



CAPITULO I

EL PROBLEMA

La demanda insatisfecha en el mercado del sector Av. La prensa hace necesario la creación de negocio enfocado en las necesidades del consumidor.

1.01 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización trae un cambio creciente en las tendencias, en las que se evidencian nuevos estilos de vida, como consecuencia de ello las personas buscan nuevas alternativas, esta necesidad insatisfecha genera la oportunidad de crecer en el negocio tanto del esparcimiento de la alimentación a través de la innovación y creatividad.

Mediante un estudio de mercado en los negocios de restaurantes se pudo determinar la falta de un lugar donde se brinde un servicio de calidad donde se satisfagan todas las necesidades del cliente lo que me ha llevado a la visualización de este problema.



Una de las cualidades del gestor empresarial es poder enfocar las necesidades del consumidor y plasmarlas en un negocio en concreto y por ende en ganancias o utilidades y cuando no existe las necesidades las crea para poder brindar un producto comestible a las expectativas del cliente y quede totalmente satisfecho, lo dicho anteriormente otorga la pauta para aprovechar esta gran oportunidad de negocio que aflora en el mercado.

1.02 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿La creación e implementación de un bar-marisquería destinada a la comercialización de productos de mar ubicado en la Avenida la Prensa Y Vaca De Castro Del Distrito Metropolitano De Quito permitirá satisfacer la demanda insatisfecha del mercado, y contribuir con la actividad comercial del sector?

1.03 JUSTIFICACIÓN

Este plan de negocio nació no solamente con el afán de presentar el trabajo de tesis necesario para la obtención del título de tecnólogo en administración de empresas, sino por el reto que representa para mí poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante el tiempo de estudio.

La elaboración de este plan de negocios nos permitirá desarrollar una microempresa, que comprende el estudio de mercado, plan de marketing, localización, tamaño del negocio, organización y sistema de administración, proceso productivo, estudio económico financiero con su respectiva evaluación, conclusiones y recomendaciones.



Nuestra área de influencia será la av. La prensa y vaca de castro y de acuerdo a la investigación de campo que hemos realizado en el área de marketing nuestro mercado meta lo constituirán las personas de clase media, media alta y alta que viven y transitan por dicho lugar.

La factibilidad este proyecto es múltiple, ya que por un lado este trabajo goza de la disponibilidad en tiempo y recursos económicos de parte de autora, el debido asesoramiento técnico-profesional de parte, la tutoría personalizada de los catedráticos del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, la disponibilidad de la información bibliográfica y virtual, el conocimiento necesario para llevar acabo su elaboración.

Se justifica el presente proyecto porque se obtendrá un informe y datos reales que servirá como instrumento bibliográfico a estudiantes y a personas emprendedoras que se dedican a esta actividad.

1.04OBJETIVO GENERAL

Crear un bar-marisquería en la provincia de pichincha al norte de la ciudad de Quito en la Av. La prensa y Vaca de Castro, para posicionarnos en el mercado local, mediante una previa investigación de mercado y un estudio minucioso de los gustos y preferencias de nuestros posibles clientes.

1.05 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar la aceptación del Bar-Marisquería en el norte de Quito.
- Efectuar el estudio económico y financiero para lograr conocer si el proyecto será factible o no para llevarlo a cabo.



- Establecer el plan de marketing y las estrategias para lograr satisfacer y superar las expectativas de los clientes.

1.06 ANTECEDENTES

1.06.01 FUNDAMENTACIÓN TEORICA

La creciente tasa de desempleo crea la necesidad de buscar una fuente de ingreso, este proyecto nace con la necesidad de crecer económicamente, y sabiendo la importancia que tiene la gastronomía ecuatoriana se opta la creación de un Bar- Marisquería, teniendo en cuenta que el marisco es un plato muy apetecido tanto por habitantes de la ciudad de Quito como para los extranjeros.

Además de aportar con la infraestructura gastronómica del país, generara fuentes de empleo que servirán para la obtención de recursos necesario para el bienestar propio, de nuestra familia.

Básicamente se busca introducir en el mercado una empresa que cumpla con todas las necesidades de los clientes así logra la satisfacción tanto personal como para las personas que reciben el servicio, puesto que será nuestra estrategia para tener una mayor acogida.

Para cumplir con nuestro personal se formara con tres características ser innovadores, creativos y viables, que a nuestra empresa la harán única.



RESTAURANTE

Establecimientos públicos donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local.¹

ORIGEN DE LOS RESTAURANTES

En la antigüedad, las iglesias y los monasterios tenían por costumbres albergar los viajeros y alimentarlos aceptando algunas donaciones a cambio. Esta situación fue aprovechada por comerciantes de la época para crear establecimientos especializados en la venta de comidas y bebidas. En Egipto también durante ese mismo período existían las posadas, donde se ofrecían habitaciones y comidas a los viajeros que se detenían con sus caravanas. A principio de la época moderna en el año 1658, se introdujeron los carruajes en Inglaterra, impulsando este desarrollo de la transportación el auge de las posadas y tabernas.

El término “RESTAURANTE” es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, en el que se servían bebidas y comidas peor como algo distinguido a las posadas, tabernas y casas de comida. Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos. Después de la revolución Francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener

¹ Real Academia de La Lengua



su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número. En otros países, el restaurante, tal como lo conocemos hoy, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos, con éste nombre comenzaron a competir con los hoteles ofreciendo abundantes comidas, elegantemente servidas y a precios razonables.²

CLASIFICACIÓN DE LOS RESTAURANTES

- ✓ **Restaurantes gourmet:** ofrecer platillos que atraen a personas aficionadas a comer marjales delicados. El servicio y los precios están de acuerdo con la calidad de la comida, por lo que estos restaurantes son los más caros.
- ✓ **Restaurantes de especialidades:** ofrece una variedad limitada o estilo de cocina. Estos establecimientos muestran en su carta una extensa variedad de su especialidad, ya sean mariscos, aves, carnes o pastas, entre otros posibles.
- ✓ **Restaurante familiar:** Sirve alimentos sencillos a precios moderados, accesibles a la familia. Su característica radica en la confiabilidad que ofrece a sus clientes, en términos de precios y servicio estándar. Por lo General, estos establecimientos pertenecen

² <http://www.islascanarias-restaurant.com/islascanarias/es/islascanarias/origen-de-los-restaurantes-.html>



a cadenas, o bien, son operados bajo una franquicia consistente en arrendar el nombre y sistema de una organización.

- ✓ **Restaurante conveniente:** se caracteriza por su servicio rápido; el precio de los alimentos suele ser económico y la limpieza del establecimiento intachable, por lo que goza de confiabilidad y preferencia.

CLASIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Clasificación por el tipo de comida:

1. Vegetarianos y macrobióticos.
2. De pescados y mariscos.
3. De carnes rojas.
4. De aves

Clasificación por la variedad de servicios:

- ✓ **Restaurantes de autoservicio:** establecimientos que se localizan en centros comerciales, aeropuertos, ferias, etc., Donde el cliente encuentre una variedad de platillos que combina a su gusto. Los precios son bajos por el poco personal y además no se deja propina.



- ✓ **Restaurantes de menú y a la carta:** Los restaurantes a la carta tienen mayor variedad platillos individuales, de modo que los clientes pueden elegir de acuerdo con sus apetitos y presupuesto.

Ambos pueden dividirse, a su vez, en:

- **De lujo:** como comida internacional, servicio francés y carta de vinos.
- **De primera** y tipo medio: ofrecen comida internacional o nacional especializada, sin servicio francés ni carta de vinos, pero con servicio americano.
- **De tipo económico:** ofrecen comida de preparación sencilla con servicios mínimos, también al estilo americano.³

1.06.02 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Toda empresa pequeña o grande debe cumplir los requisitos legales, para tener un funcionamiento sin problemas de clausura.

Para que un establecimiento de comercio pueda abrir legalmente al público, debe cumplir una serie de requisitos a saber:

- ✓ **Inscribirse en el registro mercantil**

Es el instrumento legal que tiene como objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la

³ <http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>



inscripción de todos los actos, libros y documentos del comerciante. El registro mercantil es tramitado en la Cámara de Comercio.

✓ **Diligenciar el certificado de uso de suelos**

Antes de proceder a la apertura de un establecimiento de comercio, es preciso diligenciar en la oficina de planeación municipal o quien haga sus veces, el certificado de uso de suelos.

El objetivo de este certificado, es que la autoridad competente certifique que la actividad desarrollada por el establecimiento certificado, puede desarrollarse en el lugar.

✓ **Adquirir el concepto sanitario**

Todo establecimiento de comercio cuyo objeto social sea el expendio de productos alimenticios, debe disponer de su respectivo concepto sanitario.

Igualmente, todos los empleados que manipulen alimentos, deben tener su certificado de manipulación de alimentos.

El concepto sanitario comprende aspectos como la seguridad de las instalaciones y el nivel de sanidad del establecimiento. Al no contar con este concepto, el establecimiento puede ser objeto de cierre, o las mercancías pueden ser decomisadas, en caso de presentar riesgo para los consumidores.



✓ **Certificado de seguridad**

El certificado de seguridad es expedido por el respectivo departamento de bomberos, y busca que el establecimiento de comercio cumpla con las normas de seguridad en lo concerniente a extintores, salidas de emergencia, botiquín de primeros auxilios, y demás mecanismos y herramientas de seguridad que permitan en un momento dado atender una emergencia que se presente dentro del establecimiento.

✓ **Control de pesas y medidas**

Las pesas y medidas que se utilicen en el establecimiento de comercio, debes estar debidamente “calibradas” de manera tal que cumplan con su objetivo de forma exacta, puesto que vender productos con medidas y pesos diferentes a los reales, es sancionable.

✓ **Lista de precios**

El comerciante debe hacer público los precios de sus productos, lo cual puede hacer colocándolos en el empaque o en el envase, o en una lista general visible.

✓ **Inscripción en el RUC**

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en



el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

✓ **Patente Municipal**

El registro de patente municipal es un documento obligatorio para ejercer un negocio en Quito. El pago es anual y lo deben hacer las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. Es un impuesto de declaración anual



CAPITULO II

ANALISIS SITUACIONAL

2.01 AMBIENTE EXTERNO

2.01.01 FACTOR ECONÓMICO

PIB

EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio⁴

TABLA N° 1

PIB ANUAL

FECHA	VALOR
Enero-01-2013	3.98 %
Enero-01-2012	5.00 %
Enero-01-2011	7.40 %

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Banco Central

⁴ http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm



TABLA N° 2

PIB ANUAL HOTELES Y RESTAURANTES

SECTOR	2011	2012	VALOR %
Hoteles y Restaurantes	1,159,780	1,263,928	8.98%

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Banco Central

ANALISIS

El PIB en el sector de hoteles y Restaurantes muestra un incremento del 8.98% entre el año 2011 y 2012.

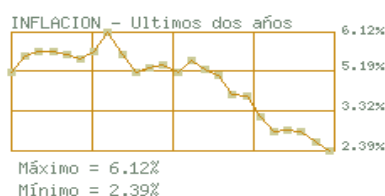
El incremento del PIB es favorable para nuestro proyecto ya que los precios aumentan, pero tiene su lado negativo ya que podría ser la causa de inflación.

INFLACIÓN

Desequilibrio entre la oferta y la demanda de bienes y servicios que se caracteriza por un incremento permanente en los precios o una disminución progresiva en el valor de la moneda.

FIGURA N° 1

INFLACIÓN



Elaborado: Diana Vera

Fuente: Banco Central



TABLA N°3

INFLACIÓN 2013

FECHA	VALOR
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Banco Central

La variación en Ecuador en los últimos años ha tenido variaciones significativas. En el año 2011 se muestra un porcentaje de 4.84%, el cual ascendió a 5.41% en el último mes. Luego, para el 2012 también hubo un incremento, siendo el porcentaje más elevado en los tres últimos años en febrero con un incremento de 6.12%, el cual fue disminuyendo, para el 2013 tenemos una disminución de 2.39%.

ANÁLISIS

La inflación para la marisquería representa oportunidad para una implementación óptima, ya que en los últimos años ha disminuido, lo cual es



favorable, ya que un aumento de inflación generaría un fuerte impacto en el sector empresarial, debido a que el precio de la materia prima tendería a subir.

TASA DE INTERÉS

Es el precio que se paga por el uso del dinero, durante un determinado período de tiempo, la fija el Banco Central de cada país ⁵

TASA DE INTERÉS PASIVA

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. ⁶

FIGURA N° 2

TASA DE INTERES PASIVA



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Banco Central

⁵ <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-tasa-de-interes.html>

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s



TABLA N° 4

TASA DE INTERES PASIVA 2013

FECHA	VALOR
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %
Junio-30-2012	4.53 %
Mayo-31-2012	4.53 %
Abril-30-2012	4.53 %
Marzo-31-2012	4.53 %
Febrero-29-2012	4.53 %
Enero-31-2012	4.53 %
Diciembre-31-2011	4.53 %
Noviembre-30-2011	4.53 %
Octubre-31-2011	4.53 %
Septiembre-30-2011	4.58 %
Agosto-31-2011	4.58 %

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Banco Central

ANALISIS

La tasa de interes pasiva en Ecuador en el 2011 se mantuvo con un 4.58% para el año 2012 disminuyo a un 4.53% y para el 2013 se conserva el mismo valor.

La tasa de interes es una oportunidad para crecer como empresa ya que mediante esta puedo incrementar mi capital, la cual es preferible que su porcentaje aumente.



TASA DE INTERÉS ACTIVA

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca⁷

TABLA N°5

TASA DE INTERES ACTIVA 2013

FECHA	VALOR
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %
Noviembre-30-2011	8.17 %
Octubre-31-2011	8.17 %
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %

Elaborado: Diana Vera
Fuente: Banco Central

⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s



FIGURA N° 3

TASA DE INTERES ACTIVA 2013**Elaborado:** Diana Vera**Fuente:** Banco Central**ANALISIS**

En los últimos años la tasa de interés ha disminuido desde el último trimestre del año 2011 un 2.39% manteniéndose hasta la actualidad.

La disminución de la tasa de interés activa representa una oportunidad para el crecimiento económico del país y de una empresa ya que se podrá acceder a créditos para invertir en el negocio.

TASA DE DESEMPLEO

Se define como la razón entre la población desocupada y la población económicamente activa.⁸

⁸ es.mimi.hu/economia/tasa_de_desempleo.html

**TABLA N°6****TASA DE DESEMPLEO EN ECUADOR**

FECHA	VALOR
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %

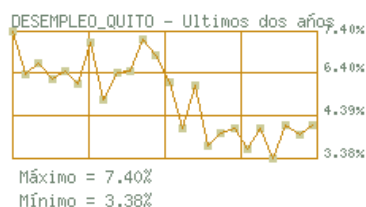
Elaborado: Diana Vera**Fuente:** Banco Central**FIGURA N°4****TASA DE DESEMPLEO ECUADOR****Elaborado:** Diana Vera**Fuente:** Banco Central**TABLA N° 7****TASA DE DESEMPLEO EN QUITO**

FECHA	VALOR
Junio-30-2013	4.44 %
Marzo-31-2013	4.11 %
Diciembre-31-2012	4.43 %
Septiembre-30-2012	3.38 %
Junio-30-2012	4.35 %
Marzo-31-2012	3.67 %
Diciembre-31-2011	4.31 %
Septiembre-30-2011	4.20 %
Junio-30-2011	3.79 %
Marzo-31-2011	5.67 %

Elaborado: Diana Vera**Fuente:** Banco Central



FIGURA N° 5
TASA DE DESMPLEO EN QUITO



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Banco Central

ANALISIS

La tasa de desempleo tanto en Ecuador como en Quito en los últimos años del 2011 al 2013 ha disminuido de una manera favorable para la población.

La disminución del desempleo para la empresa es favorable, debido a que las personas obtienen mejor ingreso y tendrán poder adquisitivo, lo que incrementaran las ventas.

2.01.02 FACTOR SOCIAL

Los factores sociales, son aquellos que desde la perspectiva de las tendencias y cambios de la sociedad y comportamientos de los individuos que la forman pueden influir en el negocio. Estos son básicamente los cambios demográficos (tanto cuantitativos como cualitativos), los factores



de conciencia social que afectan a la ética empresarial, y los aspectos “psicosociales” como son las modas y los comportamientos colectivos.⁹

Ecuador muestra en los últimos años un rápido crecimiento de población y por ende plazas comerciales que crean un nuevo estilo de vida, la razón por la que cada vez menos personas se alimentan en su casa como consecuencia buscan otras alternativas.

En Ecuador la gastronomía es muy variada, de acuerdo a su región las principales son costeñas, andina y amazónica; cada una con su diversidad de platos. En el medio los ciudadanos tienden a consumir carne de bovino, carne porcina, pollo entre otros productos sustitutos a los mariscos, debido a falta de conocimiento entre los valores nutricionales de mariscos y los productos sustitutos.

ANÁLISIS

La variedad gastronómica es una oportunidad para crecer, debido a que las personas buscan nuevas alternativas y en nuestro medio el marisco es muy apetecido tanto por turistas como por los habitantes de la ciudad.

2.01.03 FACTOR LEGAL

“Cambios en la política laboral del gobierno pueden dar como resultado que los costos de personal de los restaurantes aumenten o se reduzcan, y por

⁹ http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=367



tanto afecten a los resultados económicos del negocio. Cambios en los reglamentos municipales sobre seguridad en locales públicos o sobre instalaciones adecuadas para personas con discapacidades físicas dan como resultado la limitación del número de locales disponibles en el mercado y el encarecimiento de las inversiones para la puesta en marcha de un restaurante.”¹⁰

La confianza de los clientes se basa en la comodidad y seguridad que se brinda. Para llevar a cabo el cumplimiento de este factor importante se cumplirá con las leyes, se contará con personal capacitado capaces cumplir con las normas sanitarias tanto en el cuidado del producto como en la preparación de los mismos.

TABLA N° 8

REQUISITOS PARA UN BAR MARISQUERIA

REQUISITOS	FUNCION
RUC (Registro único de contribuyentes)	Para legalizar la empresa
Patente	Para que el nombre de la empresa sea reconocida legalmente
Carnet de salud	Es una garantía, un seguro para los clientes
LUAE (LICENCIA UNICA DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS)	Documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del
El permiso de los bomberos PERMISOS DE LOS BONBEROS	Distrito Metropolitano de Quito. Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios

Elaborado: Diana Vera

Fuente:

¹⁰ http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=367



ANALISIS:

Es una oportunidad para nuestro negocio, nos brinda seguridad para acceder a los beneficios que brinda el gobierno, y poder cumplir de una manera eficiente las necesidades de los clientes.

2.01.04 FACTOR TECNOLÓGICO

La tecnología es uno de los factores que más cambios ha introducido en los últimos años en el mundo de la restauración.

Desde la llegada de los nuevos sistemas de elaboración, conservación y regeneración se han variado los procesos de trabajo e incluso se han separado las zonas de producción de las de servicio, se ha reducido el homodependencia, y se han incrementado la capacidad de servicio. Por otro lado, la aparición de productos de cuarta y quinta gama, así como los condimentos ya preparados para la cocina se ha convertido en un avance tecnológico que ha propiciado variaciones en los procesos y en la organización de las cocinas.¹¹

Las decisiones informáticas son estratégicas la tecnología en el mundo actual es la manera para producir de manera más eficaz y cumplir la demanda del mercado.

¹¹ http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=367



La PYMES contará con las herramientas tecnológicas necesarias, para brindar comodidad a nuestros clientes, además se cuenta con un programa contable que nos permitirá realizar con mayor rapidez y eficiencia las transacciones de venta y control administrativo, también se contará con personal capacitado para dar un servicio de atención al cliente de primera.

ANALISIS

La tecnología es una oportunidad ya que los avances tecnológicos son muy importantes en una empresa, promueve la disminución en tiempos, y por ende mejor rendimiento y tanto del servicio como lo económico.

2.02 ENTORNO LOCAL

Organización como todos los elementos que influyen de manera significativa en las operaciones diarias de la empresa¹²

2.02.01 CLIENTES

Nuestro plan de negocio está destinado a los consumidores de la av. La Prensa y Vaca de Castro, orientado a personas de clase media, media alta y alta de todas las edades que viven y transitan por dicho lugar.

¹² <http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-3.htm>



Los Mariscos son muy apetecidos que además de un buen sabor, son de alto nivel nutritivo. Además nuestro negocio contara con servicio de bar para cumplir a cabalidad con las necesidades del cliente.

ANALISIS

Los clientes son una oportunidad para nuestro proyecto, porque son ellos los que permitirán crecer y posesionarnos en el mercado.

2.02.02 PROVEEDORES

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta¹³

En lo que respecta a los proveedores, se contara con la accesibilidad a obtener los productos desde el mercado de marisco de la costa.

Gracias a esta opción se podrán obtener productos fresco y de muy buena calidad que le darán a nuestros platos un mejor sabor.

ANALISIS

Los proveedores son una parte fundamental en una empresa por lo que se consideran una oportunidad, ya que son ellos quienes nos dan la materia prima necesaria para realizar nuestra actividad.

¹³ <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>



2.02.03 COMPETIDORES

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios.¹⁴

Se pudo determinar que el nuestro alrededor existe competencia de varias marisquerías, pero solo encontramos una que sería nuestra mayor competencia.

TABLA N° 9

MARISQUERÍAS

COMPETENCIA	Calificación
Los Casa Del Ostión	
Los Ceviches De La Rumiñahui	Mayor competencia
Las Conchitas	
La Langosta	

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Encuestas

2.03 ANÁLISIS INTERNO

2.03.01 PROPUESTA ESTRATÉGICA

La Planificación estratégica es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos¹⁵

¹⁴ <http://es.wikipedia.org>

¹⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Planificaci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica



Nuestro plan estratégico consiste en brindar variedad de menú en diferentes tamaños, y con precio accesible a las necesidades de cada cliente, además para un servicio más completa contaremos con servicio de bar.

Se contara con personas capacitadas para dar una atención de primera, para que los clientes se sientan cómodos y relajados.

2.03.01.01 MISIÓN

Fomentar la competitividad y el mejoramiento continuo para satisfacer el mercado local, ofrecer precios cómodos y variedad de menú que estén al alcance de todos y cumplan con las expectativas de los clientes, y así obtener buena rentabilidad.

2.03.01.02 VISIÓN

Posesionarme en el mercado, creciendo sostenidamente compitiendo con calidad para incrementar clientes y mantenernos en el mercado.

2.03.01.03 OBJETIVOS

2.03.01.03.01 OBJETIVO GENERAL

Satisfacer la demanda que existe en el mercado de la Av. La prensa, proporcionando productos de excelente calidad y variedad para destacar nuestra principal ventaja de ser pioneros en el mercado.



2.03.01.03.02 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Estudiar estrategias de imagen y posicionamiento para difundir totalmente el mercado.
- Analizar cada vez más a la mente de los clientes, para de esta manera penetrar el mercado y sus alrededores.
- Evaluar acciones de mercadotecnia a la distribución referidas a la distribución y promoción para satisfacer al mercado local.
- Aplicar un sistema de organización y de administración para el correcto desempeño del cliente.

2.03.01.03.03 PRINCIPIOS Y/O VALORES

Solidaridad: Trabajar en equipo para brindar un servicio equitativo, con el propósito de crear fuentes de trabajo para beneficio de todos.

Perseverancia: En el cumplimiento de los objetivos

Respeto: a la opinión de los socios, empleados y a los clientes.

Trabajo: Brindar excelencia en nuestro servicio dando lo mejor.

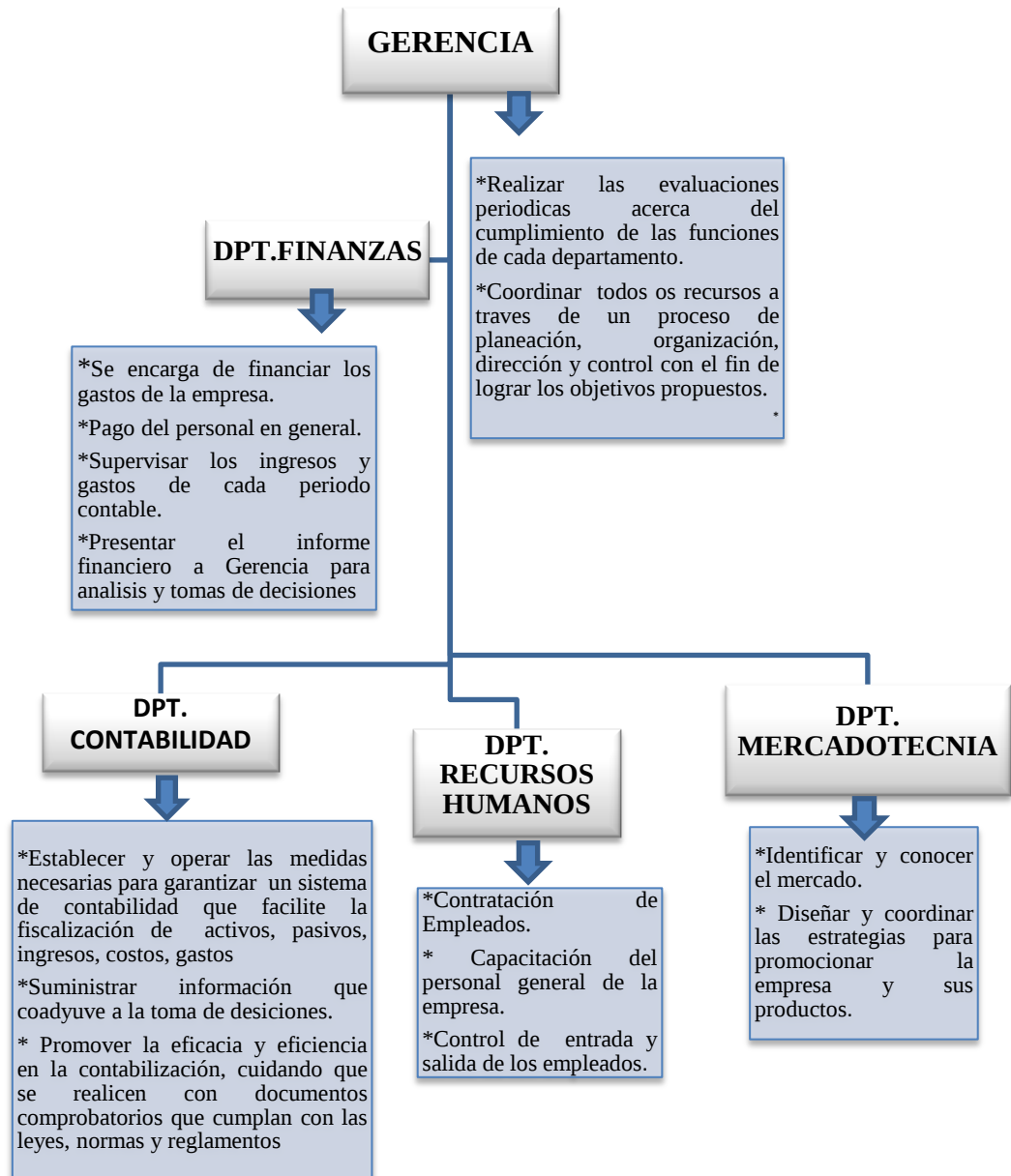
Capacitación: Dar a los empleados y socios capacitación y motivarlos a dar a los cliente un servicio de excelencia.



2.03.02 GESTIÓN ADMINISTRATIVA

FIGURA N° 6

ORGANIGRAMA



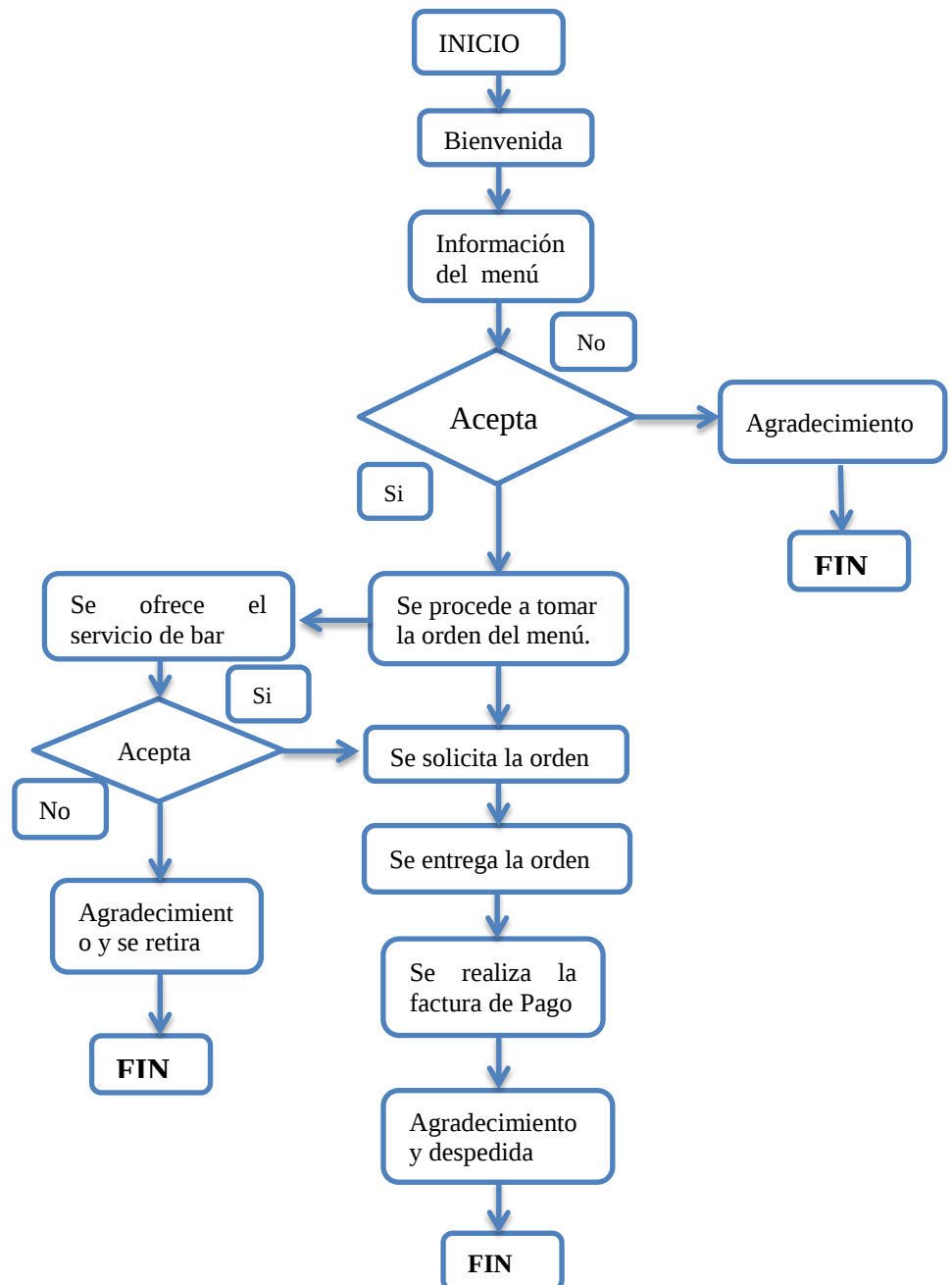
Elaborado por: Diana Vera



2.03.04 GESTIÓN OPERATIVA

FIGURA N° 7

PROCESO OPERATIVO



Elaborado por: Diana Vera



2.03.05 GESTIÓN COMERCIAL

Nuestras campañas estratégicas tendrán múltiples objetivos ya que además de dar a conocer nuestro negocio se darán a conocer los valores nutritivos de los mariscos y así aumentar la demanda.

La mejor alternativa para obtener buena rentabilidad en un negocio es usar un plan de marketing, la cual nos permitirá tener llegar a nuestros objetivos. Para lo cual utilizaremos las siguientes estrategias.

VALLAS PUBLICITARIAS

Esta estrategia publicitaria nos permitirá dar a conocer a los turistas, por lo que se las colocaran en lugares estratégicos como terminales, y cerca de la zona donde funcionara el negocio.





REDES SOCIALES

En la actualidad las redes sociales son la una de la mejor manera de llegar a las personas, para lo cual utilizaremos las páginas web más utilizadas como Facebook, Twitter, YouTube, publicidad que no tendrá un costo alto debido a que se cuenta con personal capacitado y los conocimientos necesarios.



MATERIAL POP

Se utilizarán hojas volantes, las cual serán repartidas en nuestro zona de negocio que será av. La prensa y vaca de castro, centros comerciales y en lugares turísticos más cercanos.



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



2.03.06 ANALISIS FODA

TABLA N° 10

MATRIZ FODA

MATRIZ FODA								
FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS				
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA		
ANALISIS EXTERNO								
Aspectos Económicos								
PIB	X							
Inflación				X				
Tasa De Interés Pasiva		X						
Tasa De Interés Activa			X					
Desempleo		X						
Aspectos Social		X						
Aspectos Legal			X					
Aspectos Tecnológicos	X							
ENTORNO LOCAL								
Clientes	X							
Proveedores		X						
Competencia					X			

Elaborado por: Diana Vera

Análisis: Mediante el análisis FODA, se puede decir que los factores tanto los factores internos como los factores muestran oportunidad para desarrollar nuestro proyecto, de una manera estratégica y rentables.



CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

“Es una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.”¹⁶

EL estudio de mercado es una herramienta que nos facilita la obtención de datos necesarios para tener una idea clara de la situación de la empresa.

3.01 ANALISIS DEL CONSUMIDOR

“Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.”¹⁷

En si el análisis de consumidor se lo realiza para detectar las necesidades de consumo y así buscar la forma de satisfacerlas.

¹⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

¹⁷ <http://es.wikipedia.org>



3.01.01 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

3.01.01.01 POBLACIÓN

“Grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general”¹⁸

En la Avenida La Prensa y Vaca de Castro pertenece a la parroquia Concepción ubicada en el norte de Quito, en este corredor central existe 170104 habitantes, según los datos del Inec.

3.01.01.02 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

“Muestreo es el conjunto de observaciones necesarias para estudiar la distribución de determinadas características en la totalidad de una población, a partir de la observación de una parte o subconjunto de una población, denominada muestra.”¹⁹

Para determinar la muestra de la población de La Avenida La prensa y vaca de Castro se obtendrá a través de un muestreo proporcional.

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

¹⁸ <http://definicion.de/poblacion/#ixzz2gOKHJE1G>

¹⁹ <http://www.monografias.com>

**Dónde:**

Z = Valor estadístico (Nivel De confianza) (95%)	Z = 1.96 para un intervalo de
N = Tamaño de la población	N = 170.104
p = Probabilidad de éxito	p = 50%
q = Probabilidad de fracaso	q =50%
e = Margen De error	e = 5%
n = Numero De Encuestados	n =?

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

$$n = \frac{1.96^2 * 170.104 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (170.104 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{3.8416 * 170.104 * 0.50 * 0.50}{0.0025 * 170.103 + 3.8416 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{163,367.8816}{462.2179} = 383//$$

La encuesta será aplicada para 383 personas de la Avenida La prensa y vaca de Castro.

3.01.02 TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA****OBJETIVO**

La presente encuesta posee fines académicos y su fin es obtener información estadística respecto al consumo de mariscos.

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Instrucciones

Lea detenidamente las siguientes preguntas y marque con una x en la respuesta que usted crea conveniente.

DATOS

Sexo: F ☐ M ☐

Edad: 18-30 ☐ 31- 42 ☐ 43 en adelante ☐

1. ¿Acostumbra comer fuera de casa?

Sí ☐ No ☐

2. ¿Consumes Ud. mariscos?

Sí ☐ No ☐

3. ¿Con qué frecuencia consumes Ud. mariscos?

Diario ☐ **Semanal** ☐ **Mensual** ☐

Ocasional ☐ **Por Fiestas** ☐

4. ¿Conoce Ud. El valor nutricional de los mariscos?

Sí ☐ No ☐

5. ¿Qué marisquería o cevichera Ud. Frecuenta?

La Casa Del Ostión ☐

Los Ceviches De La Rumiñahui ☐

Las Conchitas ☐

La Langosta ☐



6. ¿En compañía de quién se suele ir a comer mariscos?

Solo ☐

Con la pareja ☐

Familia ☐

Amigos ☐

Otros ☐

7. ¿Cuál es el principal motivo por el que usted consume mariscos?

Precio ☐

Sabor ☐

Presentación ☐

Valor nutricional ☐

Otros ☐

8. ¿Con qué bebida acompaña por lo general un plato típico del Ecuador?

Jugo ☐

Cerveza ☐

Cola ☐

Otros ☐

9. Si se abriera una nueva marisquería, ¿cuáles serían los motivos para que usted la prefiera?



Variedad De Menú ☐

Precio ☐

Calidad De Servicio ☐

Ubicación ☐

Otros ☐

10. ¿Cuál es su ingreso mensual?

Básico ☐

Mayor de 500 ☐

Mayor Que 1000 ☐

3.0.03 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

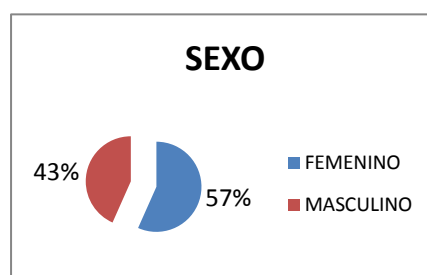
Las encuestas fueron realizadas en la Avenida La Prensa y Vaca de Castro se la realizó a personas de:

TABLA N° 11

SEXO	
Femenino	217
Masculino	166

Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

FIGURA N°8



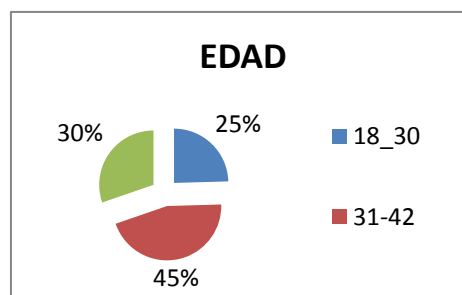
Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

TABLA N° 12

EDAD	
18-30	94
31-42	173
43 en adelante	116

Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

FIGURA N ° 9



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



3.1.3.1. PREGUNTAS

1. ¿Acostumbra comer fuera de casa?

TABLA N°13

PREGUNTA 1

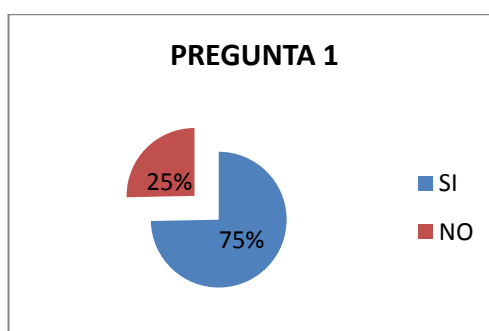
Sí	286
No	97

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta

FIGURA N°10

PREGUNTA 1



Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

Mediante la encuesta realizada se puede decir que el 75% de personas de la Avenida La Prensa y Vaca de Castro comen fuera de casa, mientras que el 25% prefieren comer en sus hogares.

2. ¿Consume Ud. marisco?



TABLA N°14

PREGUNTA 2

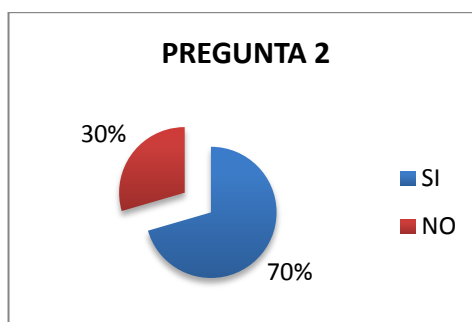
Sí	270
No	113

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta

FIGURA N° 11

PREGUNTA 2



Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

Los datos obtenidos muestran que un 70% de personas consumen mariscos, y un 30% no consumen.

3. ¿Con que frecuencia consume Ud. mariscos?

TABLA N°15

PREGUNTA 3

DIARIO	3
SEMANAL	167
MENSUAL	79
OCASIONAL	96
POR FIESTAS	38

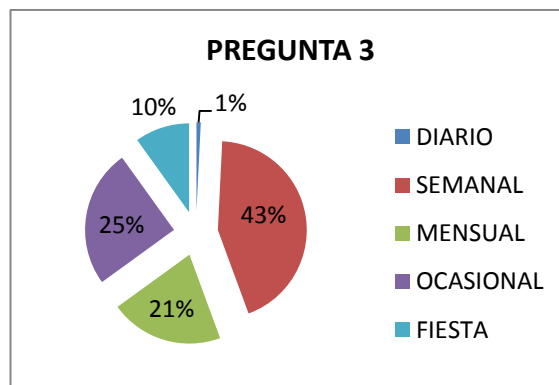
Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta



FIGURA N°12

PREGUNTA 3



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

En la Avenida La Prensa y Vaca de Castro las personas consumen mariscos un 43% semanalmente, un 25% lo consume ocasionalmente, un 21% prefiere consumirlo de manera mensual, mientras que un 10% opta por consumir mariscos en fiestas, y el 1% le gusta consumir a diario.

4. ¿Conoce Ud. El valor nutricional de los mariscos?

TABLA N°16

PREGUNTA 4

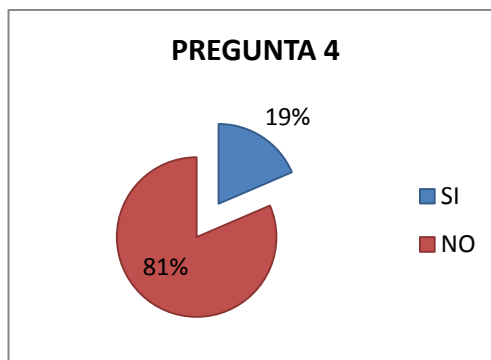
Sí	71
No	312

Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta



FIGURA N°13

PREGUNTA 4



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

Según los datos obtenidos el 81% de las personas que habitan en la Avenida La Prensa y Vaca de Castro no conocen el valor nutricional del marisco, y 19% si conocen el valor nutricional que proporcionan los mariscos.

5. ¿Qué marisquería o cevichera Ud. Frecuenta?

TABLA N° 17

PREGUNTA 5

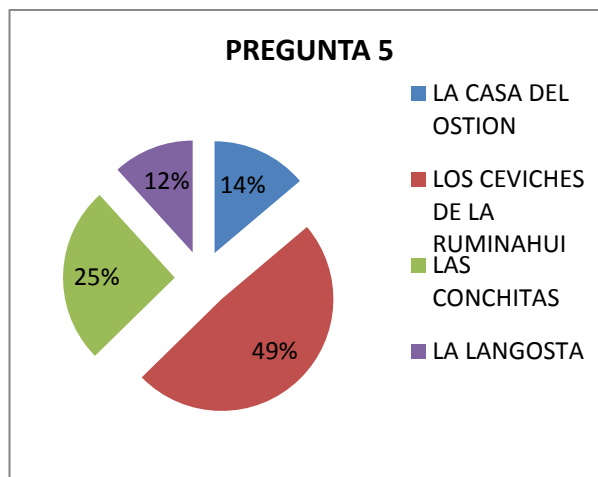
Los Casa Del Ostión	53
Los Ceviches De La Rumiñahui	187
Las Conchitas	98
La Langosta	45

Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta



FIGURA N° 14

PREGUNTA 5



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

Los datos obtenidos en la encuesta muestran que la marisquería más concurrida es Los Ceviche De La Rumiñahui con un 49%, un 25% prefiere Las Conchitas, un 14% frecuenta La Casa Del Ostión y un 12% prefiere La Langosta.

6. ¿En compañía de quién suele ir a comer mariscos?

TABLA N°18

PREGUNTA 6

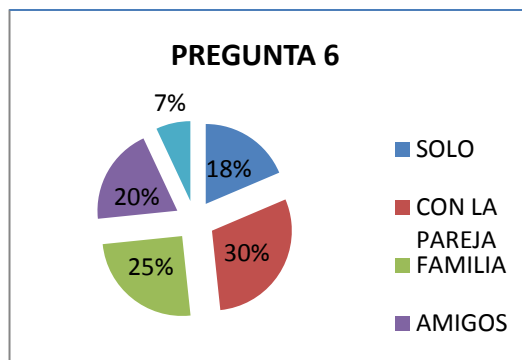
SOLO	72
CON LA PAREJA	115
FAMILIA	97
AMIGOS	76
OTROS	23

Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta



FIGURA N° 15

PREGUNATA 6



Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

La encuesta nos muestra que en la Avenida La Prensa y Vaca de Castro un 30% de las personas suelen ir a comer mariscos con la pareja, un 25% prefieren ir con la familia, un 20% con amigos, un 18% asisten y un 7% asisten por otros motivos.

7. ¿Cuál es el principal motivo por el que usted consume mariscos?

TABLA N° 19

PREGUNTA 7

PRECIO	86
SABOR	132
PRESENTACIÓN	81
VALOR NUTRICIONAL	59
OTROS	25

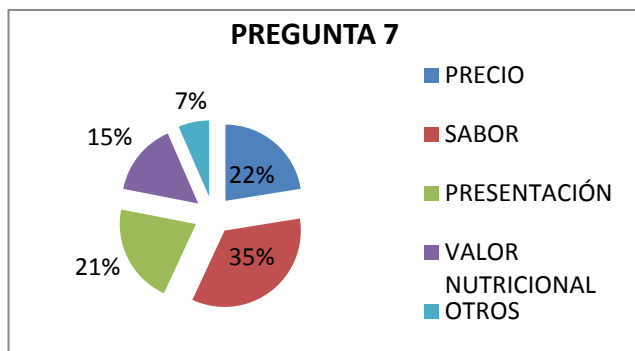
Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta



FIGURA N°16

PREGUNTA 7



Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

Según los datos obtenidos los habitantes de en la Avenida La Prensa y Vaca de Castro, un 35% consumen mariscos por el sabor, mientras que un 22%, tiene su preferencia por el precio y un 21% por la presentación, un 15% lo consume por el valor nutricional que tienen los mariscos y un 7% lo consume por otros motivos.

8. ¿Con qué bebida acompaña por lo general a un menú de marisco?

TABLA N° 20

PREGUNTA 8

JUGO	132
CERVEZA	109
COLA	83
OTROS	59

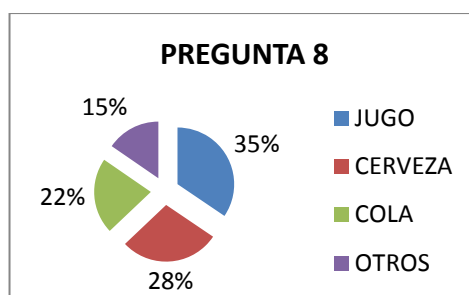
Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta



FIGURA N°17

PREGUNTA 8



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

En las cevicheras la Avenida La Prensa y Vaca de Castro las personas acompañan su menú de mariscos un 35% con jugo, un 28% prefieren la cerveza y un 22% por colas, mientras un 15% prefiere acompañarlas con otras bebidas.

9. Si se abriera una nueva marisquería, ¿cuáles serían los motivos para que usted la prefiera?

TABLA N°21

PREGUNTA 9

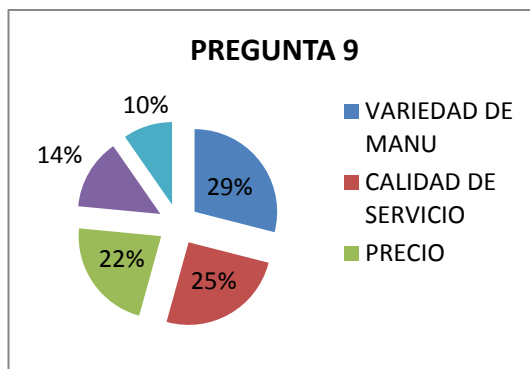
VARIEDAD DE MENU	111
CALIDAD DE SERVICIO	97
PRECIO	85
UBICACIÓN	53
OTROS	37

Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta



FIGURA N° 18

PREGUNTA 9



Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

Mediante la encuesta se pudo determinar que un 29% de las personas tienen como motivo principal para visitar una nueva marisquería es por la variedad de menú que esta ofrezca, un 25% cree importante la calidad de servicio que se brinde, un 22% asistirían por el precio, otro 14% le gustaría una buena ubicación, y un 10% la preferiría por otros motivos.

10. ¿Cuál es su ingreso mensual?

TABLA N° 22

PREGUNTA 10

BASICO	127
MAYOR DE \$500	203
Mayor Que \$1000	53

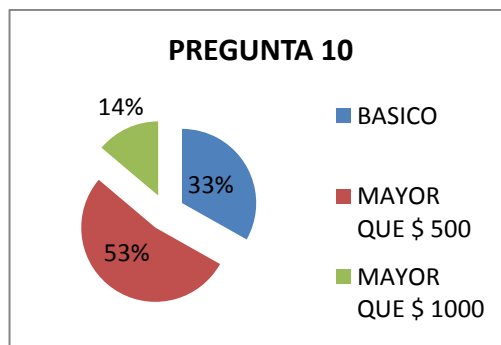
Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta



FIGURA N°19

PREGUNTA 10



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Resultados de la encuesta

ANALISIS

Según los datos obtenidos las personas de la Avenida La Prensa y Vaca de Castro el 53% reciben un sueldo mayor que \$500 y un 33% por lo general reciben un sueldo básico, y un 14% reciben un sueldo superior a \$ 1000.

3.02 OFERTA

“La cantidad de una mercancía que una empresa, o un individuo, están dispuesto a vender, a un precio determinado”²⁰

²⁰ Diccionario de economía “Condog- McWilliams” pág. 143.



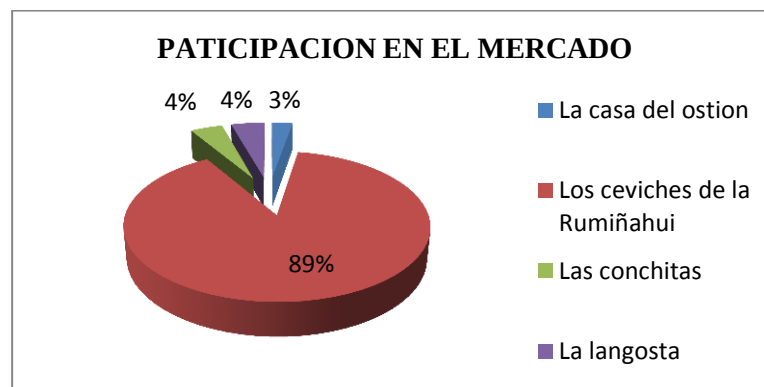
Mediante la encuesta se determinó que en el sector Avenida La Prensa y Vaca de Castro, encontramos 4 marisquerías y según la investigación sus ingresos aproximados son:

TABLA N° 23
ANALISIS DE LA OFERTA

N.	MARISQUERÍAS	VENTAS		%
		DIARIO	MENSUAL	
1	Los Casa Del Ostión	160,00	4800.00	3%
2	Los Ceviches De La Rumiñahui	4.500,00	135000.00	89%
3	Las Conchitas	300,00	9000.00	4%
4	La Langosta	220,00	6.600.00	4%
	TOTALES	3680.00	110400.00	100%

Elaborado: Diana Vera
Fuente: Investigación de campo

FIGURA N° 20
PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO



Elaborado: Diana Vera
Fuente: Investigación de campo

3.02.01 Oferta Histórica

Oferta: 110400.00



TABLA N°24

OFERTA HISTORICA

AÑO	%	Personas
2013	1.5	14.720
2012	1.5	14.499.20
2011	1.5	114.281.71
2010	1.5	14.067.48
2009	1.5	13.856.47

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Investigación de campo

3.0.2.02 Oferta Proyectada

TABLA N° 25

OFERTA PROYECTADA

AÑO	%	Personas
2013	1.5	14.720
2014	1.5	14.940.80
2015	1.5	15.164.91
2016	1.5	15.392.38
2017	1.5	15.632.27

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Investigación de campo

3.03 DEMANDA

“El deseo de (y la capacidad para) comprar un bien o un servicio determinado.”²¹

TABLA N°26

CALCULO DE LA DEMANADA

Población	170.104	70%	51201
Av. La Prensa y Vaca de Castro			
Frecuencia	Semanal	43%	

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Investigación de campo

²¹ Diccionario de economía “Condor- McWilliams” pág. 64



ANÁLISIS

Los resultados muestran que de 1070104 personas que habitan en Avenida La Prensa y Vaca de Castro el 70% prefieren mariscos de estos el 43% lo consume semanalmente, para lo cual se calcula que la demanda seria de 51201 menú.

3.03.01 Demanda Histórica

Demanda: 51201

TABLA N°27

DEMANDA HISTORICA

AÑO	%	Personas
2013	1.5	51201
2012	1.5	50,432.99
2011	1.5	49,676.50
2010	1.5	48,931.35
2009	1.5	48,197.38

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta

3.03.02 Demanda proyectada

Demanda: 51201

TABLA N°28

DEMANDA PROYECTADA

AÑO	%	Personas
2013	1.5	51201
2014	1.5	51,969.02
2015	1.5	52,748.56
2016	1.5	53,539.79
2017	1.5	54,342.89

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta



3.04 BALANCE OFERTA-DEMANDA

TABLA N° 29

BALANCE DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	51,201	14.720	36.481
2014	51,969.02	14.940.80	37.028.22
2015	52,748.56	15.164.91	37.583.65
2016	53,539.79	15.392.38	38.147.41
2017	54,342.89	15.623.27	38719.62

Elaborado: Diana Vera

Fuente: Resultados de la encuesta



CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO

“El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida área realizar la producción”.²²

El estudio técnico permite determinar la localización y los aspectos técnicos necesario para la producción de un bien o servicio, su importancia está en que nos da la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto.

²² <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>



4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

El proyecto tendrá un establecimiento con una capacidad de 100 personas tendrá como medida 15.5m de largo y 8m de ancho y contara de dos planta.

PLANTA BAJA:

En esta planta contara con un departamento de cocina para preparar la variedades de menú, esta tendrá 2m de largo y 3.5 m de ancho, también se contarán baños para damas y caballeros.

A un costado se encontrara una isla que tendrá el servicio de bar, y 12 mesas distribuidas de tal manera que den comodidad a los clientes; a otro costado se contara con servicio de caja. Por seguridad de los clientes estarán ubicados los extintores y los reflectores.

PLANTA ALTA

En la planta alta estará ubicado el departamento de gestión administrativa y una bodega.

Departamento de gerencia

Es un cargo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos.

**DETERMINACIÓN- MAQUINARIA Y EQUIPO****TABLA N° 30****MAQUINARIA Y EQUIPO**

N°	DETALLE	CANTIDAD
1	MAQUINARIA	
1.1	Cocinas Industriales	2
1.2	Congeladores	2
1.3	Refrigeradora	2
1.4	Self Service	1
2	MUEBLES Y ENSERES	
2.1	Escritorio	3
2.2	Mesas	20
2.3	Muebles Tipo U	20
2.4	Isla (Bar)	1
2.5	Ollas	8
2.6	Sartén	5
2.7	Tanques de gas	5
2.8	Válvulas Industriales	3
2.9	Mangueras Industriales	6(mt)
2.10	Equipo de limpieza	2
3	MENAJE	
3.1	Vajillas (36 piezas)	4
3.2	Utensilios de cocina(cajas)	2
3.3	Juegos de Copas (80 piezas)	2
3.4	Manteles	50
4	EQUIPOS DE OFICINA	
4.1	Reflectores Recargable	2
4.2	Caja Registradora	1
4.3	Televisores	2
4.4	Cámara De Seguridad	3
4.5	Calculadoras	1
5.	EQUIPO DE COMPUTO	
5.1	Computadoras (Escritorio)	4
5.2	Impresora	2

Elaborado: Diana Vera



TABLA N° 31

NÚMERO DE TRABAJADORES

NUMERO	CARGO	SUELDO
1	GERENTE	\$ 400,00
2	COCINERO	\$ 318,00
3	AYUDANTE	\$318,00
4	MESERO ISLA	\$ 318,00
5	MESERO	\$ 318,00
6	MESERO	\$ 318,00
7	CAJERO	\$318,00

Elaborado: Diana Vera

TABLA N° 32

LO QUE ESPERAMOS VENDER

RUBROS	Q	P.U	V.DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Ceviche de camarón	6	\$ 3.20	\$19.20	\$134.40	\$537.6	\$6,451.20
Ceviche de conchas	3	\$4.10	\$12.23	\$85.61	\$342.44	\$4,109.28
Ceviche mixto	4	\$4.10	\$16.40	\$114.80	\$459.00	\$5,508.00
Maremoto	3	\$5.00	\$15.00	\$105.00	\$420.00	\$5,040.00
Viche de Cangrejo	3	\$4.00	\$12.00	\$84.00	\$336.00	\$4,032.00
Encebollado	10	\$1.80	\$18.00	\$126.00	\$504.00	\$6,048.00
Parrillada marinera	3	\$8.00	\$24.00	\$168.00	\$672.00	\$8,064.00
Conchas asadas	5	\$5.00	\$25.00	\$175.00	\$700.00	\$8,400.00
Camarones Reventados	6	\$4.20	\$25.20	\$176.40	\$705.40	\$8,464.80
Pescado a la parrilla	4	\$3.50	\$14.00	\$98.00	\$392.00	\$4,704.00
Arroz marinero	3	\$6.00	\$18.00	\$136.00	\$544.00	\$6,528.00
Arroz de Camarón	5	\$3.50	\$17.50	\$122.50	\$490.00	\$5,880.00
Jugos Naturales	10	\$0.75	\$7.50	\$52.50	\$210.00	\$2,520.00
Colas	12	\$0.50	\$6.00	\$42.00	\$168.00	\$2,016.00
Refrescos	8	\$0.60	\$4.80	\$33.60	\$134.40	\$1,612.80
Cerveza	10	\$1.50	\$15.00	\$105.00	\$420.00	\$5,040.00
Cocteles	4	\$2.50	\$10.00	\$70.00	\$280.00	\$3,360.00
Total			259.83	1,828.81	\$7,314.84	87,778.08

Elaborado: Diana Vera

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Variable de Viabilidad

Como gerente propietaria aporte el 40% y mientras que los 4 socios aportaron 15% por lo que no hubo la necesidad de hacer préstamo bancario.

Variable de Optimización

Distribución de la planta

TABLA N 33

AREAS

PLANTA BAJA	PLANTA ALTA
• Cocina • Área de distribución- Isla • Caja • Baños	• Departamento de Gerencia • Bodega

Elaborado: Diana Vera

TABLA N° 34

GRADOS Y RAZONES DE CERCANIA

GRADOS DE CERCANIA	RAZONES DE CERCANIA
A) Absolutamente Importante E) Especialmente Importante I) Importante O) Cercanía Ordinaria U) No Importante X) Indeseable	- Por Peligro - Cercanía del Proceso - Por Higiene - Por Contaminación - Por Ruido - Por Cuestiones Administrativa

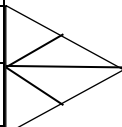
Elaborado: Diana Vera



LA YOUT

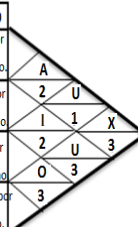
PLANTA ALTA

AREAS	TAMAÑO
Dpt. Gerencia	4 m de largo y 3.5 ancho
Bodega	2 m de largo y 2 m ancho.



PLANTA BAJA

ÁREAS	TAMAÑO
Cocina	2 m largo por 3.50m. ancho.
Area de Distribucion	9 m largo por 6.43m. ancho
Caja	2 m largo por 2.30m. ancho
Baños	2.45m largo por 1.99m. ancho.



4.01.01 CAPACIDAD INSTALADA

Desarrollo de las actividades diarias en el negocio; proceso productivo:

El proceso productivo:

TABLA N° 35

PROCESO PRODUCTIVO

Operación 1	Adquisición de Materia Prima
Operación 2	Elaboración del Producto
Operación 3	Ofrecer el producto al cliente
Operación 4	Recepción de Dinero
Operación 5	Retirar la vajilla de la mesa
Operación 6	Limpieza de la vajilla
Operación 7	Ordenar la vajilla

Elaborado: Diana Vera

4.02 LOCALIZACION

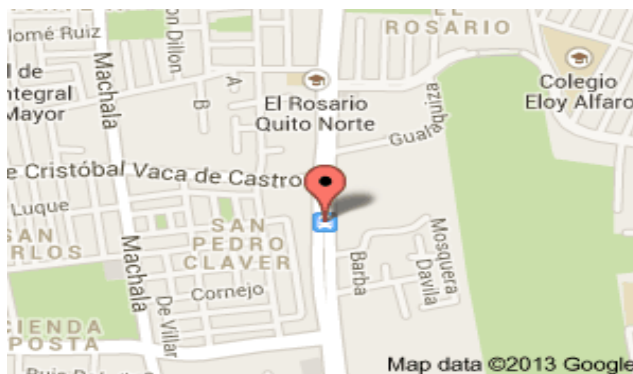
4.02.01 Macro

El negocio estará ubicado en la Provincia de Pichincha, Parroquia Concepción.



FIGURA N°21

MACROLOCALIZACIÓN



Elaborado: Diana Vera

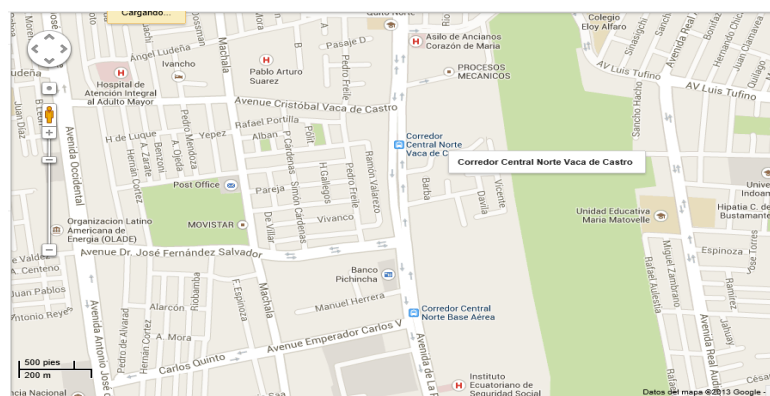
Fuente: Google-Earth

En este sector existe gran afluencia de personas, consta de facilidades bancarias, y todo esto ayuda a optimizar costos de producción.

4.02.02 Micro-localización

FIGURA N° 22

MICRO LOCALIZACIÓN



Elaborado: Diana Vera

Fuente: Google-Earth

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



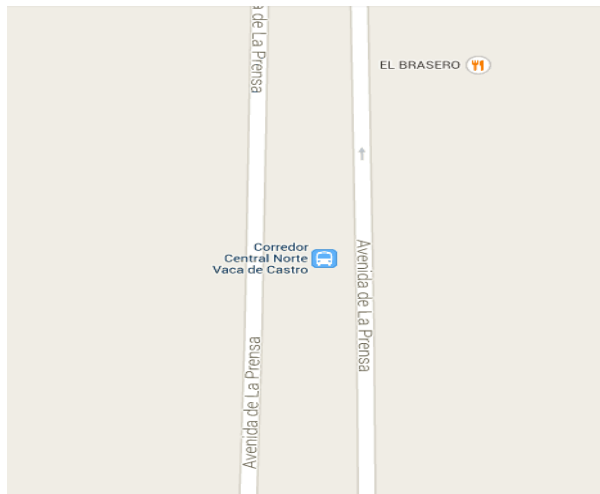
La ubicación de la empresa es en la Avenida La Prensa, siendo un lugar comercial, con un porcentaje de población siendo una ventaja para el desarrollo del proyecto

4.02. 03 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Se encuentra ubicado en la Av. La Prensa y Vaca Castro, el lugar donde será instalado el bar marisquería es muy frecuentado y cuenta con un amplio espacio físico y fácil acceso para nuestros clientes.

FIGURA N° 23

LOCALIZACIÓN OPTIMA



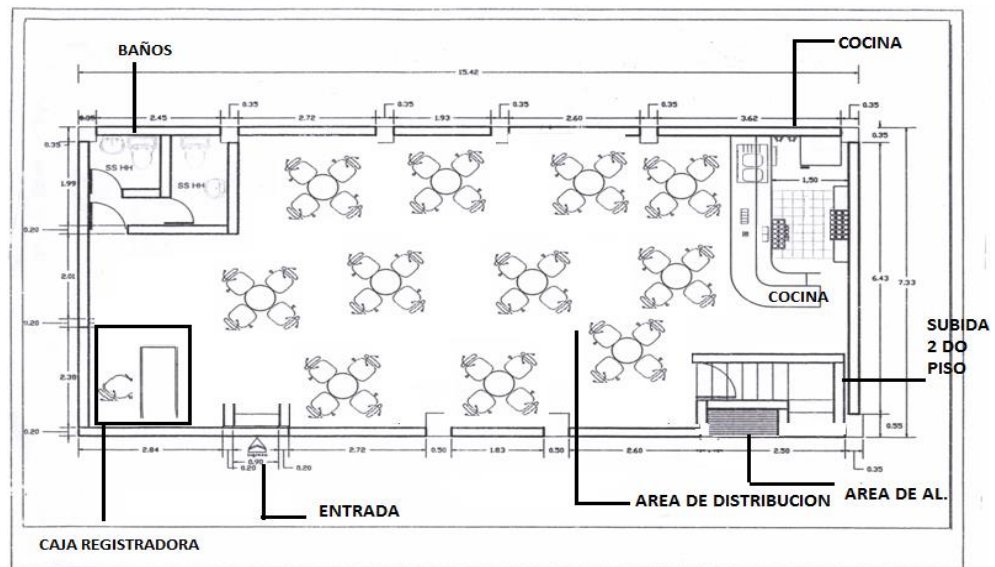
Elaborado: Diana Vera
Fuente: Google-Earth



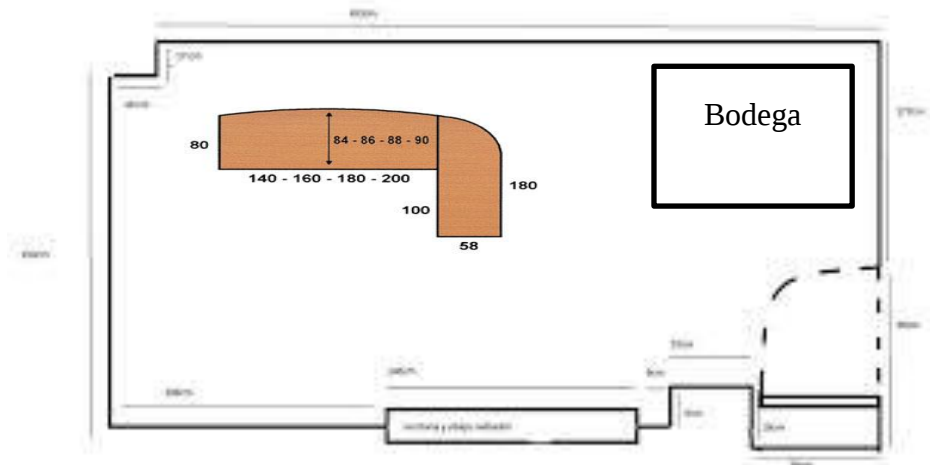
4.03 INGENIERIA DEL PROYECTO

FIGURA N° 24

INGENIERIA



Elaborado: Diana Vera



Elaborado: Diana Vera

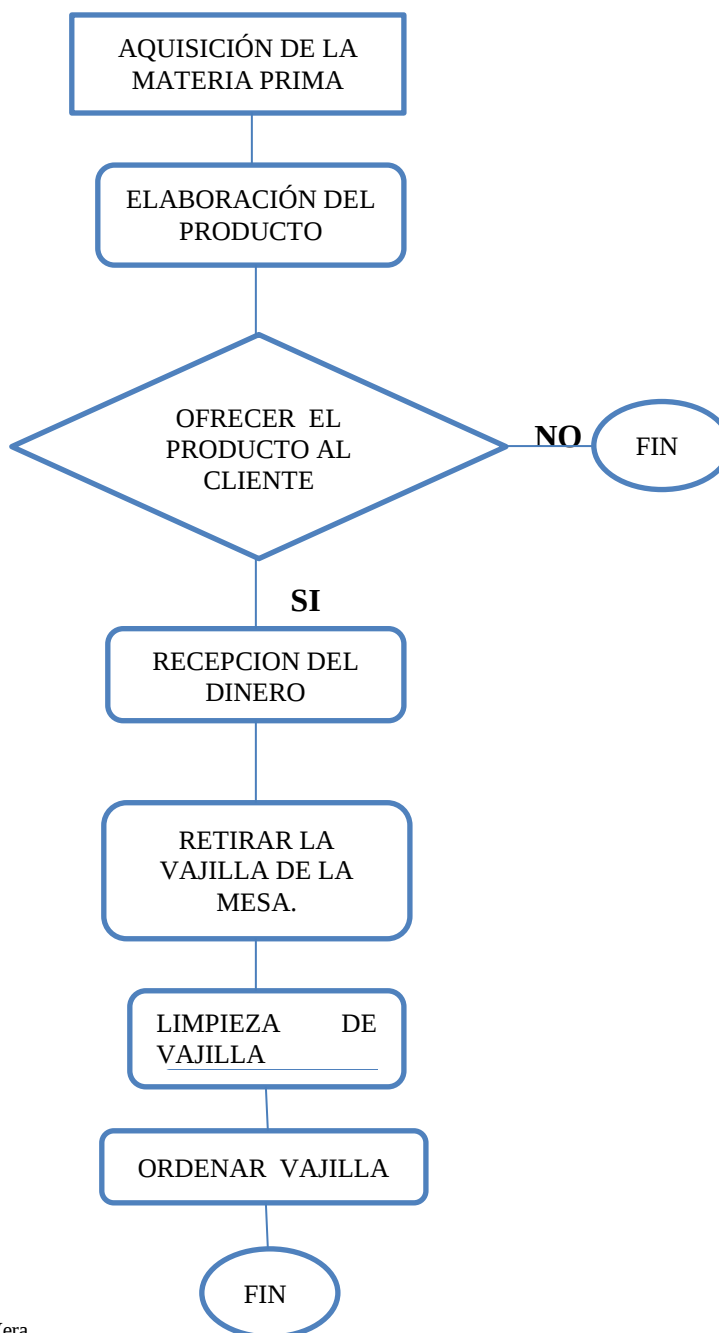
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



4.03.01 FLUJOGRAMAS DE PRODUCCION

FIGURA N° 25

FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN



Elaborado: Diana Vera

**4.03.02 DETERMINACION DE MAQUINARIA Y EQUIPOS**

TABLA N° 36

MAQUINARIAS Y EQUIPOS

DETERMINACIÓN- MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	V.U	V.T
MAQUINARIA			\$3,040.00
Cocinas Industriales	2	\$70.00	\$140.00
Congeladores	2	\$700.00	\$1,400.00
Refrigeradora	2	\$500.00	\$ 1000.00
Self Service	1	\$500.00	\$ 500.00
MUEBLES Y ENSERES			\$4,176.00
Escritorio	3	\$150.00	\$450.00
Mesas	20	\$45.00	\$900.00
Muebles Tipo U	20	\$95.00	\$1,900.00
Isla (Bar)	1	\$200.00	\$200.00
Ollas	8	\$22.00	\$176.00
Sartén	5	\$18.00	\$90.00
Tanques de gas	5	\$80.00	\$400.00
Válvulas Industriales	3	\$6.00	\$18.00
Mangueras Industriales	6(mt)	\$3.00	\$18.00
Equipo de limpieza	2	\$12.00	\$24.00
MENAJE			\$822.00
Vajillas (36 piezas)	4	\$28.00	\$112.00
Utensilios de cocina(cajas)	2	\$15.00	\$30.00
Juegos de Copas (80 piezas)	2	\$40.00	\$80.00
Manteles	50	\$12.00	\$600.00
EQUIPOS DE OFICINA			\$1,197.00
Reflectores Recargable	2	\$32.00	\$64.00
Caja Registradora	1	\$98.00	\$98.00
Televisores	2	\$450.00	\$900.00
Cámara De Seguridad	3	\$40.00	\$120.00
Calculadoras	1	\$15.00	\$15.00
EQUIPO DE COMPUTO			\$2,600.00
Computadoras (Escritorio)	4	\$550.00	\$2200.00
Impresora	2	\$200.00	\$400.00
TOTAL			\$11,835.00

Elaborado: Diana Vera



CAPITULO 5:

ESTUDIO FINANCIERO

5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

En una empresa existen dos tipos de ingresos: operacionales y no operacionales.

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa.

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.”²³

²³ <http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>



TABLA N° 37

INGRESOS DEL PROYECTO

RUBROS	Q	P.U	V.DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Ceviche de camarón	6	\$ 3.20	\$19.20	\$134.40	\$537.6	\$6,451.20
Ceviche de conchas	3	\$4.10	\$12.23	\$85.61	\$342.44	\$4,109.28
Ceviche mixto	4	\$4.10	\$16.40	\$114.80	\$459.00	\$5,508.00
Maremoto	3	\$5.00	\$15.00	\$105.00	\$420.00	\$5,040.00
Viche de Cangrejo	3	\$4.00	\$12.00	\$84.00	\$336.00	\$4,032.00
Encebollado	10	\$1.80	\$18.00	\$126.00	\$504.00	\$6,048.00
Parrillada marinera	3	\$8.00	\$24.00	\$168.00	\$672.00	\$8,064.00
Conchas asadas	5	\$5.00	\$25.00	\$175.00	\$700.00	\$8,400.00
Camarones Reventados	6	\$4.20	\$25.20	\$176.40	\$705.40	\$8,464.80
Pescado a la parrilla	4	\$3.50	\$14.00	\$98.00	\$392.00	\$4,704.00
Arroz marinero	3	\$6.00	\$18.00	\$136.00	\$544.00	\$6,528.00
Arroz de Camarón	5	\$3.50	\$17.50	\$122.50	\$490.00	\$5,880.00
Jugos Naturales	10	\$0.75	\$7.50	\$52.50	\$210.00	\$2,520.00
Colas	12	\$0.50	\$6.00	\$42.00	\$168.00	\$2,016.00
Refrescos	8	\$0.60	\$4.80	\$33.60	\$134.40	\$1,612.80
Cerveza	10	\$1.50	\$15.00	\$105.00	\$420.00	\$5,040.00
Cocteles	4	\$2.50	\$10.00	\$70.00	\$280.00	\$3,360.00
Total			259.83	1,828.81	\$7,314.84	87,778.08

Elaborado: Diana Vera

5.02 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

“Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo”²⁴

²⁴ <http://www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias>



TABLA N° 38

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

INGRESOS			\$87,778.08
OPERACIONALES	\$87,778.08		
COSTOS			\$62,420.27
COSTOS ADMINISTRATIVOS		\$8,223.27	
Suministros y Materiales	\$186.00		
Útiles de Aseo y Limpieza	\$288.00		
Agua	\$42.00		
Luz	\$69.00		
Teléfono	\$114.00		
Depreciación Muebles y Enseres	\$417.60		
Depreciación Equipos de Comp.	\$866.67		
Arriendo	\$6,240.00		
COSTOS DE PRODUCCION		\$53,729.00	
MATERIA PRIMA	\$14,241.60		
MANO DE OBRA DIRECTA	\$17,443.80		
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$21,417.60		
Depreciación Maquinaria	\$304.00		
Depreciación Menaje	\$82.20		
Agua	\$84.00		
Luz	\$114.00		
Teléfono	\$42.00		
COSTOS DE VENTAS		\$468.00	
Publicidad	\$468.00		
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.E IMPUES.			\$150,198.35
15% Participación Utilidades Empleados			\$22,529.75
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO			\$ 127,668.60
Aplicación en la tabla tributaria (35%)			\$44,684.01
UTILIDAD DEL EJERCICIO			\$ 83,020.59

Elaborado: Diana Vera

ANEXOS: (A),(B),(C),(D),(E),(F),(G),(H),(I),(J),(K),(L).

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE
UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE
MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO



En el estado de situación económica se realiza el pago de impuestos como será constituido como persona Natural se aplica la tabla tributaria 2013

TABLA N° 39

IMPUESTO A LA RENTA

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2013, PERSONAS NATURALES			
Fracción Basica	Exceso hasta	Impuesto a la Fraccion Basica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,180	0	
10,180	12,970	0	5%
12,970	16,220	140	10%
16,220	19,470	465	12%
19,470	38,930	855	15%
38,930	58,390	3,774	20%
58,390	77,870	7,666	25%
77,870	103,810	12,536	30%
103,810	En adelante	20,318	35%

Resolución: NAC-DGERCGC12-00835

Elaborado: Diana Vera
Fuente: SRI

Se puede observar el resultado financiero se aplica el 35% de la Tabla de impuesto a la renta

5.03 COSTOS

El término costo hace referencia al importe o cifra que representa un producto o servicio de acuerdo a la inversión tanto de material, de mano de



obra, de capacitación y de tiempo que se haya necesitado para desarrollarlo.²⁵

5.03.01 COSTOS DIRECTOS

“Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad”²⁶

TABLA N° 40

COSTOS DIRECTOS

COSTOS DE PRODUCCION		\$53,729.00
MATERIA PRIMA	14,241.60	
MANO DE OBRA DIRECTA	17,443.80	
MANO DE OBRA INDIRECTA	21,417.60	
Depreciación Maquinaria	304.00	
Depreciación Menaje	82.20	
Agua	84.00	
Luz	114.00	
Teléfono	42.00	

Elaborado: Diana Vera

Anexos: (A), (B), (C), (H)

5.03.02 COSTOS DE INDIRECTOS

“Está constituido por los gastos que no son identificables con una producción o servicio dado, relacionándose con éstos en forma indirecta.”²⁷

²⁵ <http://www.definicionabc.com/economia/costo.php#ixzz2if6o4ceW>

²⁶ <http://www.contabilidad.com.py/interna.php?id=73>

²⁷ <http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/090305-glosario-contabilidad.asp>



TABLA N° 41

COSTOS INDIRECTOS

COSTOS ADMINISTRATIVOS		\$8,223.27
Suministros y Materiales	\$186.00	
Útiles de Aseo y Limpieza	\$288.00	
Agua	\$42.00	
Luz	\$69.00	
Teléfono	\$114.00	
Depreciación Muebles y Enseres	\$417.60	
Depreciación Equipos de Comp.	\$866.67	
Arriendo	\$6,240.00	

Elaborado: Diana Vera

Anexos: (B), (C), (D), (E), (F)

5.03.04 COSTOS DE VENTAS

“El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio.”²⁸

TABLA N° 42

COSTO DE VENTA

COSTO DE VENTA ANUALES		\$ 468,00
Publicidad	468,00	

Elaborado: Diana Vera

Anexos: (F)

²⁸ <http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>



5.03.05 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

“Los Costos fijos representan el gasto monetario total en que se incurre aunque no se produzca nada; no varía aunque cambie la cantidad de producción – Alquiler, salarios, pagos de intereses por crédito, etc.”²⁹

“Los Costos variables representan los gastos que varían con el nivel de producción- como la materia prima, los salarios, etc.”³⁰

TABLA N° 43

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

A	COSTOS FIJOS		\$8,223.27
	Suministros y Materiales	\$186.00	
	Útiles de Aseo y Limpieza	\$288.00	
	Agua	\$42.00	
	Luz	\$69.00	
	Teléfono	\$114.00	
	Depreciación Muebles y Enseres	\$417.60	
	Depreciación Equipos de Comp.	\$866.67	
	Arriendo	\$6,240.00	
B	COSTOS VARIABLES		\$53,729.00
	MATERIA PRIMA	\$14,241.60	
	MANO DE OBRA DIRECTA	\$17,443.80	
	MANO DE OBRA INDIRECTA	\$21,417.60	
	Depreciación Maquinaria	\$304.00	
	Depreciación Menaje	\$82.20	
	Agua	\$84.00	
	Luz	\$114.00	
	Teléfono	\$42.00	
	TOTAL		\$61,952.27

Elaborado: Diana Vera

Anexos: (A), (B), (C), (D), (E), (F), (G), (H)

²⁹ Libro-Análisis de costes cap. 7. Pág. 123- www.economist.com.

³⁰ Libro-Análisis de costes cap. 7. Pág. 123- www.economist.com.



5.04 INVERSIONES

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados Factores o medios productivos.³¹

5.04.01 Activos fijos

Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, se recupera mediante el mecanismo de depreciación.³²

TABLA N° 44

INVERSION FIJA

INVERSION FIJA		\$12,535.00
MAQUINAS Y EQUIPOS	6.837.00	
MUEBLES Y ENSERES	4,176.00	
MENAJE	822.00	
INSTALACIONES	400.00	
IMPREVISTOS	300.00	

Elaborado: Diana Vera

Anexos: (I), (J), (K)

5.04.02 Activos nominales (diferidos)

“Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico.”³³

³¹ <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap4.html>

³² <http://www.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>



TABLA N° 45

INVERSIÓN DIFERIDA

INVERSION DIFERIDA		\$730.00
GASTO CONSTITUCION	250.00	
PATENTE	80,00	
GASTOS DE ESTUDIO	400.00	

Elaborado: Diana Vera

5.04.03 Capital de trabajo

“El capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios).”³⁴

TABLA N° 46

CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO		4,425.25
MATERIA PRIMA	1,186.80	
M.O.D	1,453.65	
M.O.I.	1,784.80	

Elaborado: Diana Vera

Anexos: (H)

5.04.04 Fuente de financiamiento y uso de fondos

“Es la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso.”³⁵

³³ <http://answers.yahoo.com/question/index?qid=20120223122407AAigZO9>

³⁴ <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/capitaldetrabajo/>

³⁵ <http://html.rincondelvago.com/fuentes-de-financiamiento.html>



TABLA N° 47

FUENTE DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS

NUMERO	DETALLE			FUENTES FINANCIERAS			
A	INVERSION FIJA		\$12,535.00	PROPIO	FINANCIERA	SOCIOS	PROVEEDORES
	MAQUINAS Y EQUIPOS	6,837.00		2,734.80		4,102.20	
	MUEBLES Y ENSERES	4,176.00		1,670.40		2,505.60	
	MENAJE	822.00		328.80		493.20	
	INSTALACIONES	400.00		160.00		240.00	
	IMPREVISTOS	300.00		120.00		180.00	
B	INVERSION DIFERIDA		\$730.00				
	GASTO CONSTITUCION	250.00		100.00		150.00	
	PATENTE	80.00		32.00		48.00	
	GASTOS DE ESTUDIO	400.00		160.00		240.00	
a+b	INVERSION TOTAL		\$13,265.00	5,306.00		7,959.00	
	CAPITAL DE TRABAJO		\$4,425.25				
	MATERIA PRIMA	1,186.80		474.72		712.08	
	M.O.D	1,453.65		581.46		872.19	
	M.O.I.	1,784.80		713.92		1070.88	
a+b+c	INVERSION TOTAL REQUERIDA		\$17,690.25	\$7,076.10		\$10,614.15	

Elaborado: Diana Vera

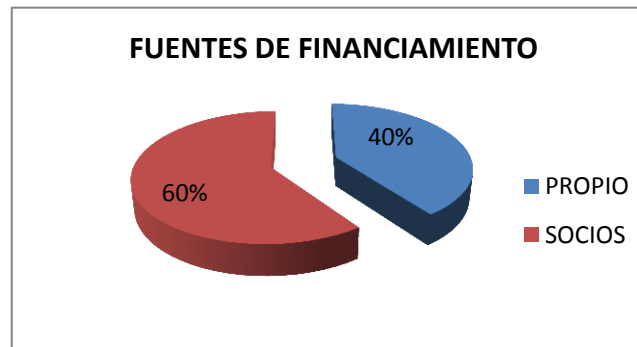
Anexos: (A), (H), (I), (J), (K)

CAPITAL PROPIO	7,076.10	40%
SOCIOS	10,614.15	60%
MONTO REQUERIDO	\$17,690.25	100,00%



FIGURA N° 26

FUENTES FINANCIAMIENTO



Elaborado: Diana Vera

5.04.05 Depreciaciones

“La depreciación, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público.”³⁶

³⁶ <http://www.depreciacion.net/concepto-definicion.html>



TABLA N° 48

DEPRECIACIONES

DETALLE	VALOR INICIAL	# AÑOS V.U	1	2	3	4	5	ACUMALADO	Valor residual
MAQUINARIA	\$3,040.00	10	\$304.00	\$304.00	\$304.00	\$304.00	\$304.00	\$1,520.00	\$1,520.00
MUEBLES Y ENSERES	\$4,176.00	10	\$417.60	\$417.60	\$417.60	\$417.60	\$417.60	\$2,088.00	\$2,088.00
EQUIPO DE OFICINA	\$1,197.00	10	\$119.70	\$119.70	\$119.70	\$119.70	\$119.70	\$598.50	\$598.50
EQUIPO DE COMPUTO	\$2,600.00	3	\$866.67	\$866.67	\$866.67			\$2,600.01	\$0.00
EQUIPO DE COMPUTO	\$900.00	3				\$300	\$300	\$600.00	\$300.00
MENAJE	\$822.00	10	\$82.20	\$82.20	\$82.20	\$82.20	\$82.20	\$411.00	\$411.00
TOTAL DEPRECIACION			\$1,790.17	\$1,790.17	\$1,790.17	\$923.50	\$923.50	\$7,817.51	\$4,917.00

Elaborado: Diana Vera

Anexo: (B)



5.04.06 Estado de situación inicial

“Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado”³⁷

TABLA N° 49

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

EMPRESA
“EL SABOR MARINERO”
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 30 DE SEPTIEMBRE DEL 2013

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE			
Capital de Trabajo	\$ 4,425.25		
FIJOS	\$12,535.00		
MAQUINAS Y EQUIPOS	6,837.00		
MUEBLES Y ENSERES	4,176.00		
MENAJE	822.00		
INSTALACIONES	400.00		
IMPREVISTOS	300.00		
DIFERIDOS	\$730.00	PATRIMONIO	
GASTO CONSTITUCION	250.00	Capital Propio	\$7,076.10
PATENTE	80.00	Capital socios	\$10,614.15
GASTOS DE ESTUDIO	400.00		
Total Activo	\$ 17,690.25	Total pasivo+ Patrimo.	\$ 17,690.25

Elaborado: Diana Vera

³⁷ <http://angelchico87.blogspot.com/2013/04/estado-de-situacion-inicial.html>



5.04.07 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

TABLA N° 50

ANALISIS

Cantidad de dinero que necesita la empresa para operar:	\$17,690.25	
Basado en cuántos empleados	Empleados	
Cuanto de materia prima	1,186.80	Mensual
Cuanto se piensa producir	7,314.84	Mensual

Elaborado: Diana Vera

5.04.07.02 PR PRONOSTICO FINANCIERO

TABLA N° 51

PRONOSTICO DE VENTA

N°	AÑO	VENTAS EN DOLARES	Tendencia crecimiento aprox.	% de población
1	2012	\$87,778.08	1,50%	
2	2013	\$89,094.75	1,50%	
3	2014	\$90.431.17	1,50%	
4	2015	\$91,787.64	1,50%	
5	2016	\$93,164.45	1,50%	

Elaborado: Diana Vera

5.04.06 Estado de resultado proyectado (a 5 años)

“Los estados financieros son documentos de resultados, que proporcionan información para la toma de decisiones en salvaguarda de los intereses de la empresa, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que pueda contener es importante.”³⁸

³⁸<http://webdelprofesor.ula.ve/economia/gsfra/Asignaturas/FormulacionyEvalProyectos/ESTADOSFINANCIEROSPROYECTADOS>



TABLA N° 52

ESTADO DE RESULTADO

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$87,778.08	\$89,094.75	\$90.431.17	\$91,787.64	93,164.45
OPERACIONALES	\$87,778.08	\$89,094.75	\$90.431.17	\$91,787.64	\$93,164.45
COSTOS	62,806.27	63,723.52	64,654.32	65,032.40	65,991.33
COSTOS ADMINISTRATIVOS	6,939.00	7,043.09	7,148.74	7,255.97	7,364.81
Depreciación Muebles y Enseres	417.60	417.60	417.60	417.60	417.60
Depreciación Equipos de Comp.	866.67	866.67	866.67	300.00	300.00
COSTOS DE PRODUCCION	\$53,729.00	\$54,534.94	\$55,352.96	56,183.25	\$57,026.00
Depreciación Maquinaria	304.00	304.00	304.00	304.00	304.00
Depreciación Menaje	82.20	82.20	82.20	82.20	82.20
COSTOS DE VENTA	468.00	475.02	482.15	489.38	496.72
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.E IMPUEST	24,971.81	25,371.23	25,776.85	26,755.24	27,173.12
15% Participación Utilidades Empleados	3,745.77	3,805.68	3,866.53	4,013.29	4,075.97
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	21,226.04	21,565.55	21,910.32	22,741.95	23,097.15
Aplicación en la tabla tributaria 35%	7,429.11	7,547.94	7,668.61	7,959.68	8,084.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	13,796.93	14,017.61	14,241.71	14,785.27	15,013.15

Elaborado: Diana Vera



5.02.08 Flujo de caja

Es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS							
N	DETALLE	INSTALACION	PRODUCCION				
		0	1	2	3	4	5
1	FUENTES	17,690.25	15,467.40	15,688.08	15,912.18	16,455.74	21,600.62
	APORTE PROPIO	7,076.10					
	APORTE DE SOCIO	10,614.15					
	Utilidad Neta		13,796.93	14,017.61	14,241.71	14,785.27	15,013.15
	Depreciación Muebles y Enseres		417.60	417.60	417.60	417.60	417.60
	Depreciación Equipos de Comp.		866.67	866.67	866.67	866.67	866.67
	Depreciación Maquinaria		304.00	304.00	304.00	304.00	304.00
	Depreciación Menaje		82.20	82.20	82.20	82.20	82.20
	Valor Residual						4,917.00
2	USOS	17,690.25	-	-	-	-	-
	Inversión Fija	12,535.00					
	Inversión Diferida	730.00					
	Capital de trabajo	4,425.25					
(1-2)	FLUJO ACTUAL	0.00	15,467.40	15,688.08	15,912.18	16,455.74	21,600.62
	FLUJO ACUMULADO	0.00	15,467.40	31,155.48	47,067.66	63,523.40	85,124.02

Elaborado: Diana Vera



5.05 CALCULO DE LA TMAR

TMAR es la tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento que se aplica para llevar a valor presente los flujos netos del periodo y el valor de salvamento al periodo final.³⁹

TABLA N° 53

EVALUACIÓN Y CÁLCULO DE LA TMAR

DETALLE	INSTALACION	PRODUCCION				
	0	1	2	3	4	5
FLUJO FINANCIERO	\$-17,690.25	15,467.40	15,688.08	15,912.18	16,455.74	21,600.62

TMR	12.70%	BANCO CENTRAL
TASA ACTIVA	8.17%	
(+) TASA PASIVA	4.53%	

Elaborado: Diana Vera

³⁹ <http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>



5.05 .01 VAN

“Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualiza dos originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada.”

$$\sum_{T=1}^1 \frac{VT}{(1 + K)^n} - i$$

TABLA N° 54

CALCULO DEL VAN

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$-17,690.25	<u>15,467.40</u> + (1+k) ⁿ	<u>15,688.08</u> + (1+k) ⁿ	<u>15,912.18</u> + (1+k) ⁿ	<u>16,455.74</u> + (1+k) ⁿ	<u>21,600.62</u> (1+k) ⁿ
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$-17,690.25	<u>15,467.40</u> + (1+ 0.127) ¹	<u>15,688.08</u> + (1+ 0.127)2	<u>15,912.18</u> + (1+ 0.127)3	<u>16,455.74</u> + (1+ 0.127)4	<u>21,600.62</u> (1+(1+0.127) ⁵
-17,690.25	13,724.40	12,353.39	111,119.62	10,201.95	11,881.53
VAN=41,590.64					

Elaborado: Diana Vera



5.05.02 TASA INTERNA DE RETORNO

“La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.”⁴⁰

TABLA N° 55

CALCULO DE LA TASA %

TASA	VAN
75%	2,314.42
85.50%	76.00
85.6%	61.42
85.87%	2.73
85.88%	0,95
85.89%	-1.40
85.90%	-2.81
86%	-37.63
90%	-748.9

Elaborado: Diana Vera

⁴⁰ <http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html>



5.05.03 CALCULO DEL TIR

TABLA N° 56
CALCULO DE LA TIR

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$-17,690.25	$\frac{15,467.40}{(1+k)^1} +$	$\frac{15,688.08}{(1+k)^2} +$	$\frac{15,912.18}{(1+k)^3} +$	$\frac{16,455.74}{(1+k)^4} +$	$\frac{21,600.62}{(1+k)^5}$
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$-17,690.25	$\frac{15,467.40}{(1+0.8588)^1} +$	$\frac{15,688.08}{(1+0.8588)^2} +$	$\frac{15,912.18}{(1+0.8588)^3} +$	$\frac{16,455.74}{(1+0.8588)^4} +$	$\frac{21,600.62}{(1+0.8588)^5}$
-17,690.25	8,321.17	4,540.56	2,477.61	1,378.43	973.43

Elaborado: Diana Vera

TIR=0.95

TASA=85.88%

5.06. PUNTO DE EQUILIBRIO

Hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no ganan dinero, pero tampoco pierden).



TABLA N° 57

CALCULO DE LA CANTIDAD (Q)

RUBROS	$Q = \frac{y}{P.V.U}$	Y
Ceviche de camarón	2,016	\$6,451.20
Ceviche de conchas	1,002.26	\$4,109.28
Ceviche mixto	1,343.41	\$5,508.00
Maremoto	1,008	\$5,040.00
Viche de Cangrejo	1,008	\$4,032.00
Encebollado	3,360	\$6,048.00
Parrillada marinera	1,008	\$8,064.00
Conchas asadas	1,600	\$8,400.00
Camarones Reventados	2,015.43	\$8,464.80
Pescado a la parrilla	1,344	\$4,704.00
Arroz marinero	1,088	\$6528.00
Arroz de Camarón	1,680	\$5,880.00
Jugos Naturales	3,360	\$2,520.00
Colas	5,040	\$2,520.00
Refrescos	2,688	\$1,612.80
Cerveza	3,360	\$5,040.00
Cocteles	1,344	\$3,360.00
Total	34,265.10	87,778.08

Elaborado: Diana Vera



TABLA N° 58

TOTAL DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

TOTAL COSTOS FIJOS	8,223.27	
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$53,729.00
COSTOS VARIABLES	39,487.4	
MATERIA PRIMA	14,241.60	

Elaborado: Diana Vera

5.06.01 PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL:

Nuestra empresa produce vario producto por la que se aplicara la siguiente formula

CFT=	COSTOS FIJOS TOTALES	8,223.27
CVT=	COSTOS VARIABLES TOTALES	\$53,729.00
VT=	VENTAS TOTALES	87,778.08

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT / VT)}$$



$$PE = \frac{8,223.27}{1 - (53,729/87,778.08)}$$

PE= 21,199.48 UNIDADES MONTARIAS

TABLA N° 59

CALCULO DEL PRECIO DE VENTA

VT	VENTAS TOTALES	
UV	UNIDADES VANDIDAS	PV

Elaborado: Diana Vera

5.06.02 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES FISICAS

$$PE = \frac{PEUM}{PV}$$

$$PE = \frac{21,199.48}{2.56}$$

PE= 8,281.05 UNIDADES FISICAS



TABLA N° 60

ANALISIS

COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	CT= (CF+CV) COSTO TOTAL	VENTAS TOTALES	UNIDADES
8,223.27	\$53,729.00	61,952.27	87,778.08	34,265.10

Elaborado: Diana Vera



5.07 RELACION COSTO BENEFICIO

TABLA 61

CALCULO RCB

DETALLE	INSTALACION	PRODUCCION				
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS	0.00	\$87,778.08	\$89,094.75	\$90,431.17	\$91,787.64	\$93,164.45

Elaborado: Diana Vera

TMAR: 12.70

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
0.00	$\frac{87,778.08}{(1+k)^1} +$	$\frac{89,094.75}{(1+k)^2} +$	$\frac{90,431.17}{(1+k)^3} +$	$\frac{91,787.64}{(1+k)^4} +$	$\frac{93,164.45}{(1+k)^5}$

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
0.00	$\frac{87,778.08}{(1+0.127)^1} +$	$\frac{89,094.75}{(1+0.127)^2} +$	$\frac{90,431.17}{(1+0.127)^3} +$	$\frac{91,787.64}{(1+0.127)^4} +$	$\frac{93,164.45}{(1+0.127)^5}$

0.00	77,886.50	70,153.35	63,194.89	56,904.92	51,245.57
------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Elaborado: Diana Vera

INGRESOS ACTUALES	319,385.23
-------------------	------------



DETALLE	INSTALACION	PRODUCCION				
	0	1	2	3	4	5
COSTOS		62,806.27	63,723.27	64,654.32	65,032.40	65,991.33

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
0,00	$\frac{62,806.27}{(1+i)^1} +$	$\frac{63,723.27}{(1+i)^2} +$	$\frac{64,654.32}{(1+i)^3} +$	$\frac{65,032.40}{(1+i)^4} +$	$\frac{65,991.33}{(1+i)^5}$

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
0,00	$\frac{62,806.27}{(1+0,127)^1} +$	$\frac{63,723.27}{(1+0,127)^2} +$	$\frac{64,654.32}{(1+0,127)^3} +$	$\frac{65,032.40}{(1+0,127)^4} +$	$\frac{65,991.33}{(1+0,127)^5}$

0,00	55,728.72	50,175.80	45,181.22	40,317.67	36,298.86
------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

COSTOS ACTUALES	227,702.27
-----------------	------------



5.07.01 RELACION COSTO BENEFICIO:

RELACION COSTO BENEFICIO = $\frac{\text{INGRESOS ACTUALES}}{\text{COSTOS ACTUALES}}$

RCB = $\frac{319,385.23}{227,702.27}$

RCB=	1,40
------	------

5.07.02 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

$\frac{100\%}{TIR} = \frac{100}{85.88} = 1.164415463$

TABLA N° 62
CALCULO PRI

1.164415463 - 1*12
1.9772985556 - 1* 30
0.977298555

1 AÑO

1 MES



INVERSION REAL: 7,076.10

TMAR: 12.70

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
0.00	$\frac{13,796.93}{(1+k)^1} +$	$\frac{14,017.61}{(1+k)^2} +$	$\frac{14,241.71}{(1+k)^3} +$	$\frac{14,785.27}{(1+k)^4} +$	$\frac{15,013.15}{(1+k)^5}$

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
0.00	$\frac{13,796.93}{(1+0.127)^1} +$	$\frac{14,017.61}{(1+0.127)^2} +$	$\frac{14,241.71}{(1+0.127)^3} +$	$\frac{14,785.27}{(1+0.127)^4} +$	$\frac{15,013.15}{(1+0.127)^5}$

0.00	12,242.17	11,037.49	9,952.28	9,166.31	8,258.06
------	-----------	-----------	----------	----------	----------



5.07.02 INTERPRETACION DE LOS COEFICIENTES

VALOR ACTUAL NETO	0
TASA INTERNA DE RETORNO	70,71551%
PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	1 AÑO, 1 MES
RELACION COSTO BENEFICIO	1,40
TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENTABILIDAD	12.70%

➤ **VALOR ACTUAL NETO**

El VAN es mayor que cero por lo tanto se acepta el proyecto.

➤ **TASA INTERNA DE RETORNO**

Se obtuvo una TIR que es mayor que la TMAR por lo tanto el proyecto es rentable.

➤ **PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL**

El tiempo de recuperación es de 1 año, 1 mes, esto quiere decir que es menor a 5 años y el proyecto es sostenible.

➤ **RELACION COSTO BENEFICIO**

Es de 1,40, quiere decir que por cada dólar invertido se gana 40 ctvs. Como es mayor a 1 quiere decir que el proyecto es viable y atractivo desde el punto de vista de la inversión.



CAPITULO 6

ANALISIS DE IMPACTOS

6.01 IMPACTO AMBIENTAL

Una actividad económica puede generar impactos positivos o negativos, por la que se debe realizar una evaluación ambiental para predecir las consecuencias ambientales.

Un impacto negativo para los restaurantes son los desechos que se provocan, para lo utilizaremos técnicas como reciclaje y el desecho de alimentos orgánicos serán ubicados en un contenedor el cual se limpiara varias veces al día por el olor que generan los mariscos los cuales serán llevados a un biogestor que puede transformar los restos en abono; además los productos que se utilizaran para la limpieza biodegradables, además todo restauran necesita iluminación para esto se emplearan focos ahorradores de electricidad.

6.02 IMPACTO ECONÓMICO

Una actividad económica genera principalmente impacto, principalmente en la naturaleza, ya de una u otra manera se la explota para proveerse de materia prima para realizar nuestras actividades económicas.



Cualquier sistema económico tiene funciones elementales de producción, distribución y consumo ocurren dentro de un mundo natural circundante.

Económicamente este sector se beneficiará con las fuentes de trabajo que permitirá crecer económicamente las personas y a la vez promoviendo la mejor funcionalidad del motor económico del sector, provincia y del país.

6.03 IMPACTO PRODUCTIVO

El impacto que genera la productividad es positivo para nuestra empresa ya que contribuye con el retorno de la inversión porque actúa directamente, generando mejoras en el clima laboral y aumentos significativos en la rentabilidad de la empresa. Por lo tanto la buena o mala gestión de personas impacta directamente en los resultados.

6.04 IMPACTO SOCIAL

Este proyecto se considera que tendrá un impacto positivo socialmente, debido a que las personas tendrán un lugar más accesible y de relajación donde se podrá compartir solo o en compañía.

Dando una nueva opción en la vida cotidiana de los moradores del sector, Adams debido a núcleo turístico que visitan nuestra ciudad se aportaran mayores beneficios para el crecimiento de la empresa que como ende beneficiara a quienes laboran a ella y al sector.



CAPITULO 7

CONCLUSIONES Y RCOMENDACIONES

7.01 CONCLUSIONES

- ❖ Se pudo determinar que el proyecto es rentable para todas aquellas personas que deseen invertir en el mismo, puesto que bajo los parámetros del presente estudio, la inversión es una rentabilidad económica aceptable, ya que el VAN es 41,590.64 mayor a 0 y la TIR es de 85.88%.
- ❖ El estudio de mercado realizado, determino que el proyecto tiene una gran aceptación por ser innovador y esto a su vez se convierte en una ventaja competitiva.
- ❖ Es viable la aplicación del presente proyecto de factibilidad para satisfacer las necesidades de las personas que tienen como preferencia comer mariscos
- ❖ Para lograr posicionarnos en el mercado e incrementar nuestras utilidades, es imprescindible la apertura de nuevos puntos de venta.



7.02 RECOMENDACIONES

- ❖ Se deberá enfocar en la innovación constante de ofertas y artículos promocionales y también de servicios, logrando que el cliente se sienta satisfecho y bien atendido.
- ❖ La publicidad debe ir enfocado principalmente aquella población insatisfecha, no por la falta de productos dentro del mercado, sino porque estos no satisfacen las expectativas de ellos como clientes.
- ❖ Analizar permanentemente los costos, para garantizar el rendimiento adecuado del dinero invertido.



8.01 BIBLIOGRAFIA

- Libro-Análisis de costes cap. 7. Pág. 123- www.economist.com.
- Real Academia de La Lengua
- Diccionario de economía “Condog- McWilliams” pág. 64
- http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=367
- http://es.wikipedia.org/wiki/Planificaci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica
- <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>
- <http://www.islascanariasrestaurante.com/islascanarias/es/islascanarias/origen-de-los-restaurantes-.html>
- <http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>
- <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-tasa-de-interes.html>
- es.mimi.hu/economia/tasa_de_desempleo.html
- <http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-3.htm>
- <http://definicion.de/poblacion/#ixzz2gOKHJE1G>
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>
- <http://www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias>
- <http://www.definicionabc.com/economia/costo.php#ixzz2if6o4ceW>
- <http://www.contabilidad.com.py/interna.php?id=73>
- <http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/090305-glosario-contabilidad.asp>
- <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap4.html>
- <http://www.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>



-
- <http://answers.yahoo.com/question/index?qid=20120223122407AAigZO9>
 - <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/capitaldetrabajo/>
 - <http://html.rincondelvago.com/fuentes-de-financiamiento.html>



ANEXOS



ANEXO (A)

Sueldos a los Empleados:

OPERARIOS - PRODUCCIÓN

NUMERO	CARGO	SUELDO	13°	14°	VACACIONES	FONDOS RESERVA	APOORTE PATRONAL	MENSUAL	ANUAL
1	Gerente	\$ 400.00	\$33.33	\$33.33	\$16.67	\$33.32	\$44.60	\$561.25	\$6,735.00
2	Cocinero	\$ 318.00	\$26.50	\$26.50	\$13.25	\$26.49	\$35.46	\$446.20	\$5,354.40
3	Ayudante	\$318.00	\$26.50	\$26.50	\$13.25	\$26.49	\$35.46	\$446.20	\$5,354.40
TOTALES		\$1,036.00	\$86.33	\$86.33	\$43.17	\$86.30	\$115.52	\$1,453.65	\$17,443.80

NUMERO	CARGO	SUELDO	13°	14°	VACACIONES	FONDOS RESERVA	APOORTE PATRONAL	MENSUAL	ANUAL
1	Mesero Isla	\$318.00	\$26.50	\$26.50	\$13.25	\$26.49	\$35.46	\$446.20	\$5,354.40
2	Mesero	\$318.00	\$26.50	\$26.50	\$13.25	\$26.49	\$35.46	\$446.20	\$5,354.40
3	Mesero	\$318.00	\$26.50	\$26.50	\$13.25	\$26.49	\$35.46	\$446.20	\$5,354.40
4	Cajero	\$318.00	\$26.50	\$26.50	\$13.25	\$26.49	\$35.46	\$446.20	\$5,354.40
TOTALES		\$1,272.00	\$106.00	\$106.00	\$53.00	\$105.96	\$141.84	\$1,784.80	\$21,417.60



GLOBAL	SUELDO	13°	14°	VACACIONES	FONDOS RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL INGRES.
TOTAL MENSUAL	\$2,308.00	\$192.33	\$192.33	\$96.17	\$192.26	\$257.36	\$3.238,45
TOTAL ANUAL	\$27,696.00	\$2,307.96	\$2,307.96	\$1,154.04	\$2,307.12	\$3,088.32	\$38,861.40

ANEXO (B)

DEPRECIACIONES:

DETALLE	VALOR INICIAL	# AÑOS V.U	1	2	3	4	5	ACUMALADO	Valor residual
MAQUINARIA	\$3,040.00	10	\$304.00	\$304.00	\$304.00	\$304.00	\$304.00	\$1,520.00	\$1,520.00
MUEBLES Y ENSERES	\$4,176.00	10	\$417.60	\$417.60	\$417.60	\$417.60	\$417.60	\$2,088.00	\$2,088.00
EQUIPO DE OFICINA	\$1,197.00	10	\$119.70	\$119.70	\$119.70	\$119.70	\$119.70	\$598.50	\$598.50
EQUIPO DE COMPUTO	\$2,600.00	3	\$866.67	\$866.67	\$866.67			\$2,600.01	\$0.00
EQUIPO DE COMPUTO	\$900.00	3				\$300	\$300	\$600.00	\$300.00
MENAJE	\$822.00	10	\$82.20	\$82.20	\$82.20	\$82.20	\$82.20	\$411.00	\$411.00
TOTAL DEPRECIACION			\$1,790.17	\$1,790.17	\$1,790.17	\$923.50	\$923.50	\$7,817.51	\$4,917.00

**ANEXO (C)**

SERVICIOS BASICOS						
	Administrativo	Producción	T.MENSUAL	Administr.	Producción	T.ANUAL
Agua	\$3.5	\$7.00	\$10,50	\$42.00	\$84.00	\$126.00
Luz	\$5.75	\$9.5	\$15.25	\$69.00	\$114.00	\$183.00
Teléf.	\$9.50	\$3.5	\$13.00	\$114.00	\$42.00	\$156.00
TOTAL	\$18.75	\$20.00	\$38.75	\$225.00	\$240.00	\$465.00

ANEXO (D)

ARRIENDOS		
	Mensual	Anual
Arriendos	\$520.00	\$6,240.00
TOTAL	\$520.00	\$6,240.00

ANEXO (E)

SUMINISTROS Y MATERIALES		
	Mensual	Anual
SUMINISTROS Y M.	\$15.5	\$186.00
TOTAL	\$15.5	\$186.00



ANEXO (F)

PUBLICIDAD			
	Cant.	V.U	Anual
BALLAS PUBLICITARIAS	4	\$22.00	\$88.00
VOLANTES	10.000	\$8.00(Pq 1000)	\$80.00
PUBLICIDAD VARIA	12	25.00	\$300.00
TOTAL		\$55.00	\$468.00

ANEXO (G)

UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA		
	Mensual	Anual
Aseo y Limpieza	\$24.00	\$288.00
TOTAL	\$24.00	\$288.00



ANEXO H

MATERIAS PRIMAS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LACTEOS		
Mantequilla	\$8.00	\$96.00
MARISCOS		
Camarón	\$270.00	\$3,240.00
Conchas	\$90.00	\$1,080.00
Pescado (Pargo Rojo)	\$180.00	\$2,160.00
Pescado (Corvina)	\$216.00	\$2,592.00
Cangrejo	\$150.00	\$1,800.00
ESPECIAS		
Canela	\$1.50	\$45.00
Aliños	\$15.00	\$180.00
Sal	\$3.50	\$42.00
Azucar	\$ 20.00	\$240.00
VERDURAS Y GRANOS		
Plátano	\$8.00	\$96.00
Maduro	\$9.00	\$108.00
Yuca	\$6.00	\$72.00
Papas	\$9.00	\$108.00
Cebolla Roja	\$ 11.00	\$132.00
Cebolla Blanca	\$12.00	\$144.00
Cebolla Perla	\$6.00	\$72.00
Tomate Riñón	\$15.00	\$180.00
Tomate de árbol	\$6.00	\$72.00
Pimiento	\$4.00	\$48.00
Hierbitas	\$2.00	\$24.00
Pepino	\$7.00	\$84.00
Col	\$3.00	\$36.00
Lechuga	\$6.00	\$72.00
Zanahoria	\$4.00	\$48.00
Maiz Tostado	\$18.00	\$216.00
Canguil	\$5.80	\$69.60
Arroz	\$40.00	\$480.00
Limon	\$20.00	\$240.00
Naranja	\$10.00	\$120.00
OTROS		
Aceite	\$20.00	\$240.00
Huevo	\$7.00	\$84.00
Arina de castilla	\$4.00	\$48.00
TOTAL	\$ 1.186.80	\$14,241.60

**ANEXO (I)**

DETERMINACIÓN- MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	V.U	V.T
MAQUINARIA			\$3,040.00
Cocinas Industriales	2	\$70.00	\$140.00
Congeladores	2	\$700.00	\$1,400.00
Refrigeradora	2	\$500.00	\$ 1000.00
Self Service	1	\$500.00	\$ 500.00
EQUIPOS DE OFICINA			\$1,197.00
Reflectores Recargable	2	\$32.00	\$64.00
Caja Registradora	1	\$98.00	\$98.00
Televisores	2	\$450.00	\$900.00
Cámara De Seguridad	3	\$40.00	\$120.00
Calculadoras	1	\$15.00	\$15.00
EQUIPO DE COMPUTO			\$2,600.00
Computadoras (Escritorio)	4	\$550.00	\$2200.00
Impresora	2	\$200.00	\$400.00
TOTAL			\$6,837.00

ANEXO (J)

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	V.U	V.T
Escritorio	3	\$150.00	\$450.00
Mesas	20	\$45.00	\$900.00
Muebles Tipo U	20	\$95.00	\$1,900.00
Isla (Bar)	1	\$200.00	\$200.00
Ollas	8	\$22.00	\$176.00
Sartén	5	\$18.00	\$90.00
Tanques de gas	5	\$80.00	\$400.00
Válvulas Industriales	3	\$6.00	\$18.00
Mangueras Industriales	6(mt)	\$3.00	\$18.00
Equipo de limpieza	2	\$12.00	\$24.00
TOTAL			\$4,176.00



ANEXO (K)

RUBROS	Q	P.U	V.DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Ceviche de camarón	6	\$ 3.20	\$19.20	\$134.40	\$537.6	\$6,451.20
Ceviche de conchas	3	\$4.10	\$12.23	\$85.61	\$342.44	\$4,109.28
Ceviche mixto	4	\$4.10	\$16.40	\$114.80	\$459.00	\$5,508.00
Maremoto	3	\$5.00	\$15.00	\$105.00	\$420.00	\$5,040.00
Viche d e Cangrejo	3	\$4.00	\$12.00	\$84.00	\$336.00	\$4,032.00
Encebollado	10	\$1.80	\$18.00	\$126.00	\$504.00	\$6,048.00
Parrillada marinera	3	\$8.00	\$24.00	\$168.00	\$672.00	\$8,064.00
Conchas asadas	5	\$5.00	\$25.00	\$175.00	\$700.00	\$8,400.00
Camarones Reventados	6	\$4.20	\$25.20	\$176.40	\$705.40	\$8,464.80
Pescado a la parrilla	4	\$3.50	\$14.00	\$98.00	\$392.00	\$4,704.00
Arroz marinero	3	\$6.00	\$18.00	\$136.00	\$544.00	\$6,528.00
Arroz de Camarón	5	\$3.50	\$17.50	\$122.50	\$490.00	\$5,880.00
Jugos Naturales	10	\$0.75	\$7.50	\$52.50	\$210.00	\$2,520.00
Colas	12	\$0.50	\$6.00	\$42.00	\$168.00	\$2,016.00
Refrescos	8	\$0.60	\$4.80	\$33.60	\$134.40	\$1,612.80
Cerveza	10	\$1.50	\$15.00	\$105.00	\$420.00	\$5,040.00
Cocteles	4	\$2.50	\$10.00	\$70.00	\$280.00	\$3,360.00
Total			259.83	1,828.81	\$7,314.84	87,778.08

ANEXO (L)

MENAJE			
DETALLE	CANTIDAD	V.U	V.T
Vajillas (36 piezas)	4	\$28.00	\$112.00
Utensilios de cocina(cajas)	2	\$15.00	\$30.00
Juegos de Copas (80 piezas)	2	\$40.00	\$80.00
Manteles	50	\$12.00	\$600.00
TOTAL			\$822.00

ANEXO (M)

CEVICHE DE CAMARON



ANEXO (N)

CEVICHE DE CONCHAS



ANEXO (P)

ARROZ DE CAMARON



ANEXO (Q)





ANEXO (R)



ANEXO (S)



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



ANEXO (T)



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION, IMPLEMENTACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN BAR-MARISQUERIA DESTINADA A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE MAR UBICADO EN LA PRENSA Y VACA DE CASTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO