



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR
POR EL TÍTULO DE:**

INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA
METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE “MARISQUERÍA D.A.E.T.”**

**AUTOR:
DIEGO ANDRÉS ERAZO TIERRA.**

**TUTORA:
Mgs. XENIA MENENDEZ GOVEA.**

GUAYAQUIL – ECUADOR.

SEPTIEMBRE – 2019



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA**

CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA
METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE “MARISQUERÍA D.A.E.T.”**

**AUTOR:
DIEGO ANDRÉS ERAZO TIERRA.**

**TUTORA:
Mgs. XENIA MENENDEZ GOVEA.**

GUAYAQUIL – ECUADOR.

SEPTIEMBRE – 2019



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Facultad de Ingeniería Química

INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

Acta de Aprobación del Trabajo de Titulación

Proyecto de Investigación


Tema:

“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE “MARISQUERÍA D.A.E.T.”

Trabajo de Investigación presentado por:


DIEGO ANDRÉS ERAZO TERRA

Aprobado en su estilo y contenido por el Tribunal de Sustentación:

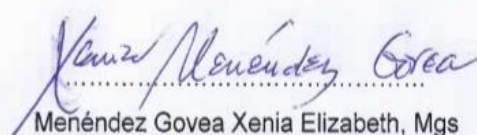

 ING. Duque Aldaz Francisco Javier, Mg
 Presidente del Tribunal


 ING. Matamoros Carriel Carlos Horacio, Mg

Tribunal Principal


 ING. Mónica Baquerizo Anastacio, Mg

Tribunal Principal


 Menéndez Govea Xenia Elizabeth, Mgs
 Director(a) del Trabajo de Investigación

Fecha finalización trabajo de titulación: (Septiembre– 2019)



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: “DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE “MARISQUERÍA D.A.E.T.”		
		TUTOR: ING. XENIA MENENDEZ GOVEA, Mg
AUTOR/ES: DIEGO ANDRÉS ERAZO TIERRA.		REVISORES:
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil		FACULTAD: Ingeniería Química
CARRERA: INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		N° DE PÁGS.:
ÁREA TEMÁTICA: EMPRENDIMIENTO		
PALABRAS CLAVES: Modelo Canvas, Diagrama de Ishikawa, Alimentación, Servicio, Costes		
RESUMEN El presente trabajo de investigación se puede evidenciar los resultados conseguidos de la investigación efectuada en la Cdla. Sauces 6, con el propósito de diseñar un modelo de negocio mediante la utilización de la metodología Canvas para un restaurante “Marisquería Parrillada D.A.E.T”, en la cual conoceremos los gustos y preferencia de los habitantes del norte de la ciudad de Guayaquil. Se estipula la situación actual del modelo de negocio mediante las herramientas de calidad como lluvia de ideas, diagrama Ishikawa, la respectiva realización de las encuestas a la población de estudio donde se realizará el emprendimiento, la cual nos permite evidenciar los resultados obtenidos en su respectiva elaboración. En el último capítulo se presenta la propuesta que se le da al problema con la información recopilada, donde se efectuó un análisis FODA, Análisis Pestel, las Cinco fuerzas de Porter y el modelo Canvas en el cual se realizaron los 9 pasos.		
N° DE REGISTRO (en base de datos):		N° DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF	SI ✓	NO
CONTACTO CON AUTORES: Diego Andrés Erazo Tierra.	Teléfono: 0996730385	E-mail: diego.erazot@ug.edu.ec
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN	Nombre:	
	Teléfono:	



V

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMA DE CALIDAD Y
EMPRENDIMIENTO

Guayaquil, 30 de agosto del 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado: **Ing. Carlos Matamoros Carriel**, tutor del trabajo de titulación "**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE "MARISQUERÍA D.A.E.T"**" certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por, **Diego Andrés Erazo Tierra** con **C.C.: 0951876473**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERIA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**, en la Facultad de **Ingeniería Química**, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Ing. Carlos Matamoros Carriel, Mgs
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. 0910600139



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMA DE CALIDAD Y
EMPREDIMIENTO**



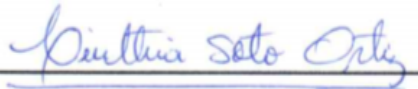
CERTIFICADO DE REVISIÓN, REDACCIÓN Y ESTRUCTURA GRAMATICAL

Yo, Cinthia Soto Ortiz, Magíster con domicilio en la ciudad de Guayaquil, por medio del presente trabajo tengo a bien certificar, que he revisado el trabajo de Titulación elaborado por: **Diego Andrés Erazo Tierra con C.C.: 0951876473**, previo a la obtención del título de tercer nivel Ingeniero en Sistemas de Calidad y Emprendimiento.

TRABAJO DE TITULACIÓN:

**“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA
METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE “MARISQUERÍA D.A.E.T”**

La tesis revisada ha sido escrita de acuerdo a las normas gramaticales y de sintaxis vigentes de la lengua española.



Lcda. Cinthia Soto Ortiz, Magíster
Gramatóloga
CI.:1309340915

Número de Registro SENESCYT: 1006-16-86073926





UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMA DE CALIDAD Y
EMPRENDIMIENTO

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrada: **Ing. Xenia Menéndez Govea, Mgs**, Tutora del trabajo de titulación certifico que el presente proyecto ha sido elaborado por **:Diego Andrés Erazo Tierra, C.C.:0951876473**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERO EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**.

Se informa que el proyecto: **"DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE "MARISQUERÍA D.A.E.T."**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio (URKUND) quedando el 1% de coincidencias.

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	TRABAJO URKUND - modificado ING. XENIA.docx (D54769580)
Submitted:	8/11/2019 12:22:00 AM
Submitted By:	emma.pazang@ug.edu.ec
Significance:	1 %

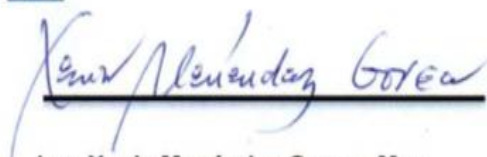
Sources included in the report:

<https://culturaemprendedora4to.blogspot.com/2016/02/para-que-sirve-el-modelo-de-negocio.html>

Instances where selected sources appear:

1

<https://secure.orkund.com/view/53313790-912374-619429#q1bKLVayijY3iNVRKs5Mz8tMy0xOzEtOVblyODMwMDQyMTAyNDU1NLIwtTQzNDSrBQA=>



Ing. Xenia Menéndez Govea, Mgs
Docente Tutora
C.I. 0921359451



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMA DE CALIDAD Y
EMPRENDIMIENTO



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Guayaquil, 02 de agosto del 2019

Sr. /Sra.
LCDO. RICARDO FERNÁNDEZ MBA
DIRECTOR DE ISCE
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envié a Ud. El informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **"DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE "MARISQUERÍA D.A.E.T."**, título **INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO** del estudiante: **Diego Andrés Erazo Tierra**, C.C.:**0951876473**, indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Ing. Xenia Menéndez Govea, Mgs

Docente Tutora

C.I. *0921359451*



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMA DE CALIDAD Y
EMPRESARIADO**

RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación son de absoluta propiedad, y responsabilidad de: **Diego Andrés Erazo Tierra**, C.C.:0951876473, cuyo título es **"DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE "MARISQUERÍA D.A.E.T."**

Derechos que renuncio a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

Diego Andrés Erazo Tierra.
C.I. No. 0951876473



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD
Y EMPRENDIMIENTO**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, **Diego Andrés Erazo Tierra** con C.I. No. **0951876473**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE “MARISQUERÍA D.A.E.T.”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad y según el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines académicos, en favor de la universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Diego Andrés Erazo Tierra.
C.I. No. **0951876473**

***CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.-** De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos **ANEXO 14** académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos Patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado principalmente a Dios, por haberme brindado salud para poder llegar hasta este momento importante en mi vida tanto en lo personal como profesional. A mis padres por todo el apoyo brindado en los tiempos difíciles que pasamos como familia haciéndome saber notoriamente sus buenos deseos, a mis hermanos por sus buenos consejos, a la Ing. Lisseth Marín por sus incontables palabras de aliento, y a todas esas personas que a lo largo de mi vida me han brindado sus buenos augurios.

DIEGO ANDRÉS ERAZO TIERRA.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a los docentes que conforman ISCE (Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento), destacando sus cualidades como la paciencia, la generosidad al entregar conocimientos durante las horas de clase, que como resultado me ha servido mucho para obtener el título de Ingeniero en Sistemas de Calidad y Emprendimiento.

Adicionalmente, expreso un agradecimiento especial a la docente Ing. Xenia Menéndez Govea, Mg., quien fue designada como mi tutora y supo brindarme un apoyo incondicional y buenos deseos, además de una excelente guía en todo el proceso de la elaboración de tesis y terminar de formar a un futuro profesional.

GRACIAS

DIEGO ANDRÉS ERAZO TIERRA.

Contenido

Acta de Aprobación del Trabajo de Titulación	iii
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR.....	v
CERTIFICADO DE REVISIÓN, REDACCIÓN Y ESTRUCTURA GRAMATICAL ..	vi
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	vii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	viii
RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR.....	ix
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS.....	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO	xii
INDICE DE TABLAS	xvii
INDICE DE FIGURA	xvii
ANEXOS	xviii
RESUMEN.....	xix
ABSTRACT	xx
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
1. El Problema	2
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.2 Diagnóstico del Problema (Causas)	2
Alimentos.....	2
Proveedores.....	3
Costo.....	3
Personal.....	3
1.1.3 Pronóstico del Problema (Consecuencias)	3
Alimentos.....	3
Proveedores.....	3
Costo.....	3
Personal.....	3
1.1.4 Control al Pronóstico del Problema (Soluciones)	4
Alimentos.....	4
Proveedores.....	4
Costo.....	4
Personal.....	4
1.4 Objetivos de la Investigación.....	5

1.4.1 Objetivo General	5
1.4.2 Objetivos Específicos	5
1.5 Justificación de la Investigación	6
1.6. Delimitación del Problema	7
1.6.1 Delimitación Espacial	8
1.6.2 Delimitación Tiempo	8
1.6.3 Delimitación Universo	8
1.7 Hipótesis o Premisas de Investigación	8
1.7.1 General	8
1.7.2 Específicas	8
1.8 Variables	9
1.8.1 Variable Dependiente	9
1.8.2 Variable Independiente	9
1.9. Operacionalización de Variables	9
1.9.1. Operacionalización Variable Dependiente	9
1.9.2. Operacionalización Variable Independiente	10
CAPÍTULO II	11
2. Marco Referencial	11
2.1. Marco Teórico	11
2.1.1 Antecedentes Históricos	11
2.1.2 Modelo de Negocio Canvas	11
2.1.3 Segmentos de Mercado	12
2.1.4 Propuesta de Valor	13
2.1.5 Canales de Distribución	13
2.1.6 Relaciones con el Cliente	14
2.1.7 Fuentes de Ingreso	15
2.1.8 Recursos Clave	16
2.1.9 Actividades Clave	17
2.1.10 Asociaciones Claves	17
2.1.11 Estructura de costes	18
2.3 Marco Conceptual	19
2.4 Marco Contextual	21
2.5 Marco Legal	21
CAPÍTULO III	25
3. Tipos y Diseño de Investigación	25
3.1 Tipos de Investigación	25
3.1.1. Investigación Descriptiva	25

3.3 Métodos y Técnica de Investigación.....	25
3.3.1 Método de Investigación.....	25
3.3.1.1 Método Deductivo:.....	25
3.3.1.2 Método Analítico:	26
3.4 Técnicas e Instrumentos de la Investigación.....	26
3.4.1 Técnicas	26
3.4.2 Instrumentos	26
3.5 Población y Muestra	27
3.5.1. Población.....	27
3.5.2. Muestra.....	27
3.5.3. Tipo de muestra	27
3.5.4. Cálculo De La Muestra.....	27
3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	28
3.6.1. Encuestas.....	28
Conclusión de la encuesta	41
Capítulo IV.....	42
4. La Propuesta.....	42
4.1. Objetivo de la propuesta	42
4.2. Diseño de un modelo de negocio mediante la utilización de la metodología Canvas para un restaurante “Marisquería D.A.E.T.”	42
4.3. Nombre de la empresa.....	43
4.3.2. Misión.....	43
4.3.3. Visión	43
4.4 FODA	46
4.5 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	46
4.5.1 Amenaza de nuevos competidores.....	47
4.5.2 Rivalidad entre competidores.....	47
4.5.3 Amenaza de productos sustitutos	47
4.5.4 Poder de negociación de los clientes	47
4.5.5 Poder de negociación de los proveedores	48
4.6 Análisis Pestel	49
4.6.1. Entorno Político:	50
4.6.2. Entorno Económico:	50
4.6.3. Entorno Social:	50
4.6.4. Entorno Tecnológico:.....	51
4.6.5. Entorno Ambiental:	51
4.6.6. Entorno Legal:	51

4.7. Modelo Canvas	52
4.7.1. Segmento de Mercado.....	52
4.7.3. Canales de distribución.....	52
4.7.4. Relaciones con el cliente	53
4.7.5. Fuentes de Ingresos	53
4.7.6. Recursos claves	53
4.7.8. Socios Claves	54
4.7.9. Estructura de costes.....	55
4.8 Estudio Financiero	55
4.8.1 Inversión Activos Fijos	55
4.8.1.2 Inversión de activos fijos.....	56
4.8.1.3 Costos variables	57
4.8.1.4 Costos Fijos	61
4.8.1.4.2 Activos diferidos.....	61
4.8.1.5 Costos Administrativos	62
4.8.2 Financiamiento de la inversión	62
4.8.3 Estimación de ingresos.....	65
4.8.3.1 Precio de venta	65
4.8.3.2 Presupuesto de Ventas	65
4.8.4 Evaluación económica y financiera	66
4.8.4.1 Estado de resultado Proyectado	66
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES	68
Bibliografía.....	69
Anexo 1. A	70
Anexo 2. B	74
Anexo 3. C.....	77
Anexo 4. D.....	78
Anexo 5.....	78
Anexo 6. F	80
Anexo 7. G.....	84
Anexo 8. H.....	95

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. MODELO DE NEGOCIO	9
TABLA 2. CONSUMO	10
TABLA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE	10
TABLA 4. FODA	46
TABLA 5. INVERSIÓN INICIAL	56
TABLA 6. MAQUINARIAS Y EQUIPO.....	56
TABLA 7. MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA.....	57
TABLA 8. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	57
TABLA 9. PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA.....	58
TABLA 10. INCREMENTO DE LA MATERIA PRIMA.....	59
TABLA 11. PRESUPUESTO DE VENTA.....	59
TABLA 12. PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS.....	60
TABLA 13. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA DEL PERSONAL.....	60
TABLA 14. PRESUPUESTO DE GASTO DE OPERACIÓN	61
TABLA 15. GASTO DE CONSTITUCIÓN	61
TABLA 16. PRESUPUESTO DEL PERSONAL	62
TABLA 17. INVERSIÓN DE CAPITAL.....	63
TABLA 18. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.....	63
TABLA 19. AMORTIZACIÓN	63
TABLA 20. PRESUPUESTO DE VENTAS.....	65
TABLA 21. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.....	66
TABLA 22. LLUVIA DE IDEAS.....	70

INDICE DE FIGURA

FIGURA 1. GÉNERO.....	29
FIGURA 2. EDAD	30
FIGURA 3. NÚMERO DE VECES QUE CONSUME ALIMENTO (MARISCOS).....	31
FIGURA 4. RAZÓN POR LA QUE PREFIERE COMER EN UN RESTAURANTE DE MARISQUERÍA ..	32
FIGURA 5. REDES SOCIALES QUE PREFIEREN	33
FIGURA 6. GASTO QUE REALIZA EN EL ESTABLECIMIENTO	34
FIGURA 7. GASTO QUE REALIZA EN EL ESTABLECIMIENTO	34
FIGURA 8.ELEMENTOS QUE LO INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DEL RESTAURANTE	35
FIGURA 9.ELEMENTOS QUE LO INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DEL RESTAURANTE	35
FIGURA 10.REGIÓN.....	36
FIGURA 11.TIPO DE SERVICIO.....	37
FIGURA 12.HORA QUE ASISTE A COMER	38
FIGURA 13.FORMAS DE PAGO	39
FIGURA 14.AMBIENTE DEL LOCAL.....	40
FIGURA 15.LOGO DE LA EMPRESA.....	43
FIGURA 16.ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	45
FIGURA 17.5 FUERZAS DE PORTER	48
FIGURA 18.DIAGRAMA ISHIKAWA.....	71
FIGURA 19. PRONÓSTICO (CONSECUENCIAS)	72
FIGURA 20. CONTROL AL PRONÓSTICO (SOLUCIONES).....	73

FIGURA 21. MODELO CANVAS	77
FIGURA 22. PARRILLADA TIERRA Y MAR	78
FIGURA 23. PASOS PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA	78
FIGURA 24. ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA	79
FIGURA 25. INSCRIBE TU COMPAÑÍA	79
FIGURA 26. INSCRIPCIÓN DEL NOMBRAMIENTO DEL REPRESENTANTE	80
FIGURA 27. INSCRIPCIÓN DEL NOMBRAMIENTO DEL REPRESENTANTE	80
FIGURA 28. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	80
FIGURA 29. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	81
FIGURA 30. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	81
FIGURA 31. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	82
FIGURA 32. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	82
FIGURA 33. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	83
FIGURA 34. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	83
FIGURA 35. INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	84
FIGURA 36. PRESUPUESTO DE VENTAS DIARIA, SEMANAL, MENSUAL, ANUAL	86
FIGURA 37. PROYECCIÓN DE VENTAS	87
FIGURA 38. MATERIA PRIMA	87
FIGURA 39. COSTO DE PRODUCCIÓN	88
FIGURA 40. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	88
FIGURA 41. GASTO DE OPERACIÓN	88
FIGURA 42. PRESUPUESTOS DE MATERIALES INDIRECTOS	89
FIGURA 43. PRESUPUESTOS DEL PERSONAL	90
FIGURA 44. PRESUPUESTOS DEL PERSONAL	90
FIGURA 45. DEPRECIACIÓN	91
FIGURA 46. ESTADO DE RESULTADO	91
FIGURA 47. INVERSIÓN DE CAPITAL	92
FIGURA 48. AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO	92
FIGURA 49. AMORTIZACIÓN	94
FIGURA 50. MODELO DE NEGOCIO CANVAS	95

ANEXOS

ANEXO 1. A	70
ANEXO 2. B	74
ANEXO 3. C	77
ANEXO 4. D	78
ANEXO 5.	78
ANEXO 6. F	80
ANEXO 7. G	84
ANEXO 8. H	95



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

**“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA
METODOLOGÍA CANVAS PARA UN RESTAURANTE “MARISQUERÍA D.A.E.T.”**

AUTOR: Diego Andrés Erazo Tierra.

TUTOR: Ing. Xenia Menéndez Govea.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se puede evidenciar los resultados conseguidos de la investigación efectuada en la Cdla. Sauces 6, con el propósito de diseñar de un modelo de negocio mediante la utilización de la metodología Canvas para el restaurante “Marisquería Parrillada D.A.E.T”, en la cual conoceremos los gustos y preferencia de los habitantes del norte de la ciudad de Guayaquil. Se estipula la situación actual del modelo de negocio mediante las herramientas de calidad como lluvia de ideas, diagrama Ishikawa, la respectiva realización de las encuestas a la población de estudio donde se realizará el emprendimiento, la cual nos permite evidenciar los resultados obtenidos en su respectiva elaboración. En el último capítulo se presenta la propuesta que se le da al problema con la información recopilada, donde se efectuó un análisis FODA, Análisis Pestel, las Cinco fuerzas de Porter y el modelo Canvas en el cual se realizaron los 9 pasos.

PALABRAS CLAVES: Modelo Canvas, Diagrama de Ishikawa, Alimentación, Servicio, Costes



**UNIVERSITY OF GUAYAQUIL
FACULTY OF CHEMICAL ENGINEERING
ENGINEERING CAREER IN QUALITY AND ENTREPRENEURSHIP SYSTEMS**

“DESIGN OF A BUSINESS MODEL THROUGH THE USE OF THE CANVAS
METHODOLOGY FOR A RESTAURANT“MARISQUERÍA D.A.E.T.”

Authors: Diego Andrés Erazo Tierra.

Tuthor: ING. Xenia Menendez Govea.

ABSTRACT

This research work can show the results of the research carried out in the Code. Sauces 6, with the purpose of designing a business model by using the Canvas methodology for a restaurant “Marisquería Parrillada D.A.E.T”, in which we will know the tastes and preferences of the inhabitants of the north of the city of Guayaquil. The current situation of the business model is stipulated through quality tools such as brainstorming, Ishikawa diagram, the respective surveys of the study population where the venture will be conducted, which allows us to show the results obtained in their respective elaboration. The last chapter presents the proposal given to the problem with the information collected, where a SWOT analysis, Pestel Analysis, Porter's Five forces and the Canvas model were carried out in which the 9 steps were carried out.

KEYWORDS: Canvas Model, Ishikawa Diagram, Food, Service, Costs

INTRODUCCIÓN.

Con el desarrollo de este presente trabajo de investigación se pretende la creación de un modelo de negocio que no solo se dedique a la elaboración de productos de mar sino también haciendo una fusión y ofrecer el servicio de parrilladas a precios accesibles para el consumidor.

Después de haber realizado un estudio de mercado de la situación actual de los negocios existentes en la zona, se detectó que estos solo están enfocados a ofertar platillos elaborados con mariscos (cangrejos) sin preocuparse en la innovación en su preparación y presentación.

Otro punto a considerar es la atención que se les ofrece a los consumidores ya que no es la adecuada; el tiempo de espera para ser atendidos es extenso lo que genera clientes se quedan insatisfechos.

En muchos de estos negocios la infraestructura del local no es la adecuada lo que genera que el cliente no sienta un ambiente acogedor para ir a disfrutar de un momento familiar y con amigos.

Este negocio estará ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil en la Ciudadela Sauces 6 en la calle Isidro Ayora.

CAPITULO I

1. El Problema

1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad los negocios ubicados en la cdla. Sauce 6 dedicados a la actividad comercial de restaurante “marisquería” no ofrecen a sus respectivos clientes un excelente servicio es decir dan una mala atención esto provoca que no se cumpla las expectativas de los consumidores.

La falta de comunicación con cada uno de sus proveedores provoca que no tengan alianzas estratégicas entre sí desfavoreciendo a ambas partes y causando aumento en los precios del producto terminado lo que al no poder laborar con normalidad refleja pérdidas económicas.

Debido a la falta de capacitación que tienen los trabajadores se puede presenciar a simple vista la incorrecta forma de manipular los alimentos al momento de ser preparados y llevados al cliente, así mismo no brindan una información oportuna acerca de los servicios que se ofrece en el establecimiento.

Los establecimientos cercanos no brindan servicio de entrega a domicilio debido a que no cuentan con el personal suficiente, el recurso necesario, o falta de innovación ya que esto les da más comodidad a sus clientes.

1.1.2 Diagnóstico del Problema (Causas)

Alimentos.

- No se contempla las leyes sanitarias estipuladas por los organismos de control.
- Al momento de ser preparado, elaborado los alimentos no se contempla su correcta manipulación.

Proveedores.

- Mala comunicación con los proveedores.
- Falta de alianzas estratégicas con los proveedores.

Costo.

- Costos elevados de materia prima.
- Costos elevados en los procesos de elaboración.

Personal.

- Poca preparación de los trabajadores acerca de la seguridad alimentaria.
- Insatisfacción de parte de los consumidores debido a un mal servicio recibido.

Servicio.

- No ofrecen servicio de entrega a domicilio
- Poca información de los servicios que se ofrecen en el establecimiento.

1.1.3 Pronóstico del Problema (Consecuencias)**Alimentos.**

- Contaminación de los alimentos.
- Provocan daño en la salud de las personas que lo consumen.

Proveedores.

- Escasez de materia prima.
- Pérdidas de ventas en el establecimiento.

Costo.

- Escasez de liquidez
- Precios altos de los platillos.

Personal.

- Negligencia del personal por falta de conocimiento
- Pérdida de los clientes.

Servicio.

- Poca captación del cliente.
- Escasa publicidad del establecimiento.

1.1.4 Control al Pronóstico del Problema (Soluciones)**Alimentos.**

- Correcta utilización de los equipos para la producción de los platillos.
- Cumplimiento de normas alimentarias para producir alimentos inocuos.

Proveedores

- Tener una comunicación directa con los proveedores.
- Llegar a un acuerdo para establecer precios en la adquisición de materia prima.

Costo.

- Reducción de costos de adquisición de la materia prima creando alianzas estratégicas con los proveedores.
- Incrementar la rentabilidad del negocio mediante la metodología CANVAS.

Personal.

- Capacitación constante sobre atención al cliente.
- Capacitación sobre normas de higiene y seguridad alimentaria.

Servicio.

- Innovación e implementación en el producto y en el servicio.
- Dar a conocer sobre los servicios que se ofrece mediante las redes sociales.

1.2 Formulación del Problema.

¿Cómo influiría la creación de un modelo negocio utilizando la metodología Canvas que ofrezca el servicio de parrillada y marisquería en el sector sauces

6?

1.3 Sistematización del Problema.

- ¿Cómo manejaría los cambios constantes de los precios en el mercado respecto a las materias prima?
- ¿Cómo mediría la aceptación de los consumidores frente a la competencia constante?
- ¿Cuáles son los factores que se deben analizar en el contexto de la organización?

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

Diseñar un modelo de negocio utilizando la Metodología Canvas para el restaurante “Marisquería Parrillada D.A.E.T.” ubicado en la cdla sauces 6 con precios accesibles al consumidor.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un plan de presupuesto para realizar una proyección de los gastos (mensual, anual) que se tendrá en el negocio de Marisquería Parrillada con el fin de que el mismo tenga liquidez al momento de que existan elevación en los precios de las materias primas.
- Realizar un estudio de mercado, aplicando la herramienta de encuesta dirigida a la población u objeto de estudio que será los habitantes de la cdla. sauces 6 permitiéndonos determinar el grado de aceptación de parte de la población encuestada.

- Establecer una estructura organizacional para el negocio, mediante el análisis de la situación interna y externa de los factores del país utilizando las herramientas, PESTEL, FODA, Análisis de Porter teniendo como finalidad crecer y ser rentables.

1.5 Justificación de la Investigación

Se realizó un modelo de negocio utilizando la metodología Canvas para un restaurante de Marisquería Parrillada ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil específicamente sauces 6, que permitirá disponer de un claro enfoque en el mercado que fomentará un adecuado posicionamiento, ideal para alcanzar las metas propuestas mediante un servicio de calidad.

La importancia de su implementación se basa en la necesidad existente de disponer un direccionamiento adecuado, el cual permita garantizar la generación de valor de las actividades, dichas actividades nos permitan atender las necesidades del cliente. De esta manera, la relevancia del estudio se establece en mejorar la identificación y posicionamiento de mercado de la Marisquería, permitiendo un reconocimiento oportuno, los mismos que se direcciona a satisfacer sus necesidades.

Para la realización de este proyecto se pusieron en marcha varias prácticas y métodos como, encuestas, entrevista, análisis de información además se utilizaron herramientas de calidad tales como:

- Diagrama de Ishikawa.
- Lluvia de ideas.

Los beneficiarios de la investigación serán los dueños y personal de la Marisquería quienes dispondrán de un modelo que oriente su gestión permitiendo el cumplimiento de metas que fomenten un crecimiento

sustentable. Son beneficiarios también los clientes, quienes tendrán acceso a un servicio eficaz mejorando su experiencia en las instalaciones.

Finalmente, es beneficiaria la sociedad que podrá disfrutar de nuestras instalaciones haciéndose de un servicio de calidad, y a su vez incentivar la productividad.

En base a lo expuesto, la presente investigación se considera justificada, principalmente por el aporte que brindara el negocio de Marisquería Parrillada a través de sus servicios a los clientes.

La iniciativa de emprender en una empresa de comida de marisco y parrillada se debe a que no hay impedimentos para su ejecución es decir no se encuentra muchas barreras de entrada y también porque no existe competencia en nuestra zona, pues si es verdad que existen empresas destinadas a la elaboración de comidas pero ninguna ofrece nuestros servicios (Marisquería Parrillada).

La realización de este proyecto se ejecuta con miras a beneficiar principalmente a los nacionales brindarles la oportunidad de satisfacer su paladar con comidas y bebidas nacionales al igual que internacionales en un ambiente diferente y único por poseer espacio al aire libre y espacio cerrado con los máximos estándares de calidad, con servicio personalizado y diferente a lo acostumbrado habitualmente.

1.6. Delimitación del Problema

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Guayas
- **Región:** Costa

- **Ciudad:** Guayaquil
- **Parroquia:** Tarqui
- **Sector:** Norte
- **Ciudadela:** Sauces 6
- **Servicio:** Alimentación

1.6.1 Delimitación Espacial

Se procedió a delimitar el emprendimiento que estará ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil específicamente sauces 6, brindando servicio de comida la actividad a desempeñar es una Marisquería Parrillada.

1.6.2 Delimitación Tiempo

Mediante estudios se obtuvo información desde el año 2015 hasta la actualidad.

1.6.3 Delimitación Universo

Se consideró como población u objeto de estudio a los moradores de la ciudadela sauces 6.

1.7 Hipótesis o Premisas de Investigación

1.7.1 General

Se observa el grado de influencia del diseño de un modelo de negocio mediante la utilización de la metodología CANVAS para un restaurante “Marisquería D.A.E.T” ofreciendo el servicio de alimentación parrillada marisquería ubicado en la cdla. Sauce 6, con el propósito de conocer su viabilidad.

1.7.2 Específicas

- Si se elabora un plan de presupuesto considerando el estudio de la estructura de costos mediante modelo CANVAS, se conocerá si existe

una rentabilidad óptima y recurso económico necesario para afrontar cualquier imprevisto en la organización.

- Si se efectúa encuesta se podrá dar a conocer el grado de aceptación que tendrá el negocio, que a su vez nos permitirá determinar si su funcionamiento es acto o no para su puesta en marcha.
- Si se analiza el contexto de la organización, se obtendrá los factores internos y externos.

1.8 Variables

1.8.1 Variable Dependiente

- Modelo de negocio

1.8.2 Variable Independiente

- Consumo
- Atención al cliente

1.9. Operacionalización de Variables

1.9.1. Operacionalización Variable Dependiente

Tabla 1. Modelo de negocio

OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE			
VARIABLE DEPENDIENTE: MODELO DE NEGOCIO			
Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que nos permitirá definir con claridad que vas a ofrecer, como lo vas hacer, de qué forma se va a generar ingresos y gastos , etc.	Estructura	Los 9 bloques del modelo de negocio Canvas	Encuesta

Elaborado por: Diego Erazo.

1.9.2. Operacionalización Variable Independiente

Tabla 2. Consumo

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE			
VARIABLE INDEPENDIENTE: CONSUMO			
Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Es la acción de utilizar y/o gastar u producto o servicio, para atender sus necesidades humanas	Adquisitivo	<p>Ventas a los clientes.</p> <p>Precios de los productos o servicio.</p> <p>Calidad del producto servicio.</p>	Reporte de ingresos.

Elaborado por: Diego Erazo.

Tabla 3. Atención al cliente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE			
VARIABLE INDEPENDIENTE: ATENCION AL CLIENTE			
Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de los clientes.	Servicio	<p>Ventas</p> <p>Satisfacción del cliente</p> <p>Retención del consumidor</p> <p>Numero de reclamos</p>	<p>Reporte de ventas</p> <p>encuestas</p>

Elaborado por: Diego Erazo.

CAPÍTULO II

2. Marco Referencial

2.1. Marco Teórico

2.1.1 Antecedentes Históricos

Las pymes (pequeñas y medianas empresas) juegan un rol de suma importancia en la economía a nivel mundial, ya que estas producen actividad de trabajo y beneficia a la economía del país donde estas se encuentren.

Muchas veces emprender no es fácil, es una tarea que como todo con lleva mucho sacrificio por parte de la persona o personas que constituyen el emprendimiento, siempre impulsados por la necesidad y está al serle esquivo dejan de buscar trabajo y se crean uno.

En la actualidad gracias a estos ya mencionados artífices de nuevas ideas es posible de contar con ciertos dispositivos que hacen nuestras vidas más sencillas, todo esto naciendo de una idea o una necesidad desatendida en un mercado, una vez más haciendo referencia a que la necesidad, la falta de trabajo hacen que el hombre si se lo propone lleve a cabo diferentes e inimaginables ideas para poder alcanzar sus sueños y su independencia financiera.

2.1.2 Modelo de Negocio Canvas

El Modelo CANVAS, se compone de 9 módulos, pasos o elementos con lo cual su única función es plantear el funcionamiento de la empresa u negocio para generar ingresos y ser sustentables a continuación te proporcionamos una descripción de cada uno de ellos, para que conozcas para que te sirven y como debes desarrollar cada uno de estos.

2.1.3 Segmentos de Mercado

(Debes segmentar los clientes, para conocer el nicho de mercado y las oportunidades de nuestro negocio. La propuesta de valor es importante, pero no más que los clientes, quienes son o deberían ser el centro de cualquier modelo, porque sin clientes no hay negocio. En la mayoría de los casos los proyectos nacen enfocados a producto y no al cliente. Estamos enamorados de nuestro invento, pero no hay nadie que quiera pagar por ello, porque no cubre ninguna necesidad ni soluciona ningún problema. Por eso, lo primero es encontrar un cliente y una propuesta de valor para ese cliente). (e myth, 2015, pág. 3)

En este segmento se trata de conocer bien tu cliente u objetivo con el fin de saber de antemano muy bien a quienes se va a dirigir, sobre todo conocer los gustos y preferencias del consumidor final, además de tener claro quiénes serán nuestros principales consumidores por ejemplo al ser una marisquería nuestro potencial cliente son individuos que les gusta la comida de mar y en muchos casos no tienen el tiempo prepararla o desean evitarse todo el trabajo que esto conlleva.

Cuando se empieza a tener más clientes se comienza a segmentarlos de acuerdo a sus gustos, ingresos, forma de pensar y edad, de allí el nombre segmentación.

2.1.4 Propuesta de Valor

“La propuesta de valor, es aquello que te hace diferente de la competencia, pero sin olvidar un pequeño detalle: aquello que te hace diferente y por lo que tu cliente está dispuesto a pagarte. Puedes tener la idea del siglo, pero si no tienes clientes, de nada sirve. Ambos la propuesta de valor y cliente se necesitan como el oxígeno para respirar”. (e myth, 2015, pág. 3)

La propuesta de valor va única y netamente al cliente por ende va dirigida hacia ellos, por lo cual tenemos que tener buena relación con los mismos a partir de lo que soy capaz de ofrecerles. A su vez le hago llegar mi oferta a través de una serie de canales de distribución.

En este segmento hace referencia básicamente a todas esas características que me hacen distinguir de los demás en relación al mercado que me rodea ya sea en:

- Agilidad
- Rapidez
- Atención
- Precio

2.1.5 Canales de Distribución

(Se pueden utilizar y combinar diferentes canales (directos e indirectos y propios y de socios). Así, un modelo podría elegir y/o combinar entre un equipo comercial propio, una tienda online, una tienda física propia o de terceros, mayorista, etc. Los canales de socios reportan menos márgenes de beneficios, pero permiten a las empresas aumentar su ámbito de actuación y aprovechar los puntos fuertes de cada uno de ellos. En los canales propios, especialmente

en los directos, los márgenes de beneficios son mayores, pero el coste de su puesta en marcha y gestión puede ser elevado. El truco consiste en encontrar el equilibrio entre los diversos tipos de canales para integrarlos de forma que el cliente disfrute de una experiencia extraordinaria y los ingresos aumenten lo máximo posible). (e myth, 2015, pág. 4)

Los canales de distribución es la forma en la cual procedemos a mantener contacto con nuestro cliente ofreciéndoles nuestra propuesta de valor y estos canales pueden ser:

- Directos
 - Venta directa
 - Ventas por internet u online
 - Tiendas propias
- Indirectas
 - Tiendas Asociadas
 - Minoristas
 - Mayoristas

A su vez estos canales cuentan con 5 fases que se las detalle a continuación: estas son (información, evaluación, compra, entrega, postventa)

2.1.6 Relaciones con el Cliente

(Las relaciones pueden ser, entre otras, personales (cara a cara, telefónicas, etc.), automatizadas (a través de tecnología como e-mail, buzones), a través de terceros (externalización de servicios), individuales (personalizadas), colectivas (a través de comunidades de usuarios). La clave aquí es cómo va a conectar la propuesta de valor con el cliente. Y eso tiene

que ver con la sensación que quieres que produzca tu marca en el cliente). (e myth, 2015, pág. 4)

Este punto es de importancia para todo negocio u organización mediante la fidelización ya que una excelente atención nos asegura que este vuelva en algunas ocasiones es posible que comunique su experiencia de servicio hacia potenciales compradores lo cual afecta positivamente al negocio la relación a través de la atención puede ser personal o automática tomando en cuenta la fidelización y captación de nuevos clientes.

2.1.7 Fuentes de Ingreso

(Determinar las fuentes económicas de nuestra idea de negocio, un aspecto fundamental si queremos tener éxito. Las fuentes de ingresos, son la consecuencia de los demás módulos, pero paradójicamente tiene que ser a priori, es decir, antes de empezar debes saber cuáles serán tus fuentes de ingresos. Eso sí, no las definitivas, porque todo negocio evolucionará y su modelo, también. Recuerda que cuanto más vendas, más ingresos tendrás, y también más gastos, pero con un beneficio que podrás reinvertir). (e myth, 2015, pág. 4)

Una vez expuesto lo anterior llega el momento de sacar números basado en nuestro producto o servicio por ejemplo para nuestra línea de trabajo que es una marisquería la fuente de ingresos provendrá de los clientes que acudan a degustar un sin número de platos hechos a base de productos de mar, esencialmente nuestro producto final de lado la atención que brindados antes y durante la venta determinará el éxito de nuestro negocio.

Debemos especificar el método de pago que podemos aceptar a cambio de nuestro producto o servicio, por lo general los pagos se cancelaran por medio de tarjeta de crédito o efectivo.

2.1.8 Recursos Clave

(Los recursos clave es el cómo vas a hacer tu propuesta de valor y con qué medios vas a contar: humanos, tecnológicos, físicos (locales, vehículos, naves, puntos de venta, etc). Del estudio y análisis de este elemento depende, en gran parte, que el negocio llegue a ser viable, no tanto porque la propuesta de valor encaje en el mercado y haya clientes dispuestos a pagar por tus productos y/ servicios sino más bien porque mayores o menores recursos requerirán de mayores o menores esfuerzos financieros, intelectuales, de acuerdos con terceros, etc). (e myth, 2015, pág. 5)

En este paso necesitaremos tomar en cuenta todos los recursos que poseemos para la puesta en marcha de nuestro negocio tanto humanos como materiales e infraestructura sin olvidarse de los financieros, todos trabajando de manera conjunta y mancomunada para sacar adelante nuestra propuesta de valor, nuestro canal de distribución y la relación que tenemos con nuestro consumidor final

Todos los recursos anteriormente mencionados son de mucha importancia para llevar a cabo la actividad económica en la cual nuestra organización se va a desempeñar.

2.1.9 Actividades Clave

“Las actividades clave darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas. Ésta es una de las piezas más complicadas de definir dentro de un modelo de negocio porque de ella depende que tengamos claro –y que así lo transmitamos al mercado– qué somos y qué queremos ser”. (e myth, 2015, pág. 5)

En este paso debemos saber y tomar en consideraciones todas las actividades clave que darán un plus a nuestra propuesta de valor, es decir desglosar todas las funciones de la organización y enfocarlas de manera positiva para que nuestro producto o servicio se posicione con respecto al mercado, por citar un ejemplo sería un servicio post venta para saber de qué forma fueron atendidos nuestros clientes y al encontrar cualquier tipo de problema resolverlo, superarlo y mejorarlo.

2.1.10 Asociaciones Claves

(Se debe tener en cuenta los socios clave con los que establecer contactos y alianzas para el negocio. En otras palabras, definir las estrategias de networking (es una forma de conocer gente nueva en un contexto de negocios o de relaciones entre profesionales) con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes). (e myth, 2015, pág. 5)

En esta sección hace hincapié en la relación con nuestros socios, proveedores de manera que se trabaje como un engrane, una buena forma es tener un proveedor clave para que el modelo de negocio funcione y sea sustentable.

Uno de los beneficios de entablar alianzas con nuestro proveedor clave es que ya habiendo negociado como nos suministrara la materia prima y a qué precio, no deberíamos preocuparnos ya que sin importar la época del año la escases de los productos siempre se podrá contar que las dejara a un precio competitivo en relación a otros suministradores.

2.1.11 Estructura de costes

(Deberás definir cómo financiarás un negocio que, al principio, no es rentable. Haz un análisis y calcula qué dinero necesitarás en el tiempo hasta que seas rentable. Puedes calcular cuánto gana de cada venta y de qué manera contribuye a cubrir parte de los costes de estructura, y las pérdidas iniciales, así como, calcula qué inversión inicial necesitarás, qué parte para cubrir las pérdidas iniciales hasta llegar al punto muerto. No olvides calcular el ciclo de venta hasta que llega el dinero a tu bolsillo, que suele ser mucho más largo de lo previsto. Hay previsiones que dicen que tendrás ventas a partir del segundo mes y, según qué mercado, puedes estar más de seis meses invirtiendo sin generar ingresos). (e myth, 2015, pág. 5)

El último segmento a tratar es la estructura de costos que es nada menos que establecer detallada y ordenadamente todos los gastos que conlleva todo el montaje de la actividad empresarial que se vaya a realizar tanto en los costos fijos y variables.

Vale recalcar que la economía de escala es de suma importancia en la propuesta de valor en la cual la organización se va a centrar con respecto al mercado, es decir reducir los costos de producción para que no afecte al producto o servicio final derivando en un precio competitivo con respecto a nuestros competidores provocando beneficio de parte de nuestros clientes así a nosotros.

2.3 Marco Conceptual

Canvas: Modelo Canvas o lienzo Canvas es una metodología que, mediante una serie de pasos, 9 para ser exactos se puede llevar a cabo toda la estructura de un negocio.

Propuesta de Valor: Es la razón por la cual los consumidores deciden comprarme a mí en lugar de a la competencia.

Canales de Distribución: Es todo medio por el cual puedo llegar al consumidor final, de esa manera puedo darme a conocer en un mercado.

Fuente de Ingresos: Es todo lo relacionado a rédito por la venta de un producto o servicio, este al venderse genera una entrada de divisas.

Alianzas Clave: Alianzas es la unión entre uno o más personas, dependiendo del caso puede haber alianzas entre instituciones u organizaciones.

Recursos Clave: Como su nombre lo indica es todo recurso tangible o intangible que posee una persona u organización para usarlo como este más lo considere correcto o necesario

Promocionar: Acción con la cual una persona u organización da a conocer un producto o servicio.

Marketing: Es el trabajo de conocer todo lo que busca nuestros clientes target o potenciales y darle la atención que se requiere mediante la satisfacción de la misma.

Consumidor: Fuente de ingreso de las empresas u organizaciones y pilar fundamental de éstas misma

Proveedor: Proveer o abastecer de determinada materia prima.

Materia Prima: Materiales para la elaboración de productos.

Servicio: Acción de suministrar de un bien intangible a determinado consumidor

Satisfacer: Acción que se puede describir como una saciar una necesidad de una persona o conjunto de estas.

Modelo: Objeto que sirve como referencia para poder ser reproducida o imitada para determinado fin.

Ingresos: Dinero por la cual una persona u organización recibe a cambio de un bien o servicio prestado.

2.4 Marco Contextual

El trabajo de investigación tiene como fin diseñar un modelo de negocio utilizando la metodología Canvas, con la finalidad de crear una empresa que se dedique a la preparación de comida brindando un servicio para las personas de la provincia del Guayas con el propósito de ofrecer variedad de comida, innovando y ofreciendo un servicio acorde a sus expectativas satisfaciendo con la calidad del producto y servicio brindado.

2.5 Marco Legal

Requisitos para constituir compañías en Ecuador

Para la constitución de una microempresa de un Emprendimiento o de una gran Empresa, los pasos pueden ser largos y complejos. Pero la gratificación la tendrás cuando ya tengas el respaldo legal para que tu Empresa pueda empezar a operar. (Lex Pro, 2019)

Estructura legal de la empresa

Si se tiene en mente el tener una empresa de tipo familiar, lo más aconsejable es crear una compañía limitada. La misma puede ser conformada por mínimo 2 socios y un máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).

Ahora si se quisiera que la empresa no tenga un límite de socios y que además tenga “capital abierto” (número ilimitado de acciones que sí se pueden cotizar en la Bolsa de Valores), Deber de ir por crear una compañía anónima.

1. Reservar un nombre

Una vez que se tenga elegido el Nombre de la Empresa se debe acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que se haya pensado para la tuya.

2. Elaborar los estatutos

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

3. Abrir una “cuenta de integración de capital”

Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

Poseer un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y un capital de \$800 para compañía anónima.

Una Carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.

2 Copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.

Después se debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

4. Elevar a escritura pública

Se debe ir a cualquier notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. Aprobar el estatuto

Se debe llevar también la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

6. Publicar en un diario

La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, el que sea del agrado propio.

7. Obtener los permisos municipales

Se debe ir al Municipio de la ciudad donde se crea la empresa, donde deberá:

Pagar la patente municipal

Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

8. Inscripción de la compañía

Con toda la documentación anterior, se debe ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

9. Realizar la Junta General de Accionistas

Se debe realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtener los documentos habilitantes

Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribir el nombramiento del representante

Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.

12. Obtener del RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

El formulario correspondiente debidamente lleno.

Original y copia de la escritura de constitución.

Original y copia de los nombramientos.

Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.

Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

13. Obtener la carta para el banco

Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías se recibirá una carta dirigida al banco donde apertura la cuenta, para que disponga del valor depositado. (Lex Pro, 2019)

Se considera a utilizar las BPM (Buenas Practicas y Manufactura)

CAPÍTULO III

3. Tipos y Diseño de Investigación.

3.1 Tipos de Investigación.

Nos permite tener un mejor enfoque en el trabajo de investigación determinando los métodos, técnicas y su respectivo análisis que van a ser utilizados debidamente para la realización del estudio.

El presente trabajo se determinó utilizar el tipo de investigación descriptiva.

3.1.1. Investigación Descriptiva

Esta investigación va enfocada a personas que les gusta comer comidas de marisquería y parrilladas. Este tipo de investigación nos permite obtener de forma explícita sobre las necesidades insatisfechas. La herramienta CANVAS nos ayuda a proporcionar un producto y servicio de alta calidad para el consumidor.

3.2 Diseño de Investigación.

El diseño de la investigación que se aplicó es cuantitativo porque está enfocada a la satisfacción de los gustos y preferencias de los clientes, se evaluará al personal por medio de encuesta para constatar cuál es el porcentaje de incumplimiento sobre la atención al cliente.

3.3 Métodos y Técnica de Investigación.

3.3.1 Método de Investigación.

3.3.1.1 Método Deductivo: porque para desarrollar el presente trabajo se realizó un estudio del entorno en que se desarrolla el negocio de una marisquería, con el fin de detectar las causas que afectan la actividad.

3.3.1.2 Método Analítico: se aplicó este método ya que una vez que se detectó el problema, analizamos cada una de las causas que lo generan, con el propósito de darle solución a la afectación encontrada.

3.4 Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Esto nos permite contar con la información necesaria y oportuna, las técnicas son los distintos medios con lo que se puede iniciar y terminar la investigación; y los instrumentos es la herramienta que se va a utilizar para poder resolver el problema de la investigación de la muestra seleccionada.

3.4.1 Técnicas

Se procedió a la elaboración encuesta para el desarrollo del proyecto de investigación

3.4.1.1 La encuesta

La encuesta nos permite recopilar datos y obtener información de personas sobre diversos temas de interés, mediante la elaboración de preguntas destinadas a un tema en específico, lo cual a población u objeto de estudios a quien van a ser realizadas estas encuesta el propósito es obtener información sobre los diferentes criterios de las personas.

3.4.2 Instrumentos

Se llevó a cabo el cuestionario para la elaboración y desarrollo del trabajo de investigación.

3.4.2.1 Cuestionario de encuestas

Esta herramienta nos permite recopilar datos y poder tabularlos, de las personas que realizaron las contestaciones de las preguntas elaboradas para el cuestionario

3.5 Población y Muestra

Se determinó a la población u objeto de estudio a los moradores de la ciudadela sauces 6, de dicha población se tendrá una muestra que nos permitirá la obtención de datos necesarios para la elaboración de la investigación.

3.5.1. Población

Se obtuvo como población para el trabajo de investigación el sector de la Cdla. Sauces 6, que cuenta con 2,000 habitantes, información obtenida según datos del INEC (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSO , 2010), por el número limitado la población será finita.

3.5.2. Muestra

La muestra para esta investigación, solo se tomó en consideración la cdla. Sauces 6.

3.5.3. Tipo de muestra

No probabilístico por conveniencia o intencional.

Esto nos indica que no fue escogido por un criterio estadístico sino por su grado de accesibilidad.

3.5.4. Cálculo De La Muestra

n: Es la muestra, total de personas a encuestar

N: Es la población

P: Probabilidad de éxito con un valor del 50%

Q: Probabilidad del fracaso con un valor del 50%

E: Margen de error aceptable con un valor del 5%

Z: Coeficiente de confianza de 1.96 para un 95%

Reemplazar

$$Z = 1.96$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

$$E = 5\% = 0.05$$

$$N = 2000$$

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

Remplazar

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 2000}{0.05^2 \times (2000 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

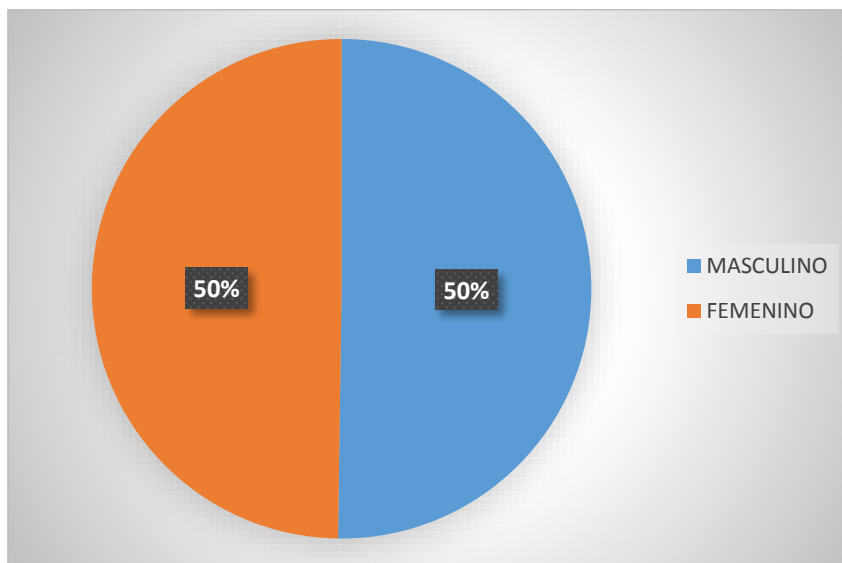
$$n = \frac{1920,8}{4,9975 + 4,09}$$

$$n = \frac{1920,8}{9,08}$$

$$n = 211$$

3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**3.6.1. Encuestas**

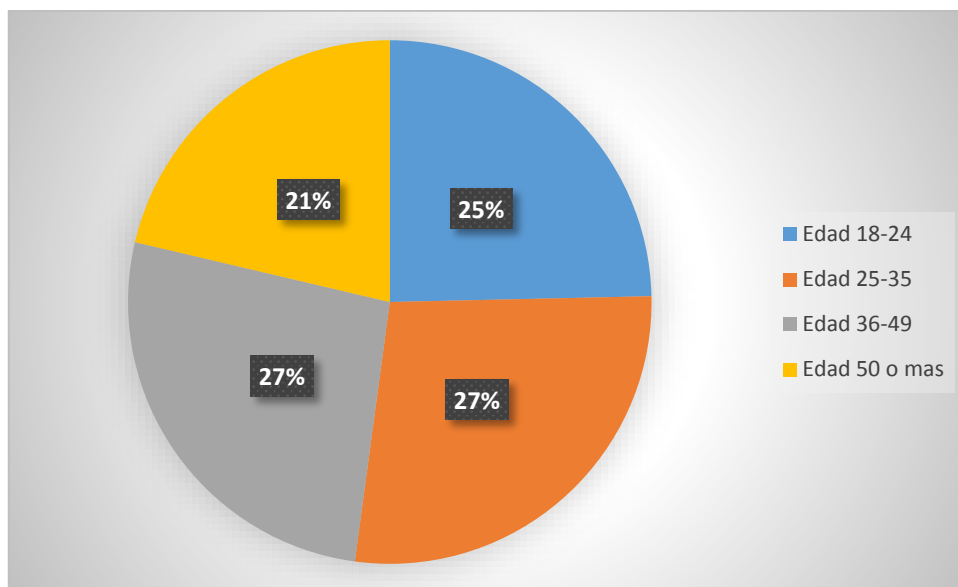
Se procedió al levantamiento de información utilizando el cuestionario de preguntas realizadas para los moradores de la ciudadela sauces 6 sean estos hombres o mujeres mayores de edad, dicho cuestionario tiene como contenido preguntas cerradas y abiertas, con la ayuda del programa excel nos facilitará la correcta tabulación.

Pregunta no. 1 ¿cuál es su género?**Figura 1. Género**

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo el 50% que representa 111 encuestados son de género masculino y el otro 50% que representa es de género femenino.

Pregunta no. 2 ¿cuál es su edad?**Figura 2. Edad**

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo que un 27% que son 58 personas de los encuestados tienen una edad comprendida entre 25 a 35 años, el 27% que son 56 personas tienen una edad entre 36 a 49 años, el 25% que son 52 personas tienen una edad entre 18 a 24 años y el 21% que son 45 personas tienen una edad entre 50 a más años.

Pregunta no 3. ¿Cuántas veces al mes estaría dispuesto consumir en un restaurante de marisquería parrillada?

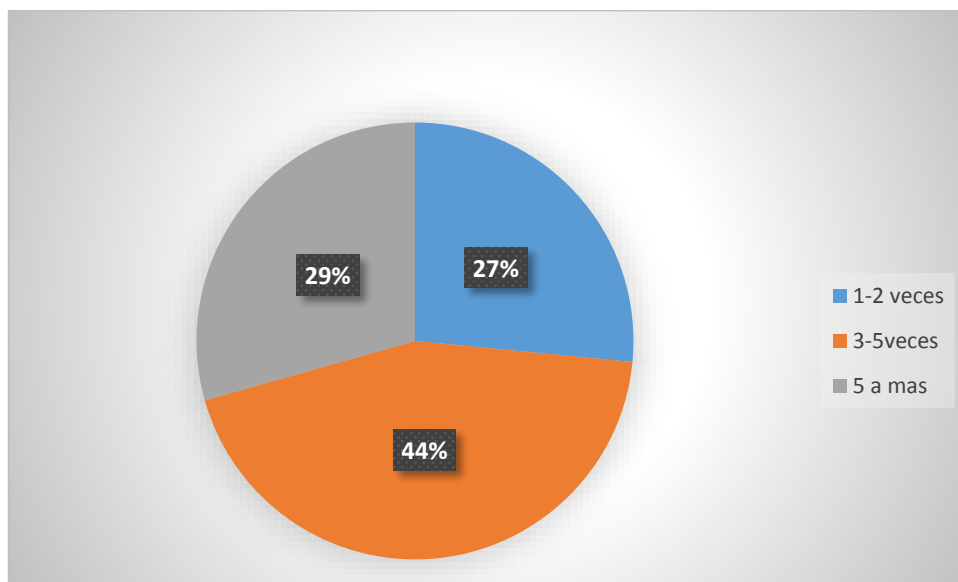


Figura 3. Número de veces que consume alimento (mariscos)

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 44% que son 93 personas de los encuestados consumen en un restaurante de marisquería entre 3 a 5 veces al mes, el 29% que son 62 personas consumen en estos establecimientos entre 5 a más veces al mes, el 27% que son 56 personas tienden a consumir alimentos en una marisquería entre 1 a 2 veces al mes.
- Lo cual nos da como conclusión que un alto número de personas consumen alimentos en una marisquería varias veces al mes.

Pregunta no 4. ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante de marisquería?

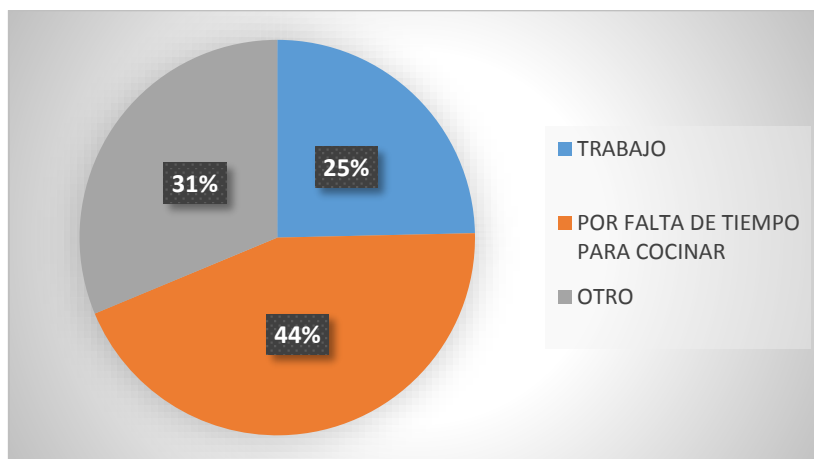


Figura 4. Razón por la que prefiere comer en un restaurante de marisquería

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 44% que son 93 personas de los encuestados prefieren comer en un restaurante de marisquería por la falta de tiempo para cocinar ya que se sabe que la preparación de estos alimentos son tediosas, el 31% que son 66 personas consumen en estos establecimientos por diversos motivos como pasar entre amigos, pasar en familia, porque quieren degustar de los platos, no saben su preparación, etc. El 25% que son 52 personas tienden a consumir alimentos en una marisquería por motivo de trabajo.

PREGUNTA No 5. ¿Qué redes sociales prefiere usar? Puede escoger más de 1 opción

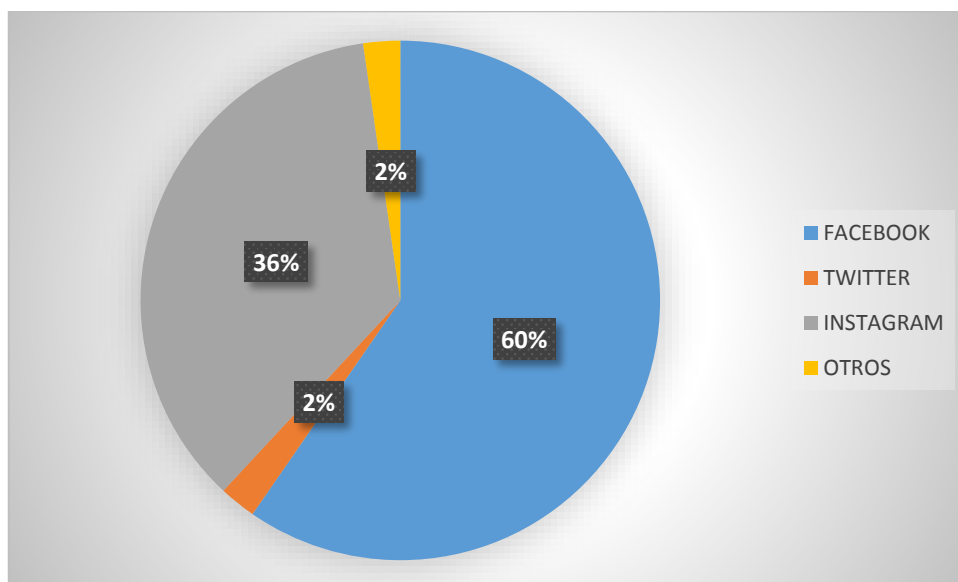


Figura 5. Redes sociales que prefieren

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 60% que son 130 personas de los encuestados prefieren utilizar la red social del FACEBOOK, el 36% que son 78 personas encuestadas utilizan como red social el INSTAGRAM, el 2% que son 5 personas tienden a usar el TWITTER y el último 2% son 5 personas de los encuestados utilizan otra red social.
- Esto nos permite saber de la población que red social más utiliza para poder ver publicidad de nuestra empresa y como darnos a conocer.

Pregunta no 6. ¿A cuánto asciende los gastos que realiza en estos establecimientos?

Figura 6. Gasto que realiza en el establecimiento

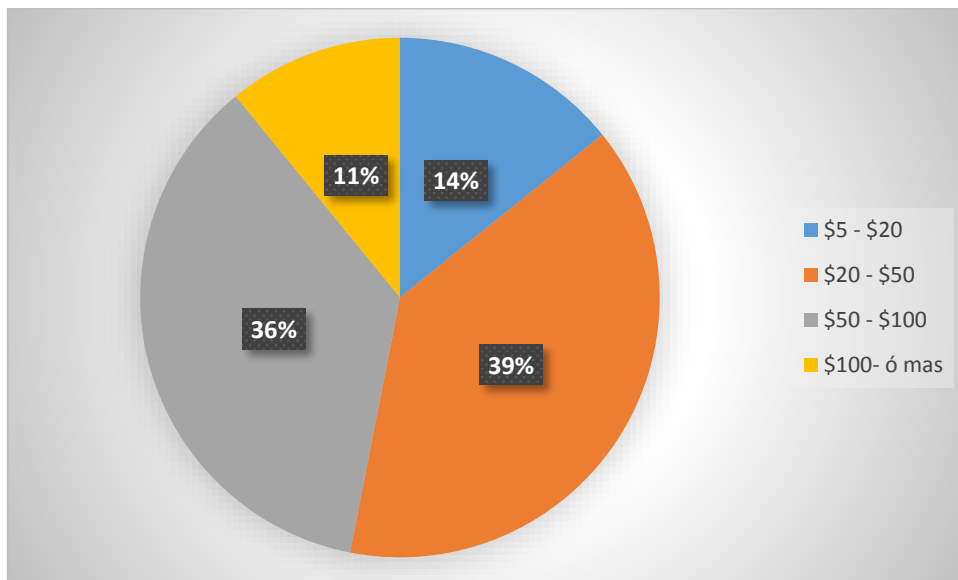


Figura 7. Gasto que realiza en el establecimiento

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 39% que son 82 personas de los encuestados gastan en consumo \$20 a \$50 en una marisquería, el 36% que son 76 personas su consumo en un establecimiento como lo es la marisquería es de \$50 a \$ 100, el 14% que son 30 personas tienden a gastar ente \$5 a \$ 20 en alimento 11% son el 23 personas de los encuestados consumen más de \$100.
- Se observa que las personas consumen una cantidad de dinero considerable que beneficia al establecimiento.

Pregunta n. 7. ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante? Puede escoger hasta 2 opciones.

Figura 8.Elementos que lo Influyen en la Elección del Restaurante

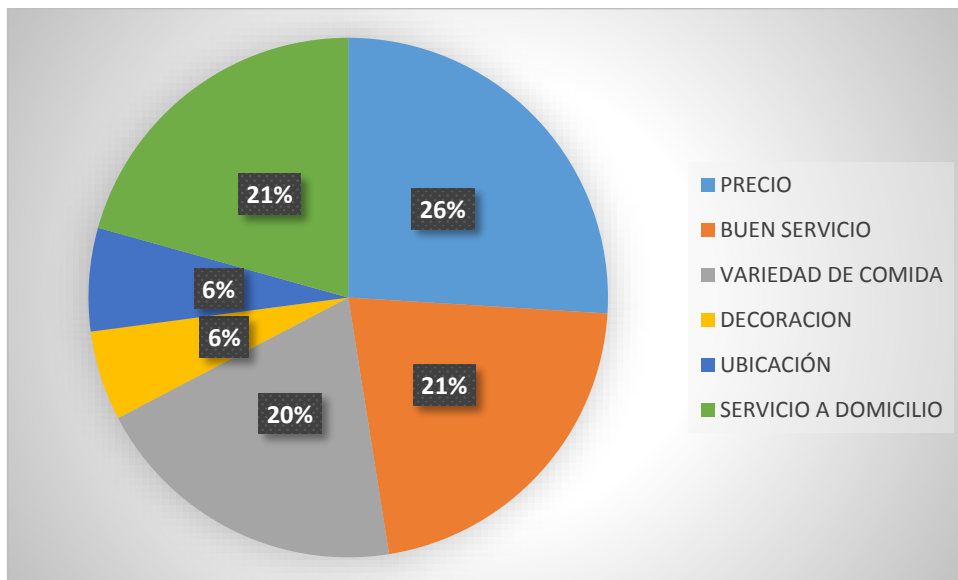


Figura 9.Elementos que lo Influyen en la Elección del Restaurante

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 26% que son 93 personas de los encuestados quienes se fijan en el precio, el 21% que son 77 personas se percatan más del buen servicio, el otro 21% que son 74 personas tienden a fijarse en el servicio a domicilio, 20% son el 71 personas de los encuestados observan la variedad de la comida que ofrecen, 6% son 23 personas en la ubicación. El 6% son 20 personas en la decoración.

Pregunta no 8. ¿Tiene preferencia por las comidas de alguna región en especial?

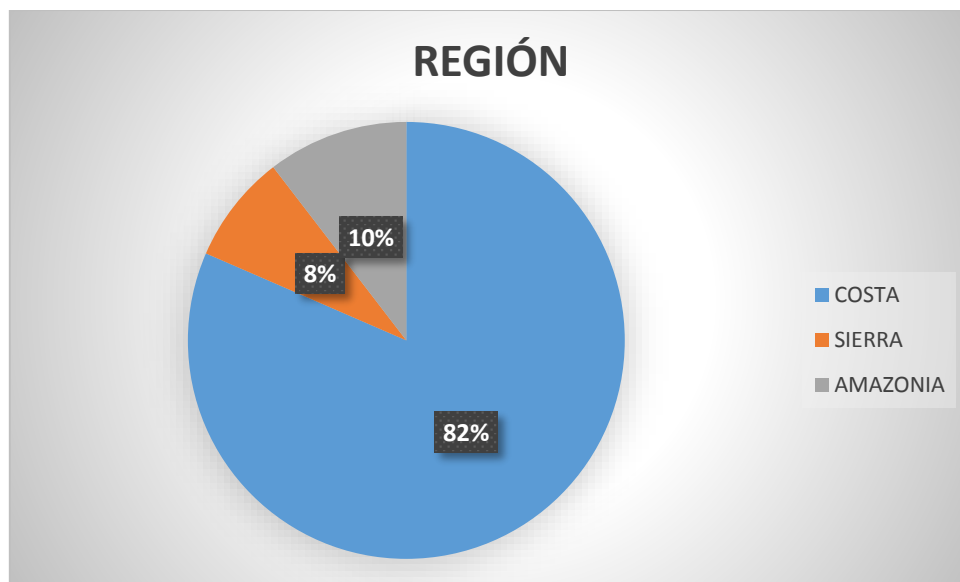


Figura 10.Región

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 82% que son 172 personas de los encuestados quienes les gusta más la comida de la costa, el 10% que son 17 personas les llama la atención la comida de la Amazonía, el otro 8% que son 22 personas tienden a sentir más gusto por la comida de la sierra.

Pregunta no 9. ¿Al momento de consumir en un restaurante usted prefiere que el servicio que se ofrezca sea? (Puede escoger hasta dos opciones)

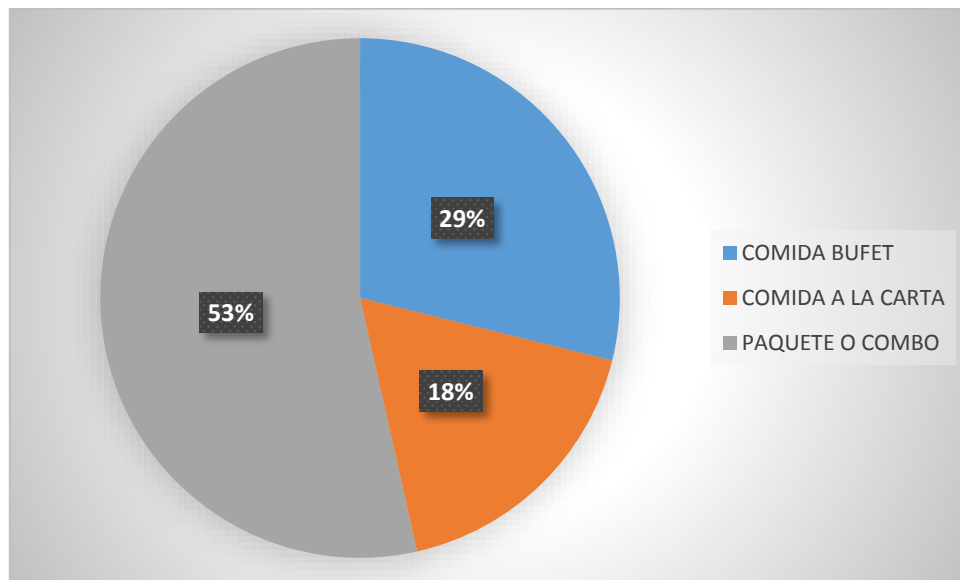
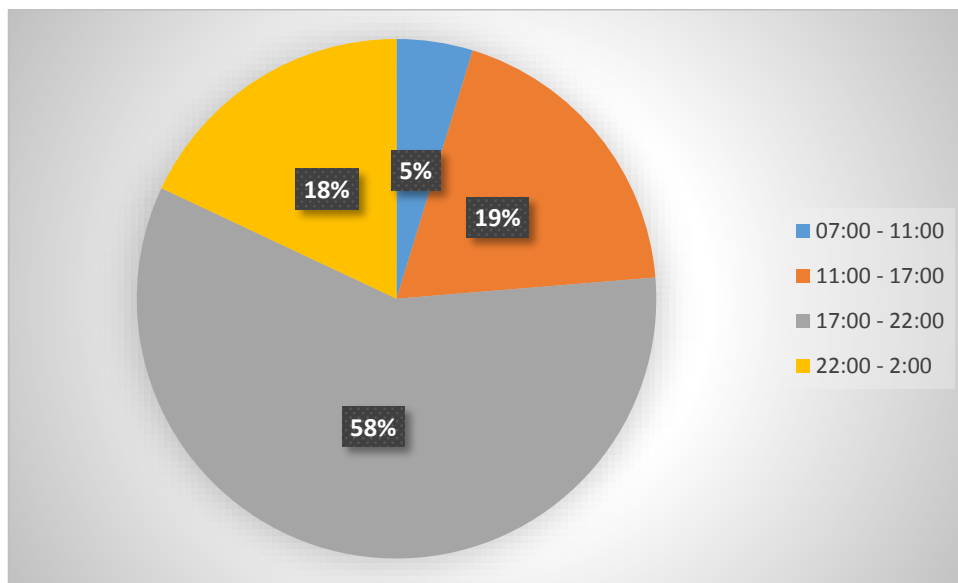


Figura 11. Tipo de Servicio

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 53% prefieren que se ofrezca la comida en combos, el 29% ven más llamativo la comida buffet, el otro 18% tienden por comida a la carta.
- Se considera que prefieren las personas la opción de comida en combo debido a los precios.

Pregunta no 10. ¿Cuál es su hora de preferencia para asistir a comer?**Figura 12. Hora que asiste a Comer**

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 58% que son 123 personas de los encuestados quienes prefieren asistir de 17:00 a 22:00 salir a comer. El 19% que son 40 personas consideran comer de 11:00 a 17:00. El otro 18% que son 38 personas tienden salir de 22:00 a 2:00. El 5% que son 10 personas de los encuestados prefieren salir de 07:00 a 11:00.

Pregunta no 11. ¿Cómo considera la forma de pago en el establecimiento?

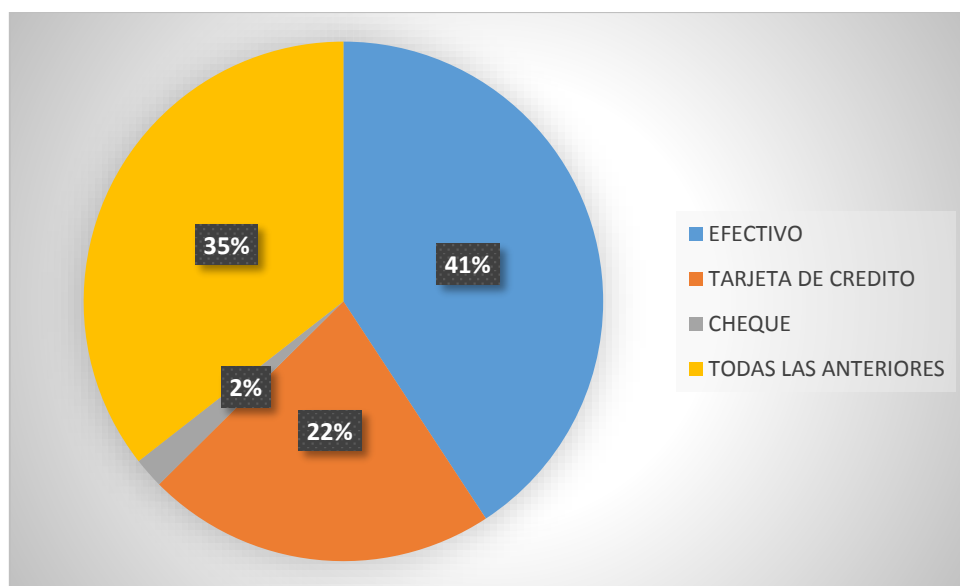


Figura 13. Formas de Pago

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 41% que son 86 personas de los encuestados quienes prefieren efectuar su cancelación mediante el efectivo, el 35% que son 75 personas consideran que debería ser todos los medio de pagos presentados, el otro 22% que son 46 personas tienden a realizar sus pagos solo con tarjeta de crédito, 2% son 4 personas consideran que sea mediante cheques.

Pregunta no 12. ¿Cómo le gustaría que sea el ambiente del restaurante?

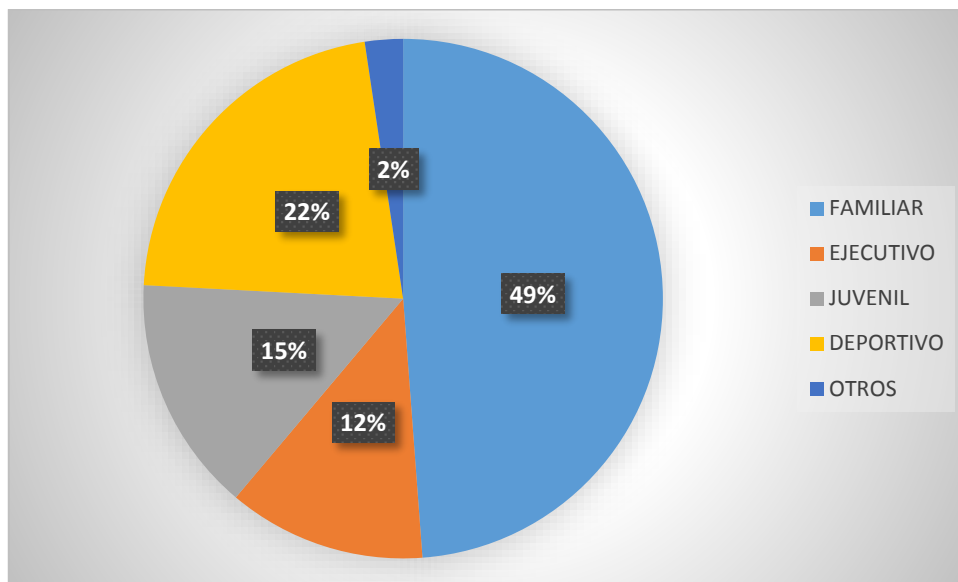


Figura 14. Ambiente del Local

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Análisis

- Mediante la correspondiente tabulación se obtuvo un 49% que son 103 personas de los encuestados quienes consideran el ambiente sea familiar. El 22% que son 46 personas prefieren el ambiente que sea deportivo. El otro 15% que son 31 personas tienden porque el ambiente sea juvenil. El 12% son el 26 personas de los encuestados les llama la atención que sea ejecutivo. El 2% son 5 personas quienes quisieran otro tipo de ambiente.

Conclusión de la encuesta

La realización de la encuesta nos permitió determinar la aceptación que obtendrá el negocio de “Marisquería Parrillada D.A.E.T” ubicado en la cdla. Sauces 6, siendo este considerado prometedor para la clientela del sector, tomando como referencia la pregunta 3 de la encuesta realizada el 44% de los encuestados consume en estos establecimientos entre 3 y 5 veces a las semana siendo este beneficioso para el establecimiento.

Otra referencia que se considero fue la pregunta 6 de la encuesta realizada a moradores del sector donde se obtuvo un 39% que los gastos que asciende en consumo de parte de los clientes son de \$20 a \$50 siendo esto bueno económicamente para el negocio.

Capítulo IV

4. La Propuesta

4.1. Objetivo de la propuesta

Este capítulo nos permitirá detallar el funcionamiento respecto a darle un valor agregado al negocio que nos estamos enfocando que en este caso es una marisquería parrillada brindándoles a sus respectivos clientes una atención adecuada satisfaciendo sus necesidades. Esto es llevando a cabo mediante el modelo de negocio Canvas. Examinar los aspectos internos y externos del negocio que nos beneficiaría y afectaría su puesta en marcha considerando los posibles riesgos que se lleguen a presentar.

4.2. Diseño de un modelo de negocio mediante la utilización de la metodología Canvas para un restaurante “Marisquería D.A.E.T.”

Se propone diseñar una empresa que ofrezca a sus clientes un servicio de comida que en este caso es una marisquería parrillada esto quiere decir hacer una fusión de comidas de mar y tierra. El presente trabajo de Investigación tuvo lugar en la ciudadela sauces 6 en la cual se pudo observar la carencia de este servicio inmediatamente se vio una oportunidad de elaborar y poner en marcha el negocio teniendo como finalidad satisfacer las necesidades de los clientes.

4.3. Nombre de la empresa

RESTAURANTE “MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T”

4.3.1. Logo De La Empresa



Figura 15. Logo de la Empresa

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.3.2. Misión

Ofrecer al cliente un producto y servicio de calidad llegando a satisfacer sus expectativas abriéndose camino en el mercado permitiendo ser reconocido a nivel nacional por la calidad y variedad de la elaboración de sus platos.

4.3.3. Visión

Lograr expandirse a nivel nacional permitiendo posesionarse en el mercado satisfaciendo las expectativas de los consumidores mediante la innovación.

4.3.4. Valores

4.3.4.1 Creatividad y Tradición

Actualmente se tiene como tradición la preparación y el consumo de los mariscos y parrilladas por lo cual esto se respeta ya que partiendo de esta misma tradición nos da pie para seguir, una propuesta de innovación mediante

nuestra creatividad hacia nuevos platos, o hacer nuevas versiones de los platos ofrecidos ya existentes.

4.3.4.2 Amabilidad y Cortesía

El equipo de trabajo se encarga de brindar un servicio educado y profesional para la distinta clase de clientes sin importar su clase social. Cabe recalcar que este trato también incluye al equipo de trabajadores, proveedores y personas externas del establecimiento. Se encuentran siempre atentos en todo momento y ver en que se sientan cómodos permitiéndonos anticipar lo que ellos puedan necesitar.

4.3.4.3 Humildad y Agradecimiento

Con humildad sabremos reconocer cualquier tipo de error cometido por el equipo de trabajo y saber actuar oportunamente ya que esto nos permite mejorar y tenemos la voluntad para lograrlo. Tenemos agradecimiento de parte de nuestros clientes ya que gracias a ellos el nuestro trabajo tiene sentido y por la confianza que estos depositan en nosotros.

4.3.4.4 Compromiso

Tenemos compromiso con nuestros clientes brindándoles un servicio óptimo y acorde a sus necesidades preservando su salud como priorización nuestra, también nos comprometemos a cuidar el medio ambiente.

4.3.5 Estructura Organizacional

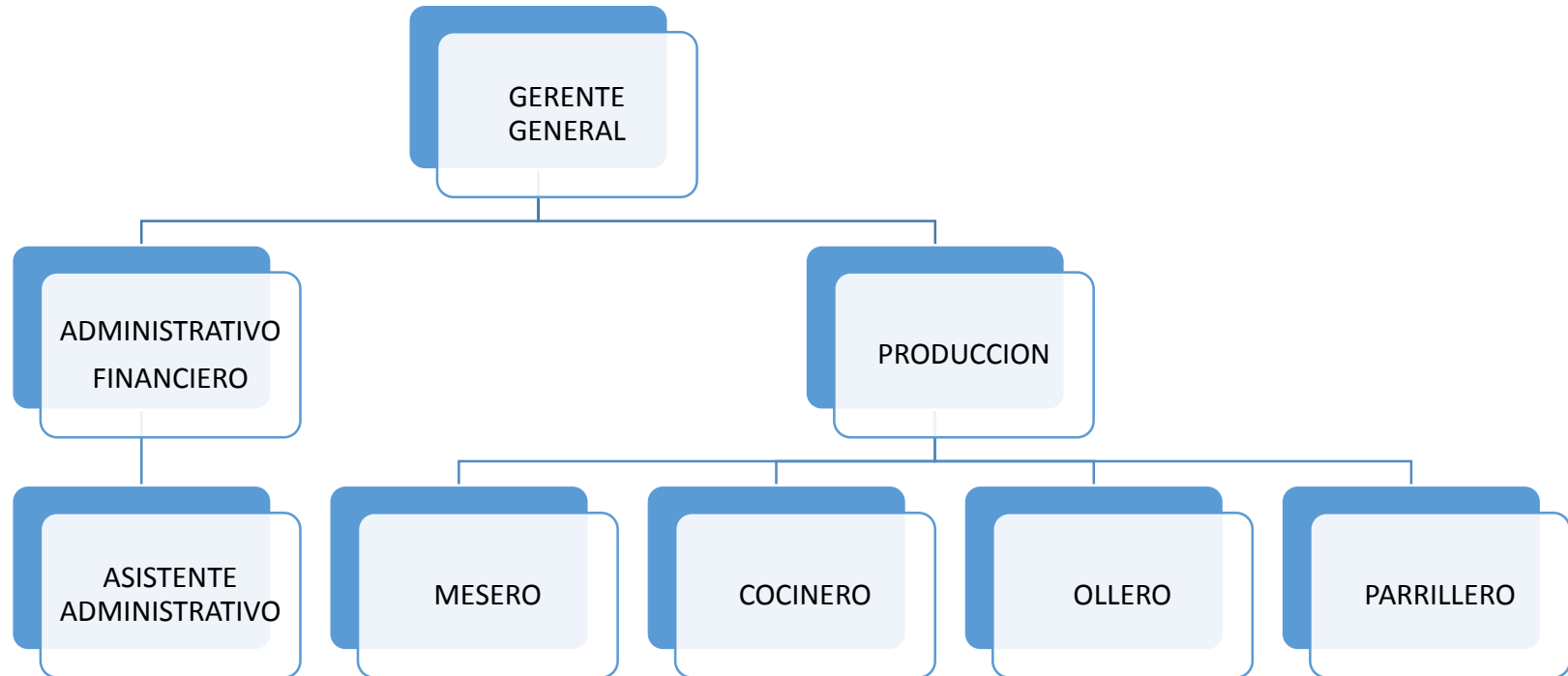


Figura 16. Organigrama de la Empresa

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.4 FODA

TABLA 4. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Aprobación de parte de la clientela. Mejor Servicio.	Mayores ingresos. Beneficiarse del crecimiento del Mercado.
Tiene una ventaja competitiva, con respecto a precios.	El aprendizaje de nuevas técnicas innovadoras en la preparación de alimentos.
Recursos de calidad.	Mayor participación y competitividad en el mercado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Escasez de los recursos como la MP. Mala distribución del personal.	La competencia se intensifica. Cambios constantes de gustos y preferencias del consumidor.
La ubicación de nuestro local con una alta competencia	Alto número de competidores importantes con nombre posicionado en el mercado.
Mala comunicación con nuestros proveedores.	Altos costos de producción.

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.5 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

“Michael Eugene Porter, uno de los mejores economistas de todos los tiempos, su fuerte son los temas de economía y gerencia. Él nació en Norteamérica en 1947 y es el creador de las 5 fuerzas de Porter”. (Riquelme Leiva, Matias, 2015)

El análisis de las 5 fuerzas de Porter investiga si es rentable crear una empresa en la industria o sector que estamos analizando. Cada una de las

fuerzas es un factor que influye en la capacidad de obtener beneficios. (Alfonso Peira Ucha, 2019)

4.5.1 Amenaza de nuevos competidores

Existe la posibilidad de que entre nuevos competidores al mercado de alimentación de marisquería ya que es un nicho bastante explotado, pero no todos se logran posesionar y tener una estabilidad económica debido a los altos costo que este negocio demanda para su puesta en marcha y así mismo sus clientes son demasiado exigentes.

4.5.2 Rivalidad entre competidores

En la actualidad la ciudadela sauces 6 existen muchos negocios dedicados a la actividad que realizaremos de la marisquería pero se brindara valor agregado descrito en la propuesta de valor a nuestros servicios que se ofrece lo cual nos permitirá innovar en producto y servicio teniendo como resultado calidad hacia el cliente.

4.5.3 Amenaza de productos sustitutos

Como producto sustituto tenemos la comida saludable o light ya que está en boga la buena alimentación y comer sano, porque nosotros ofreceremos comidas a base de mar y carne de res pero para no dejar ir ese nicho de mercado se puede hacer una mezcla de lo que nosotros brindamos y los vegetales.

4.5.4 Poder de negociación de los clientes

En la ciudad de Guayaquil específicamente la provincia del Guayas cuenta con diversos locales de marisquería, debido a que en el sector donde se encontrara ubicado el negocio hay un alto movimiento económico con respecto a la competencia el poder de negociación con los clientes es alto por

lo que se ofrecerá una atención adecuada, requerida por el cliente mediante el cual se procederá a elaborar productos de calidad, innovando en producto y servicio considerando que los precios se encuentren accesibles a los consumidores se tiene previsto brindarles incentivos como promociones y descuentos.

4.5.5 Poder de negociación de los proveedores

Se cuenta con varios proveedores que nos facilitan las materias primas necesarias para el funcionamiento del negocio. Estos proveedores son responsables siempre y cuando la empresa sea puntual en los pagos de sus servicios.



Figura 17.5 Fuerzas de Porter

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.6 Análisis Pestel

(El método PESTEL es una de las muchas técnicas de análisis de negocios. A través de él, los emprendedores pueden realizar una evaluación de los principales elementos que tendrán alguna influencia en su proyecto.

Se trata de una técnica básicamente descriptiva. La idea es detallar de la mejor manera el entorno en el que operará la empresa en función de aspectos políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos, jurídico-legales y otros que, de alguna u otra forma, tengan alguna incidencia.

El método PESTEL parte de un ejercicio de previsión y probabilidad realizado por cada uno de los emprendedores. Esto no quiere decir que en la metodología tengan cabida proyecciones sin fundamento; al contrario, deben ser verosímiles y realistas). (Harvard Deusto, 2015)

El presente trabajo de investigación que se encuentra enfocado en el Modelo Canvas se analizará los siguientes puntos del Pestel:

- **Políticos**
- **Económicos**
- **Sociales**
- **Tecnológicos**
- **Ambientales**
- **Legales.** (Diego Bentacourt, 2018)

4.6.1. Entorno Político:

En la actualidad en el Ecuador ha aumentado el desempleo su afán por reducirlo no se ha visto reflejada cada año que pasa el desempleo va en aumento en el 2019 fue el 4,6% de población económicamente activa, a nivel urbana esta tasa se ubicó en 5.8% y a nivel rural 2.2% se sabe que la tasa de desempleo ha sido desfavorable para las, mujeres con el 5,7% por lo consiguiente los hombres obtuvieron el 3,8%. (INEC, 2019)

4.6.2. Entorno Económico:

La escasez es de mucha relevancia ya que la materia prima, por ejemplo el cangrejo debido a la temporada de veda y así mismo los días de feriado los precios aumentan considerablemente, el arroz es otro de motivo que se sabe que en la épocas invernales fuertes, perjudican a los cultivos causando que los agricultores que eleven los precios.

4.6.3. Entorno Social:

Los gustos y preferencias de los consumidores con respecto a la alimentación dependen de los ingresos que estos generen las personas que generan poco ingresos tienden a consumir por los platos más acogidos por el argot popular que es el arroz con menestra o frejol y su acompañado puede ser carne, chuleta, pollo, etc. Las personas que tengan como ingresos medios optan por la comida de mariscos indistinto cual sea este y por ultimo tenemos a las personas que tienes ingresos elevados. Estos prefieren degustar de comida gourmet platos de comida que requiere más elaboración y presentación.

4.6.4. Entorno Tecnológico:

En la actualidad la tecnología en el Ecuador mediante el acceso a internet se puede brindar información de todo tipo a los niños, jóvenes y adultos en estos tiempos uno puede disponer de internet mediante la conectividad ya que en puntos específicos existen lugares donde se brinda este servicio gratuitamente, ya sean en los establecimiento de comida, calles, parada de bus, etc. Por este motivo se utilizara las redes sociales para dar a conocer el negocio de “Marisquería Parrillada D.A.E.T”

4.6.5. Entorno Ambiental:

Se debe respetar el medio ambiente clasificando la basura y respetando el horario de recolección, se reducirá el uso del papel en el establecimiento mediante la facturación electrónica se brindara al cliente una mejor experiencia satisfaciendo sus necesidades.

4.6.6. Entorno Legal:

Se hará conciencia y respetará y seguirá los parámetros establecidos sobre la seguridad y salud ocupacional en el trabajo. Haremos valer el derecho del trabajador. Así mismo se enfocará en prevenir los riesgos laborales ya que esto es de responsabilidad de la empresa.

- Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajado.
- Ley orgánica de salud.

4.7. Modelo Canvas

4.7.1. Segmento de Mercado

Los potenciales clientes serán las personas habitantes del sector ya que en este lugar se halla mucha actividad comercial, movimiento económico.

A las personas que prefieran consumir parrilladas, mariscos o ambas.

4.7.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor del trabajo de investigación es brindar un servicio de marisquería fusionado con parrilladas de carne y mariscos para la clientela que son amantes a la comida. Considerando el sabor y los más altos estándares de inocuidad y calidad alimentaria preservando la salud del consumidor.

Servir una serie de platos de comidas y que estos estén al alcance del cliente siendo los precios competitivos con el mercado.

Ofrecer el servicio de entrega a domicilio facilitando la decisión del cliente, cabe recalcar el ambiente del establecimiento será agradable acorde a la clientela que pasara un momento confortable en compañía de amigos y familia.

Esto permitirá ofrecer al cliente variedad y en época de veda del cangrejo se ofrece otras opciones de mariscos y para las personas que no consumen mariscos se les brindara comida de carne de res.

4.7.3. Canales de distribución

Como canales de distribución tenemos las ventas directa con el cliente que se realizara en el establecimiento permitiéndonos a la vez brindarle una excelente atención, además se contara con ventas telefónicas las cuales nos ayudarán a facilitarle al cliente siendo este llevado su pedido

hasta su domicilio. Se proporcionara información detallada mediante redes sociales ya sea por Facebook e Instagram los más utilizados por las personas. Se añadirá también servicio de entrega a domicilio mediante Uber eats y Glovo.

4.7.4. Relaciones con el cliente

La relación con el cliente va desarrollarse de manera constante mediante incentivos proporcionándoles promociones, descuentos, shows en vivo y teniendo siempre en cuenta el cuidado de la calidad del producto que ofrecemos. Se obtendrá información de parte de los clientes respecto a la atención recibida de parte nuestra. Esta información se obtendrá mediante calificación del servicio que han recibido dichos clientes o preguntándole directamente a ellos de la atención, recibiendo si es el caso la crítica constructiva proporcionada por ellos teniéndola en cuenta para su próxima visita y demostrándoles que opinión nos es de mucha importancia.

4.7.5. Fuentes de Ingresos

Los ingresos que producirá la empresa serán debido a las ventas de las diferentes variedades de platillos de comida. Dependiendo de la elaboración y calidad del platillo generara su respectiva ganancia a favor del local. Otro ingreso serán las ventas efectuadas para eventos empresariales.

4.7.6. Recursos claves

A continuación se detalla los recursos claves como:

- Instalaciones
- Capital inicial para el desarrollo del negocio
- Mano de Obra capacitada acorde a su función asignada.
- Equipos y Maquinarias.

- Materiales y Suministros de oficina
- Elemento básico para la preparación de los platos (M.P).

4.7.7. Actividades clave

Como actividades claves tenemos:

- Producción y elaboración de productos alimenticios.
- Adquisición de materia prima y almacenamiento.
- Estar innovando en el producto y servicio que se ofrece.
- Rediseños habituales del establecimiento.
- Comunicación con los clientes.
- Brindar capacitaciones reiteradas a los trabajadores para mejorar su desempeño.
- Servicio de entrega a domicilio.

4.7.8. Socios Claves

Los socios claves son los siguientes:

- Distribuidores de bebidas.
- Tiendas cercanas.
- Plásticos del Litoral.
- Proveedores de Mariscos.
- Proveedores De Especies.
- Proveedores de productos de Limpieza.
- Personal.

4.7.9. Estructura de costes

Es importante saber que para que la empresa sea rentable se tiene que efectuar una estructura acorde a los costos establecidos en el mercado y de ahí los ingresos que se produzcan tienen que ser más elevados a los egresos.

4.7.9.1. Costos fijos

- Alquiler de local
- Sueldo del personal

4.7.9.2. Costos variables

- Material indispensable primordial para la elaboración (M.P)
- Suministros de equipos y materiales de limpieza
- Luz, agua, teléfono. Internet
- Gas

4.8 Estudio Financiero

Para realizar las actividades en la empresa "Marisquería Parrillada D.A.E.T", es necesario especificar el monto económico para iniciar la actividad comercial del proyecto.

4.8.1 Inversión Activos Fijos

La inversión inicial está dada por los activos fijos y los activos diferidos para la puesta en marcha de la empresa, como inversión inicial se necesita un total de \$23.088.

4.8.1.2 Inversión de activos fijos

Los activos fijos que se necesitaran en la inversión inicial se detallan en la tabla

5. Su valor total es de \$22.088. Se divide en grupos tales como: Los activos que necesitaran mayor inversión como las maquinarias y equipos para la producción del producto con un valor de inversión de \$11.924. Por otro lado tenemos los equipos de cómputo se necesita un total de \$1.550, para la adquisición de muebles y equipos de oficinas se necesita un total \$8.614.

Tabla 5. Inversión Inicial

INVERSION INICIAL "MRISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"	
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION	\$11.924,00
MUEBLES Y ENSERES	\$8.614,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$1.550,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 22.088,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 23.088,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.2.3. Maquinarias y equipos

Tabla 6. Maquinarias y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Laptop	1	350	\$350,00
Caja registradora	1	500	\$500,00
Televisores 42 pulg	2	350	\$700,00
TOTAL			\$1.550,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.2.4 Muebles y equipos de oficina

Tabla 7. Muebles y Equipos de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Módulo de venta/caja	1	200	\$200,00
SILLAS GIRATORIAS	1	\$ 25,00	\$25,00
MATERIALES OFICINA	2	\$ 20,00	\$40,00
Vitrina/exhibidor	1	300	\$300,00
Mesas 4 puesto	12	20	\$240,00
Mesa de 6 puesto	20	50	\$1.000,00
Sillas	100	60	\$6.000,00
Sillas para bebes de madera	4	30	\$120,00
Teléfono fijo	1	40	\$40,00
Aire acondicionado 36btu	1	649	\$649,00
TOTAL			\$8.614,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.2.5 Equipos de computación

Tabla 8. Equipos de Computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Laptop	1	350	\$350,00
Caja registradora	1	500	\$500,00
Televisores 42 pulg	2	350	\$700,00
TOTAL			\$1.550,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.3 Costos variables

Su variación depende de la producción.

4.8.1.3.1 Presupuesto de materia prima directa

La materia prima directa es la que forma parte del producto al momento de su preparación.

Para poder obtener una producción diaria de 105 platos de comida para la preparación de los diferentes tipos de platillos de comida, involucra un costo mensual de \$19.824.

Se presenta el presupuesto de la materia prima mensual, anual con su respectiva proyección de 5 años.

Tabla 9. Presupuesto de Materia Prima Directa

"MARISQUERIA PARILLADA D.A.E.T"					
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA:					
Fórmula para producir					
DESCRIPCIÓN	ca nt.	COSTO PRODUCCION	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Combo económico	5	\$ 6,95	\$ 34,75	\$ 1.042,50	\$ 12.510,00
combo especial	5	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00
arroz con cangrejo	5	\$ 6,35	\$ 31,75	\$ 952,50	\$ 11.430,00
ensalada de cangrejo	5	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
tiro libres	5	\$ 3,71	\$ 18,55	\$ 556,50	\$ 6.678,00
Corvina	5	\$ 6,05	\$ 30,25	\$ 907,50	\$ 10.890,00
mixto de cangrejo	5	\$ 9,20	\$ 46,00	\$ 1.380,00	\$ 16.560,00
fileta de pescado	5	\$ 4,00	\$ 20,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
camarones apanado	5	\$ 7,05	\$ 35,25	\$ 1.057,50	\$ 12.690,00
ceviche camarón	5	\$ 6,20	\$ 31,00	\$ 930,00	\$ 11.160,00
ceviche cangrejo	5	\$ 6,15	\$ 30,75	\$ 922,50	\$ 11.070,00
ceviche mixto	5	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
arroz marinero	5	\$ 8,00	\$ 40,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
porción de arroz	5	\$ 0,85	\$ 4,25	\$ 127,50	\$ 1.530,00
porción de patacón	5	\$ 1,20	\$ 6,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
arroz con menestra y pollo	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
arroz con menestra y chuleta	5	\$ 2,25	\$ 11,25	\$ 337,50	\$ 4.050,00
arroz con menestra y carne	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
parrillada de marisco	5	\$ 15,60	\$ 78,00	\$ 2.340,00	\$ 28.080,00
parrillada	5	\$ 7,60	\$ 38,00	\$ 1.140,00	\$ 13.680,00
parrillada mar y tierra	5	\$ 13,00	\$ 65,00	\$ 1.950,00	\$ 23.400,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	10 5	\$ 132,16	\$ 660,80	\$ 19.824,00	\$ 237.888,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.3.2 Incremento de la materia prima en los próximos 5 años

Para el respectivo incremento de la materia prima en el periodo de 5 años se optará por el porcentaje de un 1.02%, debido a que la producción es muy consumida en el Ecuador, siendo este el aumento de bienes y servicios en un determinado periodo.

Tabla 10. Incremento de la Materia Prima

Costo de Producción	1,02	1,02	1,02	1,02	1,02
AÑOS	1	2	3	4	5
Materia Prima	\$237.888,00	\$242.645,76	\$247.498,68	\$252.448,65	\$257.497,62
MOD	\$32.061,67	\$32.702,90	\$33.356,96	\$34.024,10	\$34.704,58
CIF	\$42.002,17	\$42.842,22	\$43.699,06	\$44.573,04	\$45.464,50
Total	\$311.951,84	\$318.190,88	\$324.554,69	\$331.045,79	\$337.666,70

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.3.3 Presupuesto de venta

Tabla 11. Presupuesto de Venta

VENTAS "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"					
Producto	Venta diaria (UNID)	Venta diaria en dólares	Ingreso total mensual	Ingreso anual	porcentaje de venta
PROYECCION	105	\$ 1.037,50	\$ 31.125,00	\$ 373.500,00	100%
TOTAL			\$ 31.125,00	\$ 373.500,00	100%

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.3.4 Presupuesto de materiales directos

Los materiales indirectos son aquellos, en caso de las fundas, servilletas, guantes, tarrinas, vasos, cubiertos, etc para la producción, se requieren un total de \$320,34 anual.

Se elaboró una proyección de 5 años del presupuesto de materiales indirectos mensual y anual.

Tabla 12. Presupuesto de Materiales Indirectos

PRESUPUESTO DE MATERIALES - INDIRECTOS "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"					
DESCRIPCIÓN	U. MEDI DA	CAN T.	COSTO UNIT	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tarrinas	UNI	38	0,02	\$ 0,57	\$ 6,84
Servilletas	UNI	44	0,01	\$ 0,22	\$ 2,64
Cucharas	UNI	34	0,02	\$ 0,68	\$ 8,16
Cubiertos	UNI	32	0,02	\$ 0,48	\$ 5,76
Papel aluminio	UNI	6	0,02	\$ 0,11	\$ 1,26
Funda plástica grande	UNI	44	0,50	\$ 22,00	\$ 264,00
Vasos plásticos	UNI	44	0,06	\$ 2,64	\$ 31,68
Total			\$ 0,63	\$ 26,70	\$ 320,34

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.3.5 Presupuesto de la mano de obra directa

La empresa contara con 3 cocineros, 1 ollero, 1 parrillero: a los cocineros se les pagará un sueldo de \$500 más los beneficios que por ley le corresponde dando un valor mensual de \$577,97 y un valor anual de \$6.935,67; al ollero se le pagara \$400 y como resultado mensual \$468,94 y anual \$5.627,33; al parrillero se le pagara \$400 recibiendo un mensual de \$468,94 y anual \$5.627,33.

Tabla 13. Presupuesto de Mano de Obra Directa del Personal

PRESUPUESTO DE MOD DEL PERSONAL "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"								
CARGO	SUELD O	DÉCIM O TERCER	DÉCIM O CUART O	BENEFICIOS DE LEY		VACACIO NES	TOTAL MENSU AL	TOTAL ANUAL
				9,45% Aporte Personal	11,15 % Aporte Patron al			
Cocine ro 1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 394,00	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 577,97	\$ 6.935,67
Cocine ro 2	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 394,00	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 577,97	\$ 6.935,67
Cocner o 3	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 394,00	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 577,97	\$ 6.935,67
Ollero	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 468,94	\$ 5.627,33

Parrille	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
ro	400,00	400,00	394,00	37,80	44,60	\$ 16,67	468,94	5.627,33
	\$	\$	\$	\$	\$		\$	\$
TOTAL	2.300,00	2.300,00	1.970,00	217,35	256,45	\$ 95,83	2.671,81	32.061,67

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.4 Costos Fijos

Son los costos que no causan variación en la producción.

4.8.1.4.1 Presupuesto de Gastos de Operación

Tabla 14. Presupuesto de Gasto de Operación

Gastos de Operación "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"

Descripción	Mensual	Anual
Servicios de internet	\$ 25	\$ 300
Artículos de limpieza	\$ 75	\$ 900
Servicio de Teléfono	\$ 20	\$ 240
Servicio de Luz	\$ 100	\$ 1.200
Servicio de agua	\$ 300	\$ 3.600
Arriendo local	\$ 1.000	\$ 12.000
Guantes, mandiles, mallas	\$ 60	\$ 720
TOTAL	\$ 1.580	\$ 18.960

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.4.2 Activos diferidos

Se presenta los gastos que el negocio debe realizar para poder llevar acabo su funcionamiento para la actividad comercial, en lo cual se invertirá un total de \$1.000.

Tabla 15. Gasto de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCION	
DESCRIPCIÓN	Total
Gastos de notaría, permisos	400,00
Registro mercantil	300,00
Publicidad de lanzamiento	300,00
Total Gastos de constitución	1.000,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.1.5 Costos Administrativos

4.8.1.5.1 Presupuesto del Personal

Tabla 16. Presupuesto del Personal

PRESUPUESTO DEL PERSONAL "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS DE LEY				VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
		DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	9,45 % Aporte Personal	11,1 5 % Aporte Patronal			
Asistente Administrativo	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 394,00	\$ 51,98	\$ 61,33	\$ 22,92	\$ 586,65	\$ 7.039,83
1 Mesero	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 435,61	\$ 5.227,33
2 Mesero	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 435,61	\$ 5.227,33
3 Mesero	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 435,61	\$ 5.227,33
TOTAL	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.576,00	\$ 165,38	\$ 195,13	\$ 72,92	\$ 1.893,49	\$ 22.721,83

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.2 Financiamiento de la inversión

Es el recurso económico con el que cuenta la persona que quiera poner en marcha un negocio si cuenta con solo una parte de la inversión del capital, la otra puede adquirirse mediante un préstamo bancario u otra agencia encargada de brindar estos créditos; el mismo que será devengado a un plazo determinado con su tasa de interés establecido.

Para la puesta en marcha de la "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T", es necesario una inversión de \$23.088,00 la misma que se la financiara con un capital propio del 40% y el otro 60% mediante un préstamo bancario en el Banco del Pacífico.

Tabla 17. Inversión de Capital

INVERSION DE CAPITAL		
DETALLE	APORTE	TOTAL
CAPITAL PROPIO	40%	\$ 9.235,20
PRESTAMO	60%	\$ 13.852,80
FINANCIAMIENTO	100%	\$ 23.088,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.2.1 Amortización de crédito

El 60% será financiado mediante el Banco del Pacífico, en un período de 5 años con una tasa de interés anual de 8,50%, se presenta la tabla de amortización desglosada.

Tabla 18. Amortización del Préstamo

AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO				
Período	Cuota anual	Amortización	Interés	Saldo crédito
0				\$ 13.853
1	\$ 3.515,37	\$ 2.337,88	\$ 1.177,49	\$ 11.514,92
2	\$ 3.515,37	\$ 2.536,60	\$ 978,77	\$ 8.978,32
3	\$ 3.515,37	\$ 2.752,21	\$ 763,16	\$ 6.226,12
4	\$ 3.515,37	\$ 2.986,15	\$ 529,22	\$ 3.239,97
5	\$ 3.515,37	\$ 3.239,97	\$ 275,40	\$ 0,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Tabla 19. Amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
INSTIT. FINANCIERA		BANCO DEL PACÍFICO			
MONTO EN USD		13.852,80			
TASA DE INTERES		8,50%			
PLAZO		5 años			
TASA MENSUAL					
FECHA DE INICIO		Ene/01/20			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION CADA		30 días			
Número de períodos		60 para amortizar capital			
No	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	CAPITAL	CUOTA
0		13.852,80			
1	01-ene-2020	13.666,71	98,12	186,09	284,21
2	01-feb-2020	13.479,31	96,81	187,41	284,21

3	01-mar-2020	13.290,57	95,48	188,73	284,21
4	01-abr-2020	13.100,50	94,14	190,07	284,21
5	01-may-2020	12.909,09	92,80	191,42	284,21
6	01-jun-2020	12.716,32	91,44	192,77	284,21
7	01-jul-2020	12.522,18	90,07	194,14	284,21
8	01-ago-2020	12.326,67	88,70	195,51	284,21
9	01-sep-2020	12.129,77	87,31	196,90	284,21
10	01-oct-2020	11.931,48	85,92	198,29	284,21
11	01-nov-2020	11.731,78	84,51	199,70	284,21
12	01-dic-2020	11.530,67	83,10	201,11	284,21
			1.088,40	2.322,13	3.410,54
13	01/01/202	11.328,13	81,68	202,54	284,21
14	01-feb-2020	11.124,16	80,24	203,97	284,21
15	01-mar-2021	10.918,75	78,80	205,42	284,21
16	01-abr-2021	10.711,88	77,34	206,87	284,21
17	01-may-2021	10.503,54	75,88	208,34	284,21
18	01-jun-2021	10.293,73	74,40	209,81	284,21
19	01-jul-2021	10.082,43	72,91	211,30	284,21
20	01-ago-2021	9.869,64	71,42	212,79	284,21
21	01-sep-2021	9.655,34	69,91	214,30	284,21
22	01-oct-2021	9.439,52	68,39	215,82	284,21
23	01-nov-2021	9.222,17	66,86	217,35	284,21
24	01-dic-2021	9.003,28	65,32	218,89	284,21
			883,15	2.527,39	3.410,54
25	01-ene-2022	8.782,84	63,77	220,44	284,21
26	01-feb-2022	8.560,84	62,21	222,00	284,21
27	01-mar-2022	8.337,27	60,64	223,57	284,21
28	01-abr-2022	8.112,12	59,06	225,16	284,21
29	01-may-2022	7.885,36	57,46	226,75	284,21
30	01-jun-2022	7.657,01	55,85	228,36	284,21
31	01-jul-2022	7.427,03	54,24	229,97	284,21
32	01-ago-2022	7.195,43	52,61	231,60	284,21
33	01-sep-2022	6.962,19	50,97	233,24	284,21
34	01-oct-2022	6.727,29	49,32	234,90	284,21
35	01-nov-2022	6.490,73	47,65	236,56	284,21
36	01-dic-2022	6.252,50	45,98	238,24	284,21
			659,75	2.750,79	3.410,54
37	01-ene-2023	6.012,57	44,29	239,92	284,21
38	01-feb-2023	5.770,95	42,59	241,62	284,21
39	01-mar-2023	5.527,62	40,88	243,33	284,21
40	01-abr-2023	5.282,56	39,15	245,06	284,21
41	01-may-2023	5.035,77	37,42	246,79	284,21
42	01-jun-2023	4.787,22	35,67	248,54	284,21
43	01-jul-2023	4.536,92	33,91	250,30	284,21
44	01-ago-2023	4.284,85	32,14	252,07	284,21
45	01-sep-2023	4.030,99	30,35	253,86	284,21
46	01-oct-2023	3.775,33	28,55	255,66	284,21
47	01-nov-2023	3.517,86	26,74	257,47	284,21
48	01-dic-2023	3.258,57	24,92	259,29	284,21
			416,61	2.993,93	3.410,54
49	01-ene-2024	2.997,44	23,08	261,13	284,21
50	01-feb-2024	2.734,46	21,23	262,98	284,21
51	01-mar-2024	2.469,61	19,37	264,84	284,21
52	01-abr-2024	2.202,90	17,49	266,72	284,21

53	01-may-2024	1.934,29	15,60	268,61	284,21
54	01-jun-2024	1.663,78	13,70	270,51	284,21
55	01-jul-2024	1.391,35	11,79	272,43	284,21
56	01-ago-2024	1.117,00	9,86	274,36	284,21
57	01-sep-2024	840,70	7,91	276,30	284,21
58	01-oct-2024	562,44	5,95	278,26	284,21
59	01-nov-2024	282,21	3,98	280,23	284,21
60	01-dic-2024	0,00	2,00	282,21	284,21
			151,97	3.258,57	3.410,54

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.3 Estimación de ingresos

Para la proyección de los ingresos que se generara las ventas del negocio “MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T” anualmente, por la información recopilada de la investigación de mercado nos ayudó a establecer el grado de aceptación que obtuvieron los productos que se ofrecerá.

4.8.3.1 Precio de venta

El precio se mantendrá durante los primeros 5 años de proyección lo cual permitirá ser competitivo obteniendo un margen de utilidad desde el primer año de producción.

4.8.3.2 Presupuesto de Ventas

Tabla 20. Presupuesto de Ventas

Producto	Año 1	Año 2(+3%)	Año 3(+3%)	Año 4(+3%)	Año 5(+3%)
Ingresos por ventas					
PROYECCION	\$ 373.500,00	\$ 392.175,00	\$ 411.783,75	\$ 432.372,94	\$ 453.991,58

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

4.8.4 Evaluación económica y financiera

4.8.4.1 Estado de resultado proyectado

Tabla 21. Estado de Resultado Proyectado

MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T					
ESTADOS DE RESULTADOS					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 373.500,00	\$ 392.175,00	\$ 411.783,75	\$ 432.372,94	\$ 453.991,58
Costo de Producción	\$ 311.951,84	\$ 318.190,88	\$ 324.554,69	\$ 331.045,79	\$ 337.666,70
Utilidad bruta	\$ 61.548,16	\$ 73.984,12	\$ 87.229,06	\$ 101.327,15	\$ 116.324,88
GASTOS OPERATIVOS					
(-) Sueldos del Personal	\$ 22.721,83	\$ 23.176,27	\$ 23.639,80	\$ 24.112,59	\$ 24.594,84
(-) Depreciación	\$ 2.570,47	\$ 2.570,47	\$ 2.570,47	\$ 2.053,80	\$ 2.053,80
(-) Gastos de Operación	\$ 18.960,00	\$ 18.960,00	\$ 18.960,00	\$ 18.960,00	\$ 18.960,00
(-) Interés	\$ 1.177,49	\$ 978,77	\$ 763,16	\$ 529,22	\$ 275,40
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 45.429,79	\$ 45.685,51	\$ 45.933,42	\$ 45.655,61	\$ 45.884,04
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 16.118,37	\$ 28.298,62	\$ 41.295,64	\$ 55.671,54	\$ 70.440,84
(-) 15% Trabajadores	\$ 2.417,76	\$ 4.244,79	\$ 6.194,35	\$ 8.350,73	\$ 10.566,13
(-) 25% IR	\$ 4.029,59	\$ 7.074,65	\$ 10.323,91	\$ 13.917,88	\$ 17.610,21
UTILIDAD NETA	\$ 9.671,02	\$ 16.979,17	\$ 24.777,38	\$ 33.402,92	\$ 42.264,50

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

CONCLUSIONES

- Se demostró que utilizando el modelo de negocio CANVAS se puede lograr un beneficio económico, obteniendo desde el primer año una utilidad \$ 9.671,02 siendo el producto accesible y asequible promoviendo la fidelización del consumidor.
- Se determinó mediante la elaboración del plan de presupuesto mensual, anual en la parte financiera de la investigación, que el negocio obtendrá liquidez para afrontar cualquier tipo de eventualidad, como lo es en la alza de precios de la materia prima.
- Se pudo comprobar que el trabajo de investigación del modelo de negocio obtendrá la aprobación, por parte de la población encuestada, ya que en los establecimientos del sector no ofrecen servicio combinado de marisquería parrillada de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado (encuesta).
- Se determinó mediante un análisis interno y externo del negocio y considerando así mismo los factores del país una oportunidad de crecer y ser rentables, generando oportunidades de trabajo.

RECOMENDACIONES

- Brindar al personal capacitaciones enfocados en BPM, atención al cliente y seguridad y salud ocupacional.
- Contar con el apoyo del Gobierno Central y de las entidades crediticias; ofreciendo créditos a los emprendedores a bajo interés y largo plazo para así poder generar empleo.
- Cooperación por parte de las Autoridades del ministerio del trabajo, acuicultura y pesca y superintendencia de control de mercado para que intervenga cuando el caso lo amerite.

Bibliografía

- Alfonso Peira Ucha. (Agosto de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>
- E MYTH. (s.f.). MODELO CANVAS. *INSTITUTO NACIONAL DEL EMPRENDEDOR*, 1-12.
- futuro, C. t. (s.f.). *Cuida tu futuro* . Recuperado el 16 de 07 de 2018, de Cuida tu futuro : <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- Harvard Deusto. (19 de noviembre de 2015). *EAE Bussines School*. Obtenido de Retos para ser Directivos: <https://retos-directivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/>
- INEC. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo, Subempleo (ENEMDU 2019)*. Quito: Ecuador en Cifras.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSO . (2010). CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA. GUAYAQUIL, GUAYAS, ECUADOR.
- Riquelme Leiva, Matias. (junio de 2015). *Las 5 Fuerzas de Porter*. Obtenido de Clave para el Exito de la Empresa: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Anexo 1. A

Tabla 22. Lluvia de Ideas

1. Necesidades insatisfechas de los consumidores.
2. Mala atención al cliente.
3. No cuenta con servicio a domicilio.
4. No cumple con los estándares de inocuidad alimentaria.
5. Poca información de los servicios que se ofrece en el establecimiento.
6. Poca variedad en el menú.
7. Poca innovación en los platos de comida.
8. Recursos limitados.
9. Local con espacio reducido.
10. Incorrecta manipulación de los alimentos al ser preparados.
11. Incumplimiento de normativas legales (municipio, trabajo, etc)
12. Falta de conocimiento en clasificación de los desechos.
13. Falta de capacitación al personal.
14. Falta de programa de limpieza.
15. Costo elevados de M.P.
16. Mala relación con los proveedores.
17. Falta de alianza estratégica con los proveedores.
18. Costos elevados en los procesos de elaboración.
19. Alto costo de arrendamiento.

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

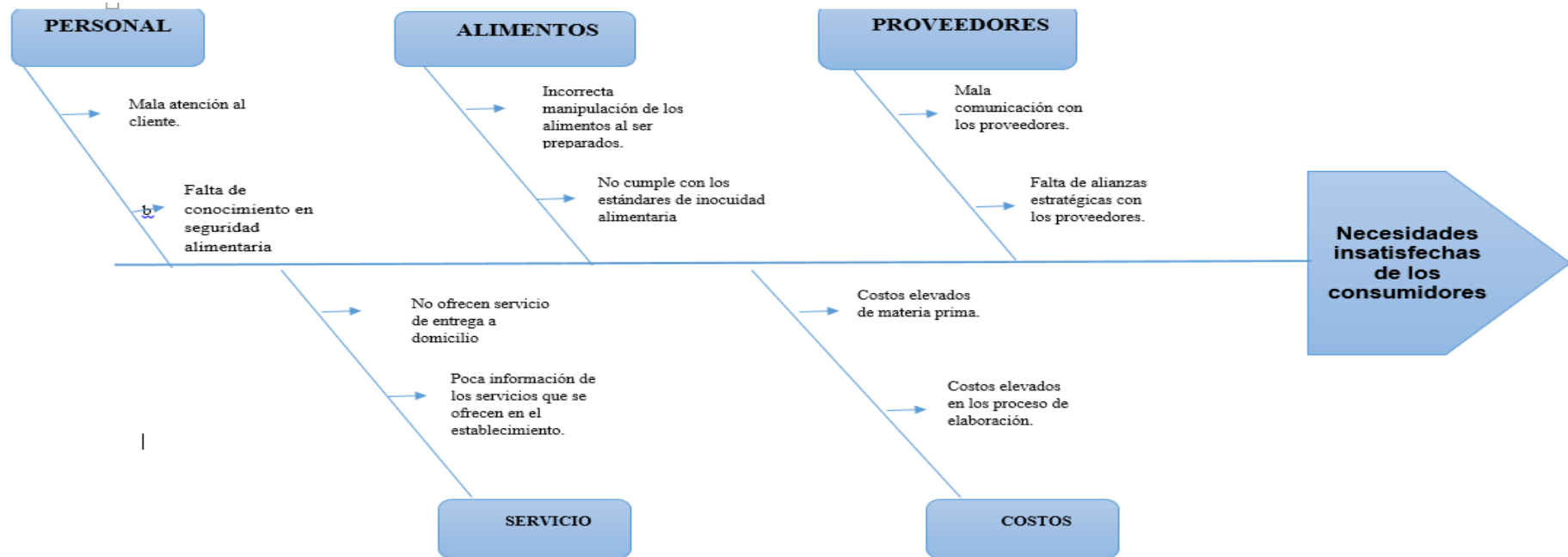


Figura 18. Diagrama Ishikawa

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

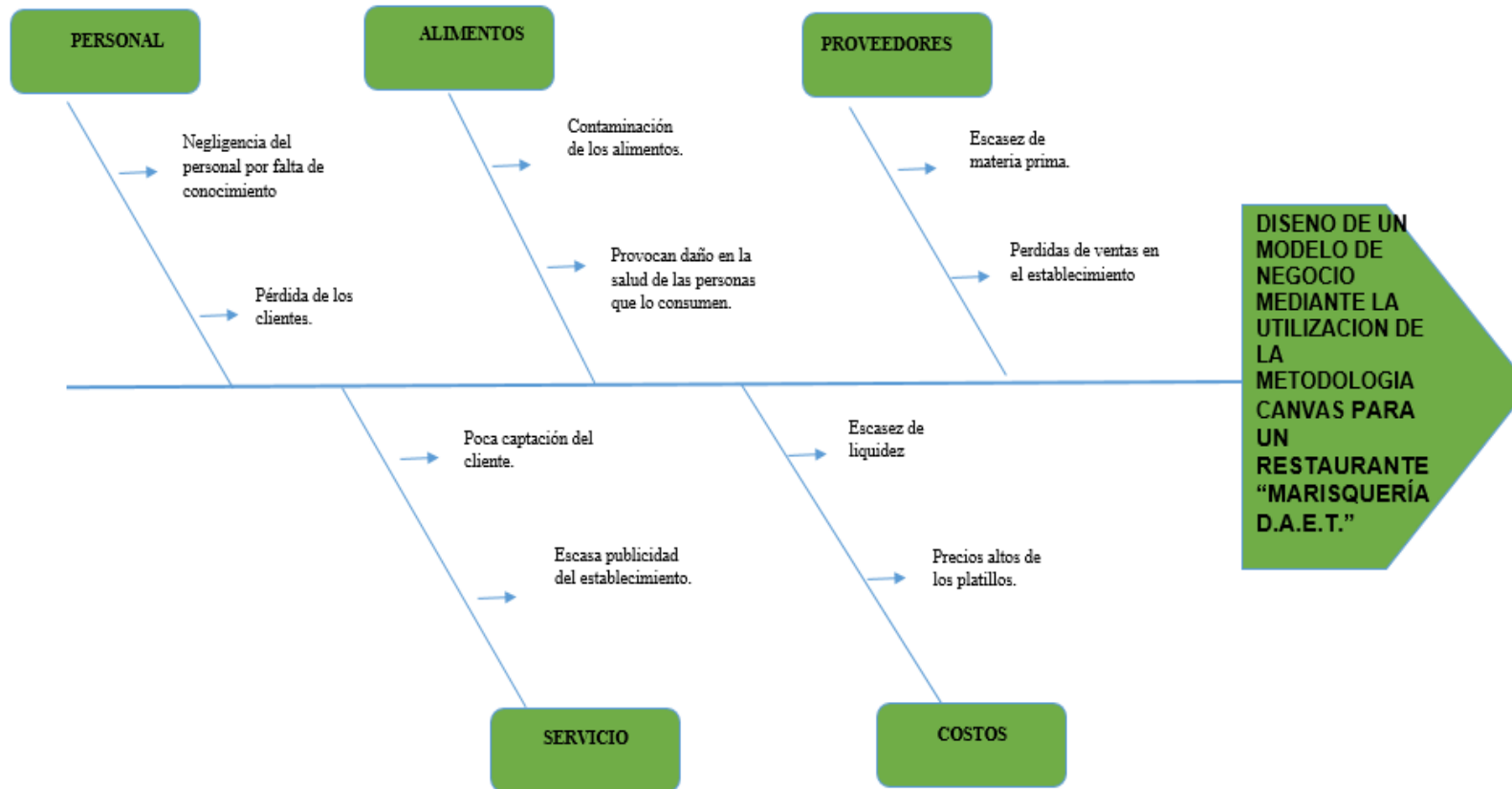


Figura 19. Pronóstico (consecuencias)

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

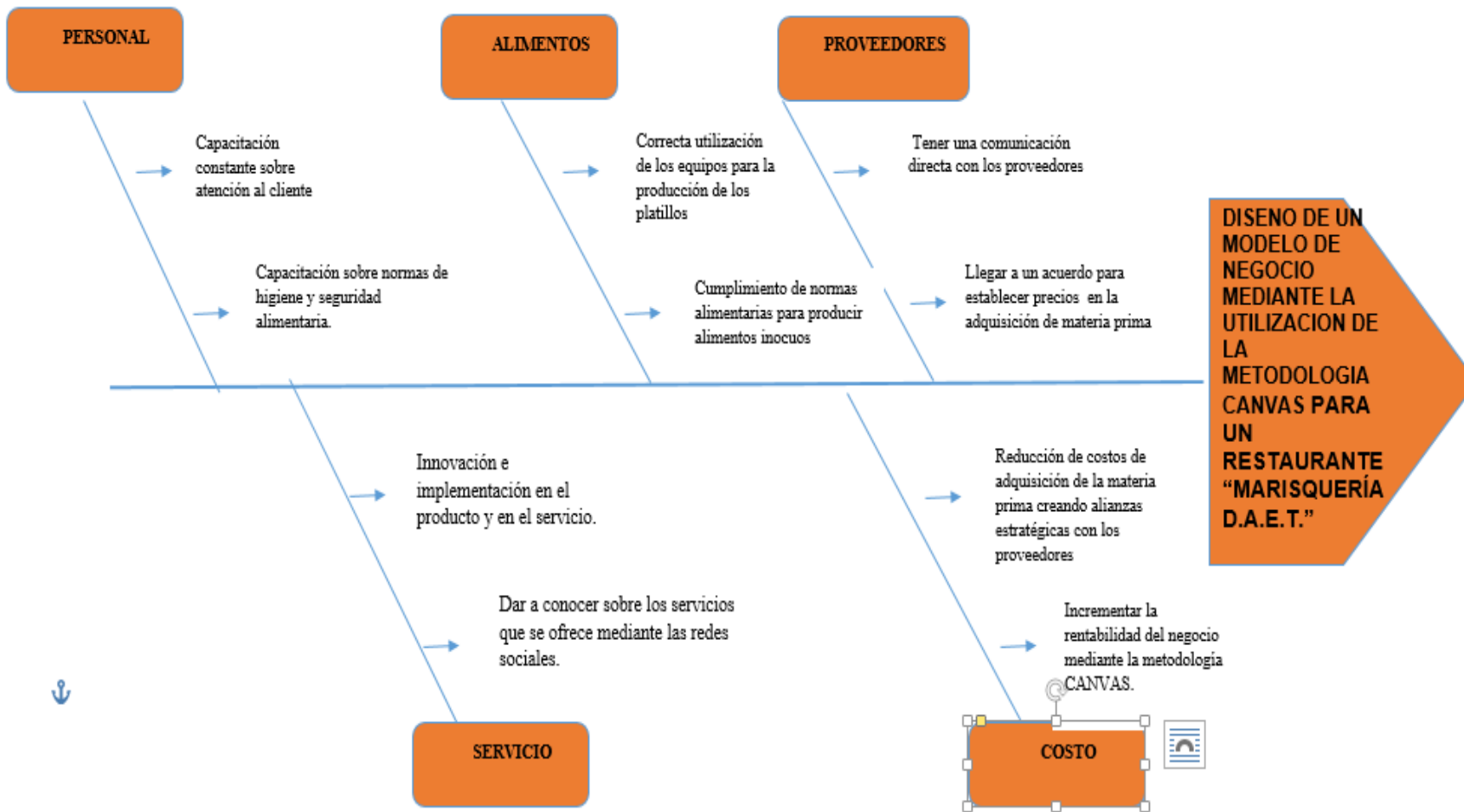


Figura 20. Control al Pronóstico (soluciones)

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra



Anexo 2. B

ENCUESTA DE ANÁLISIS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDA SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.



OBJETIVO: Identificar el grado de aceptación que tendría la creación

de una empresa de marisquería en la cdla. Sauces 6

INSTRUCCIONES: La presente consta de 14 preguntas, escoge la alternativa que usted crea conveniente puede marcar con una x o ✓.

1. GENERO:

Mujer

Hombre

2. EDAD:

18-24

25-35

36-49

50 a más

3. ¿Cuántas veces al mes consume estaría dispuesto consumir en un restaurante de marisquería parrillada??

1-2 veces

3-5 veces

5 a más

4. ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante de marisquería?

Por trabajo

Por falta de tiempo para cocinar

Otro

Escriba su

respuesta:

5. ¿Qué redes sociales prefiere usar? Puede escoger más de 1 opción

Facebook

Twitter

Instagram

Otro

6. ¿A CUANTO ASCIENDE LOS GASTOS QUE REALIZA EN ESTOS

ESTABLECIAMIENTO?

1. De 5 a 20 dólares

2. De 20 a 50 dólares

3. De 50 a 100 dólares

4. De 100 dólares en adelante

7. ¿QUÉ ELEMENTOS INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DE UN

RESTAURANTE? Puede escoger hasta 2 opciones.

Precio

Buen servicio

Variedad de comida

Decoración

Ubicación

Servicio domicilio

8 Tiene preferencia por las comidas de alguna región en especial.

COSTA

SIERRA

AMAZONIA

9. Al momento de consumir en un restaurante usted prefiere que el servicio que se ofrezca sea: (puede escoger hasta dos opciones)

COMIDA TIPO BUFET

COMIDA A LA CARTA

COMIDA EN PAQUETE O COMBO

10 ¿CUAL ES SU HORA DE PREFERENCIA PARA ASISTIR A COMER?

07:00 – 11:00

11:00 – 17:00

17:00 – 22:00

22:00 – 2:00

11 ¿COMO CONSIDERA LA FORMA DE PAGO EN EL ESTABLECIMIENTO?

Efectivo

Tarjeta de crédito

Cheque

Todas las anteriores

12. ¿CÓMO LE GUSTARÍA QUE SEA EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE?

Familiar

EJECUTIVO

JUVENIL

DEPORTIVO

Otros

Su nombre es.....

Gracias por ayudarnos con la encuesta.

Elaborado por el autor

Anexo 3. C



Figura 21. Modelo Canvas

Fuente: Fórmula en los negocios

Anexo 4. D



Figura 22. Parrillada Tierra y Mar

Fuente: Tarjeta Libre/Portal del Ángel

Anexo 5.

CÓMO CONSTITUIR UNA EMPRESA



Figura 23. Pasos para Constituir una Empresa.

Fuente: Cuida tu futuro



Figura 24. Estructura Legal de la Empresa

Fuente: Cuida tu futuro

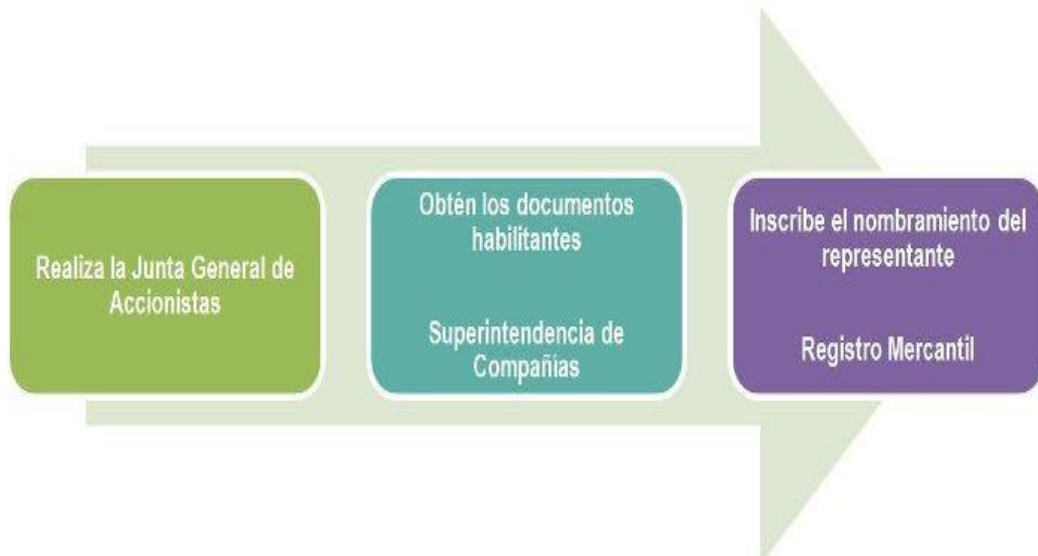


Figura 25. Inscribe tu Compañía

Fuente: Cuida tu futuro

Figura 26. Inscripción del Nombramiento del Representante

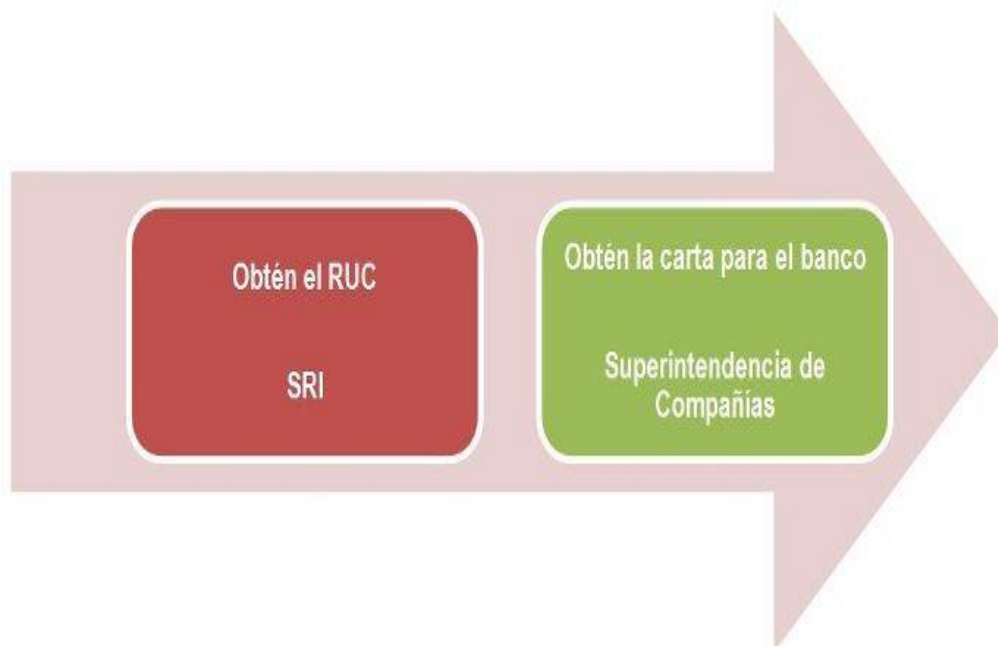


Figura 27. Inscripción del Nombramiento del Representante

Fuente: Cuida tu futuro

Anexo 6. F

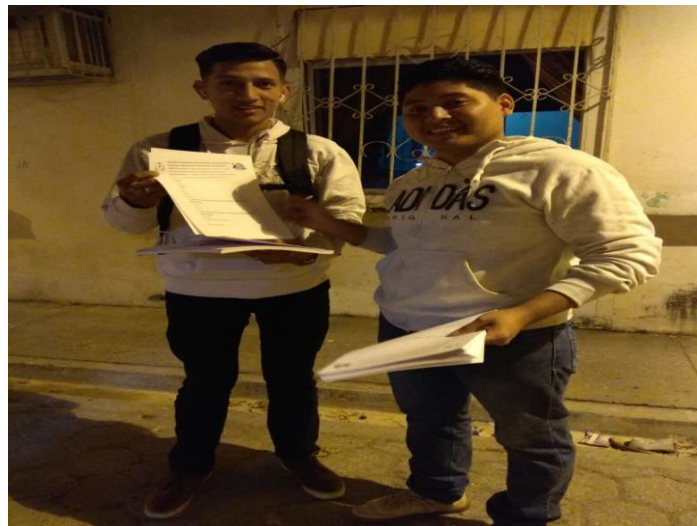


Figura 28. Realización de la encuesta

Fuente: Cdla. Sauces 6.



Figura 29. Realización de la encuesta

Fuente: Cdla. Saucos 6.



Figura 30. Realización de la encuesta

Fuente: Cdla. Saucos 6.



Figura 31. Realización de la encuesta

Fuente: Cdla. Saucos 6.



Figura 32. Realización de la encuesta

Fuente: Cdla. Saucos 6.



Figura 33. Realización de la encuesta
Fuente: Cdla. Saucés 6



Figura 34. Realización de la encuesta
Fuente: Cdla. Saucés 6.

Anexo 7. G

ESTRUCTURA DE COSTOS

MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE PRODUCCION

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Freidora+plancha+cocina industrial	1	400	\$ 400,00
Olla arrocera 25 libras industrial	1	320	\$ 320,00
Cocina 4 quemadores industrial	2	380	\$ 760,00
Licuadaora	3	60	\$ 180,00
Exprimidores plásticos	24	1	\$ 24,00
Pailas industriales 60cm	5	90	\$ 450,00
Manguera de gas industrial	4	60	\$ 240,00
Regulador de gas industrial	4	20	\$ 80,00
Campana industrial	3	120	\$ 360,00
Juego de ollas industriales	1	400	\$ 400,00
Refrigeradora	1	350	\$ 350,00
Congelador horizontal 535lts	1	800	\$ 800,00
Vajilla	24	200	\$ 4.800,00
Juego de vaso (16)	3	20	\$ 60,00
Vaso cervecero	24	6	\$ 144,00
Jarra	24	8	\$ 192,00
Batidora	2	20	\$ 40,00
Juego de Sartén	2	17	\$ 34,00
Balanza	1	45	\$ 45,00
Tablas y mazos	80	10	\$ 800,00
Extintor	4	20	\$ 80,00
Trampa de grasa	1	200	\$ 200,00
Microonda	1	200	\$ 200,00
Juego de cubiertos x 24 unds	5	25	\$ 125,00
Juego de cucharas x 24	10	25	\$ 250,00
Parrilla	1	590,00	\$ 590,00
TOTAL			\$ 11.924,00

Figura 35. Inversión de Activos Fijos

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Módulo de venta/caja	1	200	\$200,00
SILLAS GIRATORIAS	1	\$ 25,00	\$25,00
MATERIALES OFICINA	2	\$ 20,00	\$40,00
Vitrina/exhibidor	1	300	\$300,00
Mesas 4 puesto	12	20	\$240,00
Mesa de 6 puesto	20	50	\$1.000,00
Sillas	100	60	\$6.000,00
Sillas para bebes de madera	4	30	\$120,00
Teléfono fijo	1	40	\$40,00
Aire acondicionado 36btu	1	649	\$649,00
TOTAL			\$8.614,00

EQUIPOS DE COMPUTACION

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Laptop	1	350	\$350,00
Caja registradora	1	500	\$500,00
Televisores 42 pulg	2	350	\$700,00
TOTAL			\$1.550,00

INVERSION INICIAL "MRISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"	
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION	\$11.924,00
MUEBLES Y ENSERES	\$8.614,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$1.550,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 22.088,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 23.088,00

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

PLATOS	costo de producción	Diarios		
		CANT.	P.V.P	TOTAL
Combo económico	\$ 6,95	5	\$ 10,00	\$ 50,00
combo especial	\$ 12,00	5	\$ 24,00	\$ 120,00
arroz con cangrejo	\$ 6,35	5	\$ 12,00	\$ 60,00
ensalada de cangrejo	\$ 6,00	5	\$ 10,00	\$ 50,00
tiro libres	\$ 3,71	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Corvina	\$ 6,05	5	\$ 7,00	\$ 35,00
mixto de cangrejo	\$ 9,20	5	\$ 14,00	\$ 70,00
fileta de pescado	\$ 4,00	5	\$ 8,00	\$ 40,00
camarones apanado	\$ 7,05	5	\$ 10,00	\$ 50,00
ceviche camarón	\$ 6,20	5	\$ 10,00	\$ 50,00
ceviche cangrejo	\$ 6,15	5	\$ 10,00	\$ 50,00
ceviche mixto	\$ 6,00	5	\$ 14,00	\$ 70,00
arroz marinero	\$ 8,00	5	\$ 12,00	\$ 60,00
porción de arroz	\$ 0,85	5	\$ 2,00	\$ 10,00
porción de patacón	\$ 1,20	5	\$ 3,00	\$ 15,00
arroz con menestra y pollo	\$ 2,00	5	\$ 3,00	\$ 15,00
arroz con menestra y chuleta	\$ 2,25	5	\$ 3,50	\$ 17,50
arroz con menestra y carne	\$ 2,00	5	\$ 3,00	\$ 15,00
parrillada de marisco	\$ 15,60	5	\$ 17,00	\$ 85,00
parrillada	\$ 7,60	5	\$ 12,00	\$ 60,00
parrillada mar y tierra	\$ 13,00	5	\$ 18,00	\$ 90,00
total costo producción	\$ 132,16			
			DIARIO	\$ 1.037,50

Figura 36.Presupuesto de ventas diaria, semanal, mensual, anual

VENTAS "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"					
Producto	Venta diaria (UNID)	Venta diaria en dolares	Ingreso total mensual	Ingreso anual	porcentaje de venta
PROYECCION	105	\$ 1.037,50	\$ 31.125,00	\$ 373.500,00	100%
TOTAL			\$ 31.125,00	\$ 373.500,00	100%

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Producto	Año 1	Año 2(+3%)	Año 3(+3%)	Año 4(+3%)	Año 5(+3%)
Ingresos por ventas					
PROYECCION	\$ 373.500,00	\$ 392.175,00	\$ 411.783,75	\$ 432.372,94	\$ 453.991,58

Figura 37. Proyección de Ventas

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

"MARISQUERIA PARILLADA D.A.E.T"					
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA:					
Fórmula para producir					
DESCRIPCIÓN	cant.	COSTO PRODUCCION	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Combo económico	5	\$ 6,95	\$ 34,75	\$ 1.042,50	\$ 12.510,00
combo especial	5	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00
arroz con cangrejo	5	\$ 6,35	\$ 31,75	\$ 952,50	\$ 11.430,00
ensalada de cangrejo	5	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
tiro libres	5	\$ 3,71	\$ 18,55	\$ 556,50	\$ 6.678,00
Corvina	5	\$ 6,05	\$ 30,25	\$ 907,50	\$ 10.890,00
mixto de cangrejo	5	\$ 9,20	\$ 46,00	\$ 1.380,00	\$ 16.560,00
fileta de pescado	5	\$ 4,00	\$ 20,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
camarones apanado	5	\$ 7,05	\$ 35,25	\$ 1.057,50	\$ 12.690,00
ceviche camarón	5	\$ 6,20	\$ 31,00	\$ 930,00	\$ 11.160,00
ceviche cangrejo	5	\$ 6,15	\$ 30,75	\$ 922,50	\$ 11.070,00
ceviche mixto	5	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
arroz marinero	5	\$ 8,00	\$ 40,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
porción de arroz	5	\$ 0,85	\$ 4,25	\$ 127,50	\$ 1.530,00
porción de patacón	5	\$ 1,20	\$ 6,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
arroz con menestra y pollo	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
arroz con menestra y chuleta	5	\$ 2,25	\$ 11,25	\$ 337,50	\$ 4.050,00
arroz con menestra y carne	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
parrillada de marisco	5	\$ 15,60	\$ 78,00	\$ 2.340,00	\$ 28.080,00
parrillada	5	\$ 7,60	\$ 38,00	\$ 1.140,00	\$ 13.680,00
parrillada mar y tierra	5	\$ 13,00	\$ 65,00	\$ 1.950,00	\$ 23.400,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	105	\$ 132,16	\$ 660,80	\$ 19.824,00	\$ 237.888,00

Figura 38. Materia Prima

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Costo de Producción		1,02	1,02	1,02	1,02
AÑOS	1	2	3	4	5
Materia Prima	\$237.888,00	\$242.645,76	\$247.498,68	\$252.448,65	\$257.497,62
MOD	\$32.061,67	\$32.702,90	\$33.356,96	\$34.024,10	\$34.704,58
CIF	\$42.002,17	\$42.842,22	\$43.699,06	\$44.573,04	\$45.464,50
Total	\$311.951,84	\$318.190,88	\$324.554,69	\$331.045,79	\$337.666,70

Figura 39. Costo de Producción

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

PRESUPUESTO DE MOD DEL PERSONAL "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"								
CARGO	SUELDO	BENEFICIOS DE LEY					TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
		DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	9,45% Aporte Personal	11,15 % Aporte Patronal	VACACIONES		
Cocinero 1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 394,00	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 577,97	\$ 6.935,67
Cocinero 2	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 394,00	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 577,97	\$ 6.935,67
Cocinero 3	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 394,00	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 20,83	\$ 577,97	\$ 6.935,67
Ollero	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 468,94	\$ 5.627,33
Parrillero	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 468,94	\$ 5.627,33
TOTAL	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 1.970,00	\$ 217,35	\$ 256,45	\$ 95,83	\$ 2.671,81	\$ 32.061,67

Figura 40. Presupuesto de Mano de Obra Directa

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Gastos de Operación "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"		
Descripción	Mensual	Anual
Servicios de internet	\$ 25	\$ 300
Artículos de limpieza	\$ 75	\$ 900
Servicio de Teléfono	\$ 20	\$ 240
Servicio de Luz	\$ 100	\$ 1.200
Servicio de agua	\$ 300	\$ 3.600
Arriendo local	\$ 1.000	\$ 12.000
Guantes, mandiles, mallas	\$ 60	\$ 720
TOTAL	\$ 1.580	\$ 18.960

Figura 41. Gasto de Operación

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

PRESUPUESTO DE MATERIALES - INDIRECTOS "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"					
DESCRIPCIÓN	U. MEDIDA	CANT .	COSTO UNIT	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tarrinas	UNI	38	0,02	\$ 0,57	\$ 6,84
Servilletas	UNI	44	0,01	\$ 0,22	\$ 2,64
Cucharas	UNI	34	0,02	\$ 0,68	\$ 8,16
Cubiertos	UNI	32	0,02	\$ 0,48	\$ 5,76
Papel aluminio	UNI	6	0,02	\$ 0,11	\$ 1,26
Funda plástica grande	UNI	44	0,50	\$ 22,00	\$ 264,00
Vasos plásticos	UNI	44	0,06	\$ 2,64	\$ 31,68
Total			\$ 0,63	\$ 26,70	\$ 320,34

Figura 42. Presupuestos de Materiales Indirectos

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

PRESUPUESTO DEL PERSONAL "MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"								
CARGO	SUELDO	BENEFICIOS DE LEY					TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
		DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	9,45% Aporte Personal	11,15 % Aporte Patronal	VACACIONES		
Asistente Administrativo	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 394,00	\$ 51,98	\$ 61,33	\$ 22,92	\$ 586,65	\$ 7.039,83
Mesero 1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 435,61	\$ 5.227,33
Mesero 2	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 435,61	\$ 5.227,33
Mesero 3	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 394,00	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 16,67	\$ 435,61	\$ 5.227,33
TOTAL	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.576,00	\$ 165,38	\$ 195,13	\$ 72,92	\$ 1.893,49	\$ 22.721,83

Figura 43.Presupuestos del Personal
Figura 44.Presupuestos del Personal

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS "MARIQUERIA PARRILLADA D.A.E.T"								
ACTIVOS FIJOS	VALOR	AÑOS	DEPRECIACION 2020	DEPRECIACION 2021	DEPRECIACION 2022	DEPRECIACION 2023	DEPRECIACION 2024	TOTAL
Maquinarias y equipos	\$ 11.924	10	\$ 1.192	\$ 1.192	\$ 1.192	\$ 1.192	\$ 1.192	\$ 17.896
Equipo de computo	\$ 1.550	3	\$ 517	\$ 517	\$ 517	\$ 0	\$ 0	\$ 3.103
Muebles y Equipos de oficina	\$ 8.614	10	\$ 861	\$ 861	\$ 861	\$ 861	\$ 861	\$ 4.307
Total de depreciación			\$ 2.570	\$ 2.570	\$ 2.570	\$ 2.054	\$ 2.054	\$ 25.306

Figura 45. Depreciación
Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

MARISQUERIA PARRILLADA D.A.E.T					
ESTADOS DE RESULTADOS					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 373.500,00	\$ 392.175,00	\$ 411.783,75	\$ 432.372,94	\$ 453.991,58
Costo de Producción	\$ 311.951,84	\$ 318.190,88	\$ 324.554,69	\$ 331.045,79	\$ 337.666,70
Utilidad bruta	\$ 61.548,16	\$ 73.984,12	\$ 87.229,06	\$ 101.327,15	\$ 116.324,88
GASTOS OPERATIVOS					
(-) Sueldos del Personal	\$ 22.721,83	\$ 23.176,27	\$ 23.639,80	\$ 24.112,59	\$ 24.594,84
(-) Depreciación	\$ 2.570,47	\$ 2.570,47	\$ 2.570,47	\$ 2.053,80	\$ 2.053,80
(-) Gastos de Operación	\$ 18.960,00	\$ 18.960,00	\$ 18.960,00	\$ 18.960,00	\$ 18.960,00
(-) Interés	\$ 1.177,49	\$ 978,77	\$ 763,16	\$ 529,22	\$ 275,40
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 45.429,79	\$ 45.685,51	\$ 45.933,42	\$ 45.655,61	\$ 45.884,04
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 16.118,37	\$ 28.298,62	\$ 41.295,64	\$ 55.671,54	\$ 70.440,84
(-) 15% Trabajadores	\$ 2.417,76	\$ 4.244,79	\$ 6.194,35	\$ 8.350,73	\$ 10.566,13
(-) 25% IR	\$ 4.029,59	\$ 7.074,65	\$ 10.323,91	\$ 13.917,88	\$ 17.610,21
UTILIDAD NETA	\$ 9.671,02	\$ 16.979,17	\$ 24.777,38	\$ 33.402,92	\$ 42.264,50

Figura 46. Estado de Resultado
Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

INVERSION DE CAPITAL		
DETALLE	APORTE	TOTAL
CAPITAL PROPIO	40%	\$ 9.235,20
PRESTAMO	60%	\$ 13.852,80
FINANCIAMIENTO	100%	\$ 23.088,00

Figura 47. Inversión de Capital

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO				
Período	Cuota anual	Amortización	Interés	Saldo crédito
0				\$ 13.853
1	\$ 3.515,37	\$ 2.337,88	\$ 1.177,49	\$ 11.514,92
2	\$ 3.515,37	\$ 2.536,60	\$ 978,77	\$ 8.978,32
3	\$ 3.515,37	\$ 2.752,21	\$ 763,16	\$ 6.226,12
4	\$ 3.515,37	\$ 2.986,15	\$ 529,22	\$ 3.239,97
5	\$ 3.515,37	\$ 3.239,97	\$ 275,40	\$ 0,00

Figura 48. Amortización de Préstamo

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

TABLA DE AMORTIZACION					
	INSTIT. FINANCIERA	BANCO DEL PACÍFICO			
	MONTO EN USD	13.852,80			
	TASA DE INTERES	8,50%			
	PLAZO	5 años			
	TASA MENSUAL				
	FECHA DE INICIO	Ene/01/20			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACION CADA	30 días			
	Número de períodos	60 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	CAPITAL	CUOTAS
0		13.852,80			
1	01-ene-2020	13.666,71	98,12	186,09	284,21

2	01-feb-2020	13.479,31	96,81	187,41	284,21
3	01-mar-2020	13.290,57	95,48	188,73	284,21
4	01-abr-2020	13.100,50	94,14	190,07	284,21
5	01-may-2020	12.909,09	92,80	191,42	284,21
6	01-jun-2020	12.716,32	91,44	192,77	284,21
7	01-jul-2020	12.522,18	90,07	194,14	284,21
8	01-ago-2020	12.326,67	88,70	195,51	284,21
9	01-sep-2020	12.129,77	87,31	196,90	284,21
10	01-oct-2020	11.931,48	85,92	198,29	284,21
11	01-nov-2020	11.731,78	84,51	199,70	284,21
12	01-dic-2020	11.530,67	83,10	201,11	284,21
			1.088,40	2.322,13	3.410,54
13	01/01/202	11.328,13	81,68	202,54	284,21
14	01-feb-2020	11.124,16	80,24	203,97	284,21
15	01-mar-2021	10.918,75	78,80	205,42	284,21
16	01-abr-2021	10.711,88	77,34	206,87	284,21
17	01-may-2021	10.503,54	75,88	208,34	284,21
18	01-jun-2021	10.293,73	74,40	209,81	284,21
19	01-jul-2021	10.082,43	72,91	211,30	284,21
20	01-ago-2021	9.869,64	71,42	212,79	284,21
21	01-sep-2021	9.655,34	69,91	214,30	284,21
22	01-oct-2021	9.439,52	68,39	215,82	284,21
23	01-nov-2021	9.222,17	66,86	217,35	284,21
24	01-dic-2021	9.003,28	65,32	218,89	284,21
			883,15	2.527,39	3.410,54
25	01-ene-2022	8.782,84	63,77	220,44	284,21
26	01-feb-2022	8.560,84	62,21	222,00	284,21
27	01-mar-2022	8.337,27	60,64	223,57	284,21
28	01-abr-2022	8.112,12	59,06	225,16	284,21
29	01-may-2022	7.885,36	57,46	226,75	284,21
30	01-jun-2022	7.657,01	55,85	228,36	284,21
31	01-jul-2022	7.427,03	54,24	229,97	284,21
32	01-ago-2022	7.195,43	52,61	231,60	284,21
33	01-sep-2022	6.962,19	50,97	233,24	284,21
34	01-oct-2022	6.727,29	49,32	234,90	284,21
35	01-nov-2022	6.490,73	47,65	236,56	284,21
36	01-dic-2022	6.252,50	45,98	238,24	284,21
			659,75	2.750,79	3.410,54
37	01-ene-2023	6.012,57	44,29	239,92	284,21
38	01-feb-2023	5.770,95	42,59	241,62	284,21
39	01-mar-2023	5.527,62	40,88	243,33	284,21
40	01-abr-2023	5.282,56	39,15	245,06	284,21
41	01-may-2023	5.035,77	37,42	246,79	284,21
42	01-jun-2023	4.787,22	35,67	248,54	284,21
43	01-jul-2023	4.536,92	33,91	250,30	284,21
44	01-ago-2023	4.284,85	32,14	252,07	284,21
45	01-sep-2023	4.030,99	30,35	253,86	284,21
46	01-oct-2023	3.775,33	28,55	255,66	284,21
47	01-nov-2023	3.517,86	26,74	257,47	284,21
48	01-dic-2023	3.258,57	24,92	259,29	284,21
			416,61	2.993,93	3.410,54
49	01-ene-2024	2.997,44	23,08	261,13	284,21

50	01-feb-2024	2.734,46	21,23	262,98	284,21
51	01-mar-2024	2.469,61	19,37	264,84	284,21
52	01-abr-2024	2.202,90	17,49	266,72	284,21
53	01-may-2024	1.934,29	15,60	268,61	284,21
54	01-jun-2024	1.663,78	13,70	270,51	284,21
55	01-jul-2024	1.391,35	11,79	272,43	284,21
56	01-ago-2024	1.117,00	9,86	274,36	284,21
57	01-sep-2024	840,70	7,91	276,30	284,21
58	01-oct-2024	562,44	5,95	278,26	284,21
59	01-nov-2024	282,21	3,98	280,23	284,21
60	01-dic-2024	0,00	2,00	282,21	284,21
			151,97	3.258,57	3.410,54

Figura 49. Amortización

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra

Anexo 8. H

MODELO CANVAS				
Socios Claves	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
MODELO CANVAS				
Socios Claves * Distribuidores de Bebidas * Supermercados y Tiendas del Sector. * Proveedores de Mariscos. * Proveedores de Especies. *Plásticos Litoral. * Proveedores de Productos de Limpieza.	Actividades Clave * Producción y Elaboración de Productos Alimenticios. * Compra de Materia Prima y Almacenamiento. * Innovación en el Producto y Servicio. * Rediseño Periódicas del Establecimiento. * Comunicación con los Clientes. * Capacitación Constante a los Colaboradores.	Propuesta de Valor * Brindar Productos de Calidad. * Precios competitivos acorde al mercado. * Brindar Servicio a Domicilio. * Local con Ambiente Agradable. * Ofrecer Servicio de Parrilladas * Ofrecer shows en vivo.	Relación con el Cliente * Atención Personalizada (interactuar). * Redes Sociales. * Ofrecer incentivos como promociones, descuentos * Brindar Producto y Servicio de Calidad.	Segmentos de Clientes * Habitantes del Sector. * Jóvenes. * Adultos. * Personas amantes a los Mariscos. * Personas que Prefieran Comer Carne de Res
	Recursos Clave * Instalación Adecuada Acorde a la Actividad. * Inversión Inicial. * Personal Capacitado. * Maquinaria * Materia Prima. * Equipos y Suministros.		Canales * Ventas Telefónicas. * Publicidad Redes Sociales. * Venta Directa. * Entrega de Volantes. * Servicio de Entrega a Domicilio. (Glovo, Uber eats)	
Estructura de Costes *Gastos del Personal (Sueldos, Bonos e Incentivos). * Costo de Producción. * Gasto Administrativos Y Ventas.		Estructura de Ingresos * Venta de los Platillos en el Local y Entrega a Domicilio. * Ventas para Eventos Empresariales.		

Figura 50. Modelo de Negocio Canvas

Elaborado por: Diego Andrés Erazo Tierra