesidad-ecuador/>.
- Maslow, A. (2010). *Motivación Humana*. Recuperado el 17 de agosto del 2021. Disponible en: <https://psicopedia.net/621/la-motivacion-humana-la-piramide-maslow/>.
- OMS. (2021). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el 17 de agosto del 2021. Disponible en: <https://www.who.int/es>.
- Santos, X. (2009). *Las proteínas*. Buenos Aires: Primera. Recuperado el 17 de agosto del 2021. Disponible en: <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL001849.pdf>.
- Soria, A. (2010). *Nutrientes de los mariscos*. España: Lorell. Recuperado el 17 de julio del 2021. Disponible en: <https://www.directoalpaladar.com/salud/los-mariscos-y-sus-valiosas-propiedades-nutricionales>.
- López, R. (2014). *La proteína en los alimentos*. CSIC. Recuperado el 12 de julio del 2021. Disponible en: https://www.catarata.org/libro/las-proteinas-de-los-alimentos_45842/.
- Federico, A. (2010). *Motivación*. Recuperado el 5 de julio del 2021. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-10-18/que-es-la-motivacion-y-que-podemos-hacer-para-aumentarla-todos-los-dias_42710/.
- ARCSA. (2018). *Permisos de funcionamiento y notificaciones sanitarias*. Recuperado el 17 de agosto del 2021. Disponible en: <https://www.controlsanitario.gob.ec/>.

7.4 ANEXOS

7.4.1 Implementación del negocio

 <p>Laptop Samsung U\$S 600 Envío gratis</p>	 <p>U\$S 150 Impresoras Hp Nuevas De Caja Sellada</p>
 <p>\$100 \$105</p>	 <p>Sillas Reforzadas F U\$S 15</p>
 <p>U\$S 500</p>	 <p>\$50</p>



Mesa Trabajo Acero Inoxidat
U\$S 150



U\$S 45
Licuadora Oster Clásica De 3
Velocidades



\$35
Cilindro de gas



U\$S 10



U\$S 500
Refrigerador Vitrina Marca: Magic
Queen



\$150
Campana acero pulido

Elaborado por: Fabricio Heredia (2021).