

# **LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Roxana Mariuxi Quimì Romero**

## **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE DE ASADOS “FAMILIARES”**

Trabajo de Conclusión de Carrera (T.C.C.) presentado como requisito parcial para la obtención del grado en Licenciatura en Administración de empresas de la Facultad de Negocios y Economía.

**UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO**

Guayaquil, 2019

QUIMI, Roxana, Proyecto de Factibilidad para la Implementación del Restaurante de Asados “Familiares” en la Ciudad de Guayaquil.: UPACÍFICO, 2019, 55p. PhD. Margarita Ayala Bolaños (Trabajo de Conclusión de Carrera – T.C.C. presentado a la Facultad de Negocios y Economía Especialización Administración de Empresas de la Universidad Del Pacífico).

Resumen: El plan de negocio es una herramienta que permite contar con una planificación previa, sea esta una implementación nueva de un negocio, una expansión o renovación de la empresa. Un plan de negocios describe las ideas de una persona que quiere emprender un nuevo negocio. Sin embargo, es fundamental que estas ideas cuenten con una planificación de actividades, asignación de recursos materiales y humanos. Teniendo la finalidad de contar con la información necesaria para que el negocio tenga resultados satisfactorias para los inversionistas o dueños del mismo. Este documento incluye elementos fundamentales como es el caso del estudio de la organización, asignación de personal, asignación de recursos materiales, análisis económico y análisis del mercado que le permite conocer el nivel de competitividad al que estará expuesto tratando de disminuir las deficiencias y limitaciones internas o externas del mercado.

Palabras claves: Venta, Economía, Demanda, Mercado, población.

	<b>ENTREGA DE TRABAJO (CONCLUSIÓN DE CARRERA DE GRADO)</b>	Fecha: 09/07/2015
	<b>PA-FR-67</b>	Versión: 001
		Página: III de 1

### DECLARACIÓN

**Al presentar este Trabajo de Conclusión de Carrera como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad Del Pacífico, hago entrega del documento digital, a la Biblioteca de la Universidad.**

**El estudiante certifica estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Conclusión de Carrera dentro de las Regulaciones de la Universidad, acorde con lo que dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144.**

**Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar cuatro copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera para que sean reportados en el Repositorio Nacional conforme lo dispuesto por el SENESCYT.**

**Para constancia de esta declaración, suscribe**



**Roxana Quimi Romero  
Estudiante de la Facultad de Negocios y Economía  
Universidad Del Pacífico**

<b>Fecha:</b>	<b>Guayaquil, Octubre 2019</b>
<b>Título de T.C.C.:</b>	<b>Proyecto de factibilidad para la Implementación del Restaurante de Asados Familiares</b>
<b>Autor:</b>	<b>Roxana Mariuxi Quimi Romero</b>
<b>Tutor:</b>	<b>Margarita Ayala Bolaños, PhD Xavier Heredia Flores, PhD</b>
<b>Fecha de calificación:</b>	<b>Octubre del 2019</b>

## **DECLARACION DE AUTORÍA**

Yo,...ROXANA MARIUXI QUIMI ROMERO..., declaro ser autor exclusivo del presente trabajo de titulación de grado.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de nuestra responsabilidad.

Por medio del presente documento cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Del Pacífico para que pueda hacer uso del texto completo de es este documento

Proyecto de Factibilidad para la implementación del Restaurante de asados" Familiares", con fines académicos y/o de investigación.

ROXANA QUIMI ROMERO

## DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

Al presentar este documento, en formato impreso (x copias) y en digital, como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de...LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS Y ECONOMÍA...de la Universidad Del Pacífico, autorizo a la Biblioteca de la Universidad para que lo ponga a disposición para consultas y lectura con fines académicos y de investigación.

Igualmente, autorizo a la Universidad Del Pacífico para que se realicen copias de este documento en el marco de las normas de la UPACIFICO y de conformidad con lo dispuesto en la LOES 2010 Art 144.

*“LOES Art. 144.- Tesis Digitalizadas. - Todas las instituciones de educación superior estarán obligadas a entregar las tesis que se elaboren para la obtención de títulos académicos de grado y posgrado en formato digital para ser integradas al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor”*

Roxana Quimí Romero

Guayaquil, octubre del 2019.

## INDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I. JUSTIFICACION, OBJETIVOS .....	1
I.B OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO O MODELO DE NEGOCIO .....	2
I.B.1. GENERAL .....	2
I.B.2. ESPECÍFICOS .....	2
I.C OBJETIVOS DEL NUEVO EMPRENDIMIENTO O MODELO DE NEGOCIOS .....	2
I.D METODOLOGÍA UTILIZADA (MODELOS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN UTILIZADAS. EJEMPLO DIAMANTE DE PORTER) .....	3
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	5
II.1. PLAN DE NEGOCIOS.- .....	5
II.2. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE NEGOCIO .....	6
CAPÍTULO III. ANALISIS DEL ENTORNO .....	8
III.A.1. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES .....	8
III.A.2. FACTORES ECONÓMICOS .....	8
III.A.3. FACTORES SOCIALES .....	8
III.A.4. FACTORES TECNOLÓGICOS .....	8
CAPÍTULO IV .....	9
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DEL EMPRENDIMIENTO O MODELO DE NEGOCIO .....	9
CAPÍTULO V. ESTUDIO DE MERCADO .....	11
OBJETIVO .....	11
METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	11
SELECCIÓN DE LA MUESTRA .....	11
FORMA DE PAGO .....	18
V.A.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	19

CAPITULO VI. PLAN ESTRATÉGICO.....	22
VI. A DIRECTRICES DEL NEGOCIO .....	22
VI.A.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	22
VI.A.2 MISIÓN, VISIÓN OBJETIVOS .....	22
VI.A.3 CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORA DEL NEGOCIO .....	23
VI.A.4 VENTAJAS COMPETITIVAS DEL NEGOCIO .....	24
VI. B. ANÁLISIS FODA.....	24
ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX.....	25
VI.B.1. PRODUCTO .....	25
PRODUCTOS PARTE DEL MENÚ.....	25
VI.B.2 Precio .....	28
VI.B.3 PLAZA.....	28
VI.B.4 PROMOCIÓN.....	28
VI.C. Modelo del Negocio.....	28
VI.D ESTRATEGIAS DEL MODELO DE NEGOCIO .....	30
VI.E. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	30
VI.F. CARGOS Y FUNCIONES.....	30
VI.G. CADENA DE VALOR.....	33
CAPITULO VII. ASPECTOS FINANCIEROS.....	34
VII.B. ESTRUCTURA Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	35
VII.C. CAPITAL DE TRABAJO .....	35
VII.E. Proyección de ventas mensual para el primer año luego implementación de Plan de Marketing.....	38
VII.I. VALOR PRESENTE NETO, TASA INTERNA DE RETORNO .....	39
CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	41

CONCLUSIONES .....	41
RECOMENDACIONES .....	41
BIBLIOGRAFÍA .....	42
ANEXO A.....	44
REQUISITOS Y PERMISOS LEGALES PARA LOCAL DE COMIDA .....	44

# INTRODUCCIÓN

## CAPITULO I. JUSTIFICACION, OBJETIVOS

### I.a Justificación

En la ciudad de Guayaquil se realizan diferentes tipos de actividades económicas, entre las cuales la que destaca de manera representativa es la de servicios alimenticios. De acuerdo (Magretta, 2014) el sector terciario de servicios de venta de comida tiene una participación del 52% en relación al total de actividades económicas en esta área en el Ecuador, donde el expendio y consumo de comida asada tiene un puesto relevante entre las preferencias del consumidor. Entre los locales más conocidos y con mayor tiempo en el mercado se tiene a la parrillada del Sol, parrillada del ñato, parrillada del este que son los de mayor afluencia en la Guayaquil.

En relación a las empresas y negocios enmarcados en el expendio de comida de tipo parrillada se tiene diferentes restaurantes que venden comida asada, sin embargo, la propuesta de esta empresa como es el expendio de comida tipo piqueos y asados BBQ para toda la familia, en un ambiente cómodo, elegante y familiar. En la ciudad de Guayaquil se tiene alrededor de 16 locales de comida conocidos, siendo los más relevantes la parrillada del ñato con 35 años en el mercado y la parrillada punta del este con 25 años, existiendo una inclinación por los guayaquileños por la compra de comidas de este tipo.

En el caso del negocio propuesto en donde el expendio del producto es de parrilladas y piqueos en un ambiente familiar, en donde el carácter diferenciador de este restaurante será que se contará con un área de juegos para niños y personal que controle a los pequeños

clientes, en caso de requerirle además de proporcionar actividades para que los menores de edad se entretengan y permitan que la familia se divierta y pase un momento ameno y deguste platos de comida en este local.

## **I.B OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO O MODELO DE NEGOCIO**

### **I.B.1. GENERAL**

Determinar la viabilidad de la creación de de un restaurante de comida asada (parrillada) y piqueos en un ambiente cómodo, elegante y familiar mediante la elaboración de un plan de negocios para evidenciar la factibilidad de esta propuesta.

### **I.B.2. ESPECÍFICOS**

- Realizar el estudio financiero de la creación de de un restaurante de comida asada (parrillada) y piqueos.
- Elaborar el estudio de la organización de la creación de de un restaurante de comida asada (parrillada) y piqueos.
- Proponer un estudio técnico de la creación de de un restaurante de comida asada (parrillada) y piqueos.

## **I.C OBJETIVOS DEL NUEVO EMPRENDIMIENTO O MODELO DE NEGOCIOS**

El modelo de negocio determina la estructura de la organización, los recursos materiales y humanos, además de los productos o servicios que se puede brindar para cubrir las necesidades en el mercado. El objetivo del modelo de negocios es brindar características diferenciadoras que permitan mejorar el volumen de ventas y contribuyan con la viabilidad del negocio.

La cultura ecuatoriana está centrada en la familia, en compartir momentos de esparcimiento dentro del grupo familiar durante las horas de almuerzo o cena de los alimentos diarios. En relación a esto, la propuesta de negocios es un restaurante de expendio de comida asada y piqueos enfocada en brindar un servicio de alimentación para la familia, con espacios de entretenimiento para los niños que permita compartir momentos de esparcimiento antes, durante y después de la ingesta de comida.

Las características del local de expendio de parrillada, tendrá un ambiente acogedor y familiar para el entretenimiento y diversión de los más pequeños, durante el tiempo de espera para recibir las órdenes de comida solicitadas. Asientos y televisores, por áreas con espacios de descanso acogedores para la familia y los miembros de la familia.

El objetivo es brindar un ambiente confortable que permita que las familias compartan tiempo de calidad, muy similar a una cena o almuerzo familiar realizado en su hogar de manera ágil y cómoda consumiendo comida tipo parrillada, piqueos y platos a la carta con personal suficiente para que la espera sea corta y el tiempo que pasen en el restaurante cumpla con las expectativas de los clientes.

### **I.D METODOLOGÍA UTILIZADA (MODELOS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN UTILIZADAS. EJEMPLO DIAMANTE DE PORTER).**

La metodología utilizada en la presente investigación es el análisis DAFO para conocer las oportunidades que puede tener el negocio, amenazas a las que está expuesto, fortalezas que pueden permitir fungir un carácter diferenciador y debilidades que se debe conocer previamente.

El modelo CANVAS se consideró para realizar un análisis estratégico del negocio, en donde se definen nueve aspectos entre los cuales se tiene el segmento de mercado, clientes,

propuestas de valor que permitirán diferenciar la empresa de los negocios actuales, canales de distribución, actividades claves, socios y flujos de efectivos proyectados del negocio abarcando así aspectos fundamentales para la determinación de la viabilidad de la organización.

Finalmente, se realizó un análisis de las cinco fuerzas de Porter que permite analizar el nivel de competencia dentro de un mercado o segmento de éste y poder desarrollar una estrategia de negocio, fundamentándose y centrándose en los principales elementos del mercado basados en los competidores y compradores, así como también los productos sustitutos y proveedores que influyen en el precio de los productos y servicios.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

**II.1. PLAN DE NEGOCIOS.-** El plan de negocios es una hoja de ruta que permite abordar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro y para navegar exitosamente a través del entorno competitivo particular de ese negocio, ya sea que se trate de una empresa nueva, una expansión de una firma existente, una escisión de una corporación matriz, o incluso un proyecto dentro de la organización establecida.

*El plan de negocios detalla aspectos necesarios para el éxito de la organización en donde se especifican las oportunidades, amenazas, grupo focal, descripción de procesos a futuro que se deben realizar para que se obtenga la maximización de beneficios y rentabilidad durante la aplicación del negocio considerando su puesta en marcha. (Muñoz, 2016)*

*A nivel empresarial la aplicación de instrumentos y herramientas de gestión, es una parte fundamental para el desarrollo del negocio, es por esto que se tiene que la utilización de un plan de negocio como requisito fundamental en la implementación de un negocio, es una práctica común puesto que en el mismo se incluye una análisis financiero y viabilidad económica con el objetivo de disminuir el riesgo en la empresa. (Harmon, 2014)*

El plan de negocio es una herramienta que permite contar con una planificación previa, sea esta una implementación nueva de un negocio, una expansión o renovación de la empresa. Un plan de negocios describe las ideas de una persona que quiere emprender un nuevo negocio. Sin embargo, es fundamental que estas ideas cuenten con una planificación de actividades, asignación de recursos materiales y humanos. Teniendo la finalidad de contar con la información necesaria para que el negocio tenga resultados satisfactorias para los inversionistas o dueños del mismo.

Este documento incluye elementos fundamentales como es el caso del estudio de la organización, asignación de personal, asignación de recursos materiales, análisis económico y análisis del mercado que le permite conocer el nivel de competitividad al que estará expuesto tratando de disminuir las deficiencias y limitaciones internas o externas del mercado.

Un plan de negocio es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona emprendedora y en él plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar. Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza. Mediante el plan de negocio se evalúa la calidad del negocio en sí. En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre ésta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro.

## **II.2. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE NEGOCIO**

La estructura general de un plan de negocios podría ser la siguiente:

**Resumen Ejecutivo:** En esta parte se resume la totalidad del proyecto para que en una lectura rápida se pueda obtener la información y conocimiento referente a este proyecto.

**Descripción del producto o servicio:** Especificación exhaustiva de las características del producto o servicio que se va a brindar.

**Equipo directivo:** El personal responsable de la implementación de esta propuesta de investigación.

**Análisis del mercado:** En el análisis de mercado se incluye la oferta y la demanda que esta destinada a aplicarse en la investigación de manera generalizada.

**Plan de marketing:** Incluye la plaza, producto, precio y promoción que se puede aplicar en la investigación.

**Sistema de negocio:** Indica los procesos que se van a llevar a cabo en el desarrollo del negocio.

**Cronograma:** Determina

**Análisis DOFA:** identificar Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, cómo potenciar los aspectos positivos y cómo desarrollar estrategias para contrarrestar los negativos.

**Financiación:** es un punto clave, debe ser un análisis detallado de la situación financiera del negocio, incluye las necesidades de financiamiento, los resultados esperados, las fuentes posibles de financiación y los estados y ratios financieros generalmente usados. Puede incluir una valoración inicial del negocio a través de flujos de caja descontados. Si lo que se busca es capital de riesgo se deben proponer alternativas de “salida” a los inversionistas.

**Conclusiones:** Resalta factores claves realistas incluyendo riesgos.

## **CAPÍTULO III. ANALISIS DEL ENTORNO**

En base a la Cámara de Turismo de Guayaquil se detalla a continuación los requisitos para la implementación de un local de parrilladas del tipo que se está proponiendo en esta investigación:

### **III.A.1. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES**

Se requiere contar con un registro único de turismo, siguiendo todos los requisitos legales que se detallan en el Anexo A, el local debe contar con permiso de funcionamiento, patente municipal, permiso sanitario debido al expendio de comida que se va a realizar y permiso del cuerpo de bomberos.

Todos estos requisitos son necesarios para la instalación de un lugar que venda parrilladas y piqueos en la ciudad de Guayaquil.

### **III.A.2. FACTORES ECONÓMICOS**

En relación a los factores económicos se tiene que se incurrió en un costo inicial de 22.940\$ para lo cual se realizará una inversión mediante un crédito bancario de 15000 y recursos propios de aproximadamente 10000\$ para la puesta en marcha del negocio.

### **III.A.3. FACTORES SOCIALES**

La implementación del negocio permitirá contratar mano de obra de un total aproximado de 10 personas generando así plazas de trabajo y mejorando la situación económica del país mediante la creación de un lugar de comidas de parrillada y piqueos familiares.

### **III.A.4. FACTORES TECNOLÓGICOS**

En relación a los factores tecnológicos se utilizará un sistema ERP de manejo de recursos empresariales integrado con la caja registradora para poder lograr hacer una evaluación de los ingresos y egresos del negocio.

## CAPÍTULO IV.

### ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DEL EMPRENDIMIENTO O MODELO DE NEGOCIO

**Modelo CANVAS.-** El modelo canvas es un método innovador que busca especificar los aspectos esenciales que se deben considerar en un proyecto en la cual se separa cuatro aspectos imprescindible indistintamente del negocio que se esté por ejecutar, considerando los clientes hacia donde estará dirigido el producto o servicio, la oferta en relación a la competencia o posibles sustitutos de lo que se está ofreciendo, la infraestructura desde el punto de vida de los recursos y costos en los que se va a incurrir y la viabilidad económica proyectando los futuros ingresos que permitan justificar la inversión en relación al beneficio esperado, subdividiéndose así en nueve divisiones relacionados al enfoque del negocio.

ALIADOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTAS DE VALOR	RELACION CON EL CLIENTE	SEGMENTO DE CLIENTES
Pronaca  Proveedores de productos cárnicos	instalación  Puesta en marcha , arreglo de instalaciones  Preparación de alimentos  Expendio de comida	Uso de TICS  Utilización de sistema ERP  Instalaciones para cuidado de niños	Servicio de venta de comida rápida (piqueos) y parrilladas en un ambiente cómodo, elegante y familiar para degustar asados, platos a la carta y piqueos, dirigido para las familias ecuatorianas	Familias Ecuatorianas  Personas de todo sexo
	RECURSOS CLAVES		CANALES DE DISTRIBUCIÓN   Servicio a Domicilio	
	Recursos humanos  Recurso técnico  Recurso administrativo		FLUJO DE INGRESOS  Costo inicial  Costo de funcionamiento	
	ESTRUCTURA DE COSTOS   Gastos de instalación  Gasto de equipamiento local  Gastos en mobiliario			

**Elaborado por:** La autora

## **CAPÍTULO V. ESTUDIO DE MERCADO**

### **OBJETIVO**

Determinar la oferta y demanda del mercado de comida rápida y parrillada en la ciudad de Guayaquil dirigida a las familias ecuatorianas.

### **METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Se aplicó una muestra representativa a la población objetivo de la presente investigación para determinar, los gustos de los posibles consumidores. El estudio fue de tipo transversal y descriptivo. Para conocer edad, preferencias, frecuencia de consumo, promedio de consumo y forma de pago de la población objetivo.

### **SELECCIÓN DE LA MUESTRA**

Se tomó como referencia la población económicamente activa mayor de 18 años en la ciudad de Guayaquil, de 1.253.029,7 personas de las cuales se seleccionó una muestra en base a la fórmula del tamaño de la muestra cuando se conoce la población:

**Fórmula:**

$$n = \frac{PQN}{(N - 1) * \frac{e^2}{K^2} + PQ}$$

Donde la simbología representa los siguientes parámetros:

- n = Tamaño de la muestra
- PQ = constante de la varianza poblacional (0,25)
- N = tamaño de la población
- e = error máximo admisible (al 5%).

- $K =$  Coeficiente de corrección del error (2).

Una vez descritos los parámetros que se utilizan en el cálculo de la muestra se realiza el procedimiento matemático para obtener el número de personas a encuestar.

$$n = \frac{(0,25) * (1.253.029)}{(1.253.029 - 1) * \frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{37,5}{(195) * \frac{0,0025}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{37,5}{0,098 + 0,25}$$

$$n = 384$$

El total de personas a encuestar son de 384 para conocer sus preferencias en la adquisición de comida.

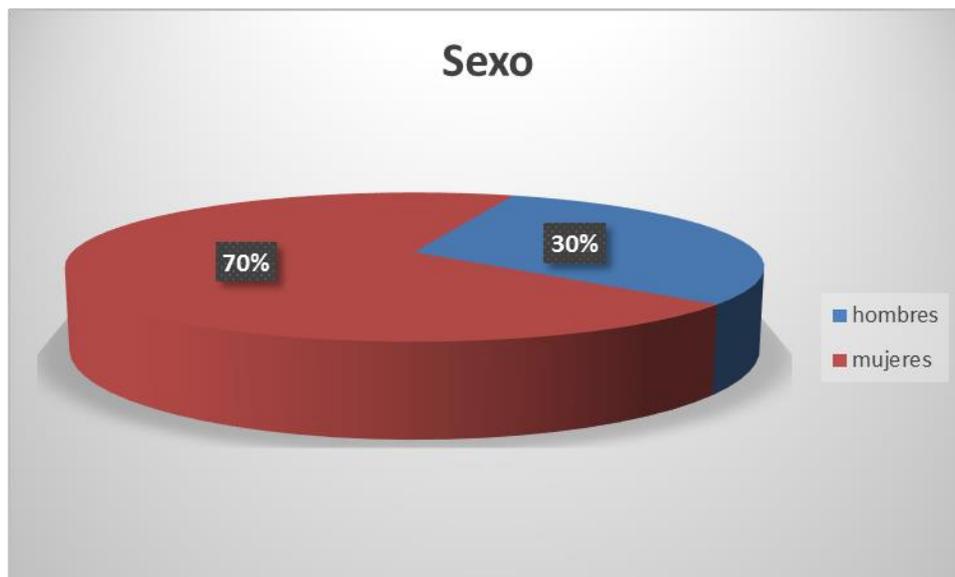
## Resultados

### V.A.1 Oferta y demanda (Análisis de la Demanda)

Tabla 1

#### Sexo

Respuestas	Fr.	%
hombres	117	30%
mujeres	267	70%
Total	384	100%



**Figural1.** Sexo

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

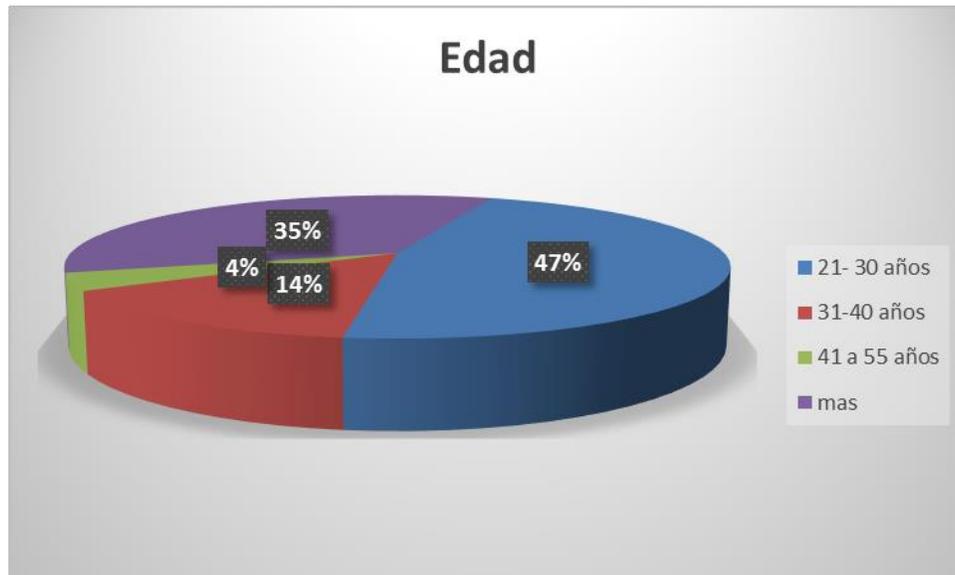
El 30% de los encuestados fueron hombres y el 70% son mujeres evidenciándose una diferencia entre hombres y mujeres en lo que respecta a alimentación.

**EDADES**

Tabla 2

Edades

Edad	Fr.	%
21- 30 años	179	47%
31-40 años	56	15%
41 a 55 años	15	4%
mas	134	35%
Total	384	100%



**Figura 2.** Edades

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

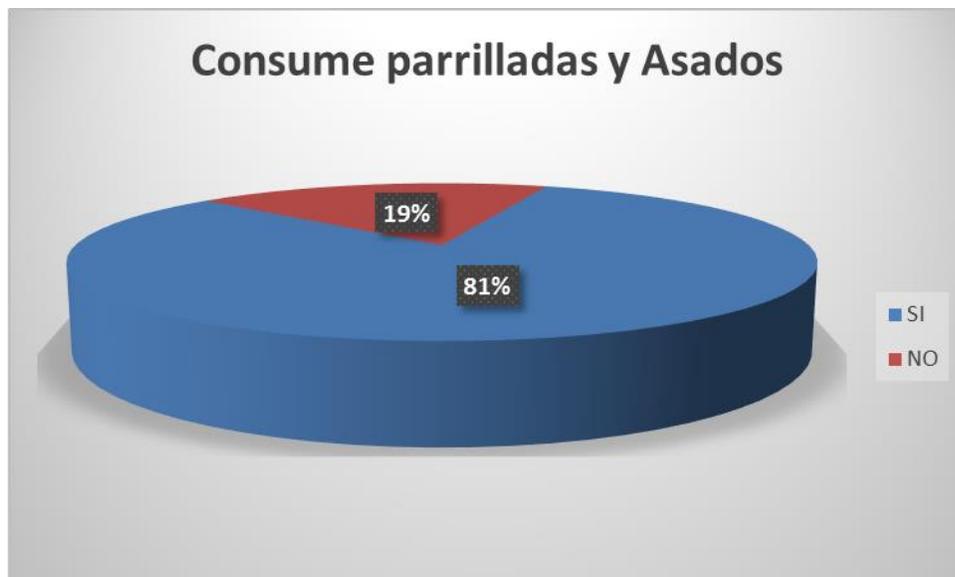
La edad de los encuestados se tiene que el 47% tiene entre 21 y 30 años, el 15% tiene entre 31 y 40 años, el 4% tiene de 41 a 55 años y finalmente el 35% tiene más edad es decir de 56 en adelante.

**CONSUME PARRILLADA Y ASADOS**

**Tabla 3**

**Consumo de parrilladas**

RESPUESTAS	FR.	%
SI	312	81%
NO	72	19%
TOTAL	384	100%



**Figura 3.** Consumo de parrilladas

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

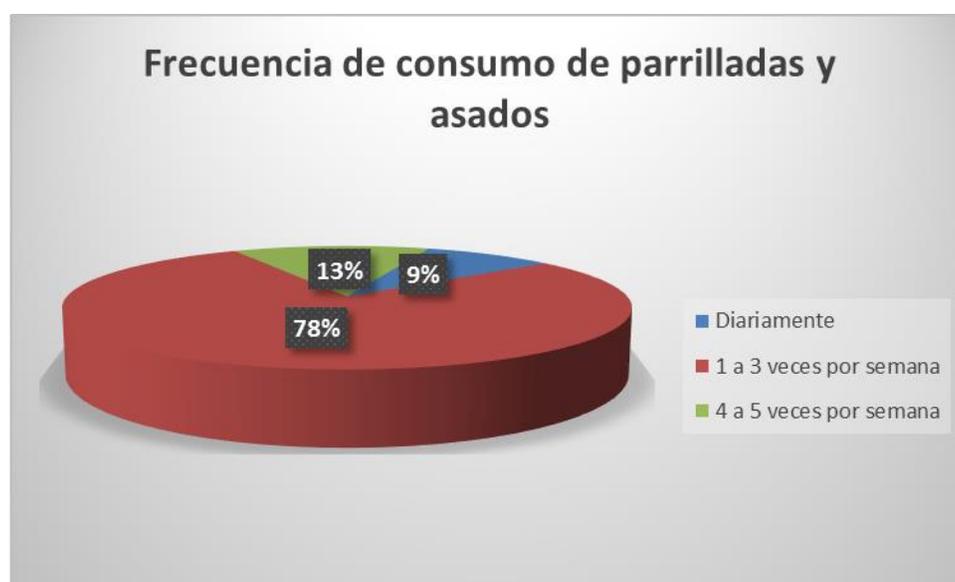
Se tiene un total 312 personas que indicaron que consume parrilladas y asados, que representa el 81% del total de encuestados mientras que el 19% de las personas no consumen este tipo de comida.

## FRECUENCIA DE CONSUMO DE PARRILLADAS Y ASADOS

**Tabla 4**

### Frecuencia de consumo

RESPUESTAS	FR.	%
Diariamente	34	9%
1 a 3 veces por semana	299	78%
4 a 5 veces por semana	51	13%
TOTAL	384	100%



**Figura 4.** Frecuencia de consumo

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

El 9% de los encuestados indica que consume parrilladas y asados, el 78% entre 1 a 3 semanas, mientras que el 13% consume entre 4 a 5 veces por semana este tipo de alimento.

**GASTO ESTIMADO EN CONSUMO DE ALIMENTO EN PARRILLADAS**

**Tabla5**

**Gasto estimado**

Gasto estimado para consumo de alimentos	Fr.	%
\$20-\$30 dólares	134	35%
\$31- \$40 dólares	194	51%
\$41 dólares en adelante	56	15%
Total	384	100%



**Figura 5 . Gasto estimado**

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

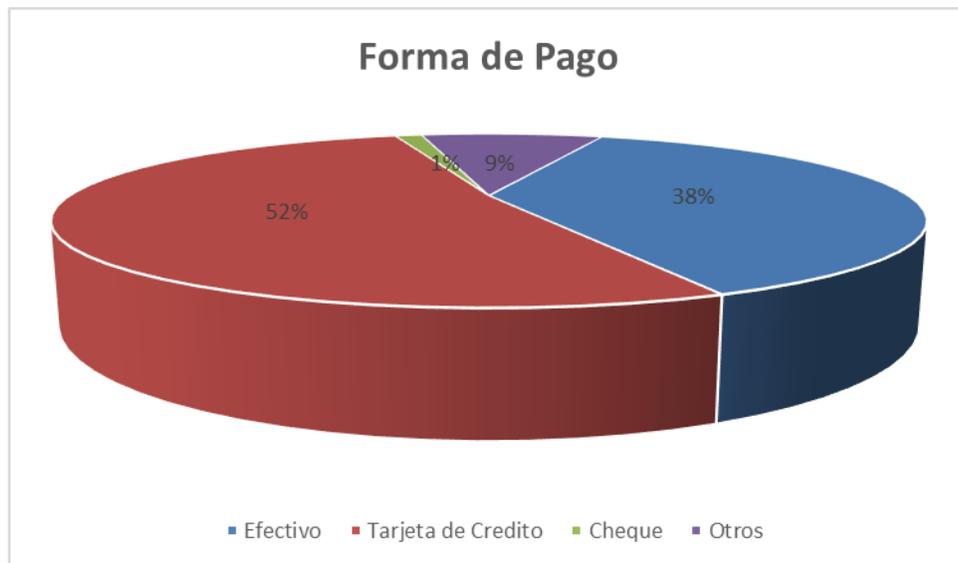
El 35% consume entre 20 y 30 dólares, el 51% entre 31 y 40 dólares, el 15% dentro de los 41 dólares en adelante destina para el consumo de alimentas en parrillada.

## FORMA DE PAGO

**Tabla 6**

**Forma de pago**

Forma de Pago	Fr	%
Efectivo	145	38%
Tarjeta de Crédito	200	52%
Cheque	5	1%
Otros	34	9%
Total	384	100%



**Figura 6.** Forma de pago

**Fuente:** Encuestas aplicadas

**Elaborado por:** La autora

## V.A.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En relación a las empresas y negocios enmarcados como competencia directa se tiene alrededor de 16 locales que por su infraestructura, categoría y presentación son sustitutos directos del negocio como es la parrillada Daniel que brinda piqueos y asados BBQ para toda la familia.

Se debe considerar que en relación a la ubicación la mayoría se encuentra en el norte de la ciudad en lugares con gran afluencia de gente y teniendo como referente de negocio la parrillada del ñato con 37 años en el mercado y la parrillada punta del este con 25 años ya en el mercado.

<b>Nombre</b>	<b>Horario</b>	<b>Ubicación</b>
Parrillada del Ñato	12:00- 22:00	Victor Emilio Estrada 1219
Parrillada del Ñato	12:00- 22:00	Av. Francisco de Orellana
Parrillada Punta del Este	12:00- 00:00	Alborada Av. 2 NE
Parrillada D´sol	09:00 - 23:00	Miraflores, Av. Principal E/ Calle 6ta y 7ma.
Parrilladas Cajape	12:00- 22:00	Atarazana Mz. H Solar 1 Diagonal al Hospital Roberto Gilbert.
Aladino Parrillada BBQ & Grill	17:00 – 23:00	Junto a Urdesa atrás de la FACSO.
El Gaucho Uruguayo	16:00 - 00:00	Ciudadela La Garzota
Parrillada D´Carlin	10:00 - 00:00	Rumichaca #3225 y San Martín frente a Restaurant Los Arbolitos.

Parrillada el Dorado	12:00 - 00:00	Sauces 3
Parrillada Che Marcelo	18:00 - 23:00	Av. Fco. De Orellana, C.C. La Gran Manzana Local 120-121-122.
Restaurante Parrilladas El Cordobes	16:00 - 22:00	Ernesto Albán Mosquera
Parrilla Charrua	12:00 – 00:00	Joaquín Orrantia
Restaurante Parrillada EL corsario	18:00 – 23:00	Av. Plaza Dañin 909 y Miguel H. Alcívar.
Parrillada la Sazón de Quimi	12:00 – 00:00	Plaza San Eduardo
Tablita de Tartaro	08:00 – 22:00	Av. 9 de Octubre y Machala
Rou Parrilla Uruguay	16:30 – 22:30	C.C. Laguna Plaza Km. 12.5 Vía a la Costa
Titas Parrilladas Restaurant	12:00 – 22:00	Gabriel Roldós Garcés

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Años de servicio</b>
Parrillada del Ñato	4,2	37 años
Parrillada del Ñato	4,2	37 años
Parrillada Punta del Este	4,1	25 años
Parrillada D'sol	4,1	15 años
Parrilladas Cajape	4,2	11 años
Aladino Parrillada BBQ & Grill	4,2	4 años
El Gaucho Uruguayo	4,2	10 años
Parrillada D'Carlin	4,8	8 años
Parrillada El Dorado	4,3	3 años
Parrillada Che Marcelo	4,6	12 años
Restaurante Parrilladas El Cordobes	4,5	2 años
Parrilla Charrua	4,5	1 año
Restaurante Parrillada EL Corsario	4,0	1 año
Parrillada la Sazón de Quimí	4,1	3 años
Tablita de Tártaro	4,0	21 años
Rou Parrila Uruguaya	5,0	1 año
Titas Parrilladas Restaurant	5,0	

## **CAPITULO VI. PLAN ESTRATÉGICO**

### **VI. A DIRECTRICES DEL NEGOCIO**

#### **VI.A.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO**

**Denominación:** parrillada y piqueos Familiares

**Ámbito:** Comidas rápida y parrilladas

**Tipo:** Servicio- Restaurante

**Descripción:** Servicio de venta de comida rápida (piqueos) y parrilladas en un ambiente cómodo, elegante y familiar para degustar asados, platos a la carta y piqueos, dirigido para las familias ecuatorianas.

**Situación presente:** Restaurante de comida asada (parrillada) y piqueos, que brinda un servicio ágil, cómodo y de calidad en un ambiente familiar.

#### **VI.A.2 MISIÓN, VISIÓN OBJETIVOS**

##### **MISIÓN**

Brindar un Servicio de venta de comida rápida (piqueos) y parrilladas en un ambiente cómodo, elegante y familiar para degustar asados, platos a la carta y piqueos, dirigido para las familias ecuatorianas.

##### **VISIÓN**

Ser un local de parrilladas y piqueos posesionado en el mercado de la ciudad Guayaquil para el 2023 y brindar un ambiente familiar para degustar comida asada.

## **OBJETIVOS**

- Tener un nivel de utilidad representativo para cubrir los costos de inversión en un periodo de 5 años o menos.
- Ser parte de las preferencias de las familias ecuatorianas en lo que respecta a parrilladas y piqueos.
- Posicionarse en el mercado de la comida asada para lograr una expansión a mediano plazo del negocio.

## **VIA.3 CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORA DEL NEGOCIO**

Servicio de venta de comida rápida (piqueos) y parrilladas en un ambiente cómodo, elegante y familiar para degustar asados, platos a la carta y piqueos, dirigido para las familias ecuatorianas.

Espacio amplio que brinda actividades para los niños de distracción y cuidado para que la familia pueda distraerse y no pasar tiempo en el cuidado de los menores, en relación a la disponibilidad del personal y la agilidad del servicio de comida que se expende en el lugar.

Se proporcionará un servicio de cuidado de niño menores de 12 años, con actividades recreacionales para evitar molestias en los tiempos de espera hasta que este lista la comida que se consumirá.

**VI.A.4 VENTAJAS COMPETITIVAS DEL NEGOCIO**

**VI. B. ANÁLISIS FODA**

<b>ANÁLISIS FODA</b>	
<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal capacitado y disponible</li> <li>• Agilidad y limpieza en el establecimiento</li> <li>• Precios accesibles</li> </ul>	<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incursionar en un mercado enfocado a la familia</li> <li>• Espacio de distracción familiar</li> <li>• Referencias de los consumidores guayaquileños en consumo de asados</li> </ul>
<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto nivel de costo apalancados</li> <li>• Falta de posicionamiento en el mercado</li> </ul>	<p><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos legales y sanitarios</li> <li>• Políticas de negocio</li> <li>• Altos costo en seguros y gastos en recursos humano</li> </ul>

**Elaborado por : La autora**

## ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

### VI.B.1. PRODUCTO

#### PRODUCTOS PARTE DEL MENÚ



#### 1. EMPANADAS

Fuente  
:  
(Rechupete,  
2014)



AWAYANA

- QUESO
- POLLO
- CARNE

## 2. LASAÑAS



**Fuente:** (Marsilio's Kitchen, 2019)

- LASAÑA DE CARNE + PAN DE AJO
- LASAÑA DE CAMARON AL PESTO + PAN DE AJO
- LASAÑA DE POLLO + PAN DE AJO

## BBQ'S



**Fuente:** (El Universo, 2018)

- **BBQ FAMILIAR**

(COSTILLAS+POLLO+CARNE+CHULETA+PAPAS CON CREMA DE QUESO+ ENSALADAS+ COLA O JUGO).

- **BBQ PERSONAL**

COSTILLAS AHUMADAS

COSTILLAS A LA BBQ

ECONOMICO (10 PRESAS DE POLLO)

### **CAPUCHINOS Y CAFÉ**



**Fuente:** (Marsilio's Kitchen, 2019)

## VI.B.2 Precio

Productos	Precio
<b>Empanadas</b>	\$ 2,00
<b>Empanada de pollo</b>	\$ 2,50
<b>Empanada de Carne</b>	\$ 2,50
<b>Lasañas</b>	\$ 5,00
<b>BBQ Familiar</b>	\$ 19,00
<b>BBQ Personal</b>	\$ 12,00
<b>Colas</b>	\$ 1,00
<b>Aguas</b>	\$ 0,85
<b>Jugos</b>	\$ 1,00
<b>Capuchino</b>	\$ 1,50
<b>Mokachino</b>	\$ 2,00

## VI.B.3 PLAZA

La ubicación propuesta del negocio será en la ciudadela Kennedy de Guayaquil en donde se alquilará un local en la avenida Hermano Miguel y Octava Este.

## VI.B.4 PROMOCIÓN

Se aplicará la promoción de cajitas felices por la compra de menús para niños o de bebidas gratis por la compra de una parrillada familiar.

## VI.C. Modelo del Negocio

El modelo de negocio se fundamentó en la matriz canvas y en las cinco fuerzas de porter, en donde se realizó un análisis de la competencia del mercado de servicio de comidas de asados en la ciudad de Guayaquil encontrando 16 locales, que de acuerdo a su infraestructura pueden ser

incluidos como competencia directa del negocio propuesto, Los proveedores será la empresa PRONACA que expende productos cárnicos, los bienes sustitutos son los asados, pero de pequeños negocios a nivel nacional.

Los clientes son las familias ecuatorianas que consumen productos cárnicos diariamente.



**Figura 7. Fuerzas de porter**

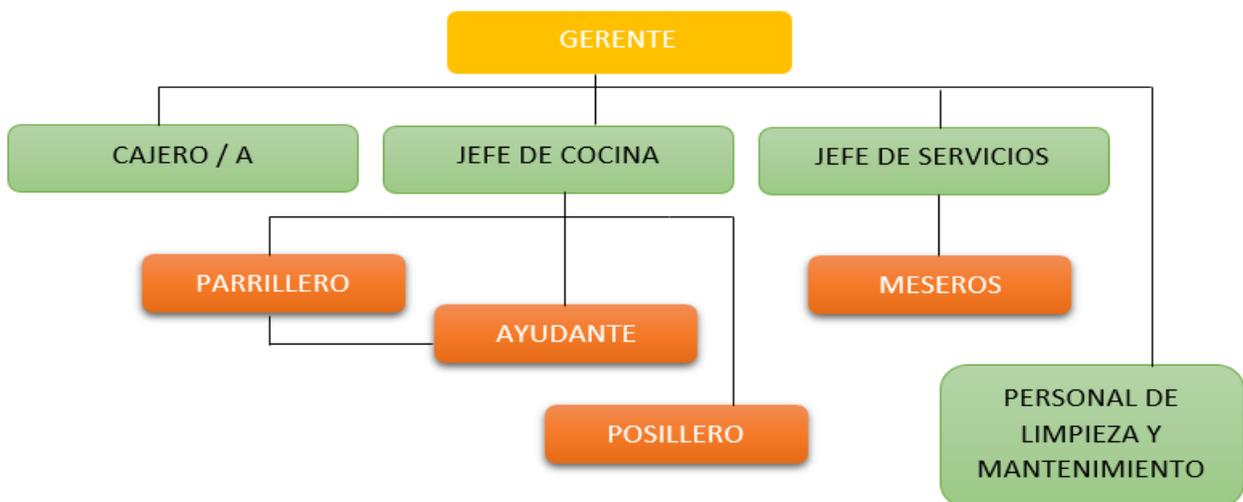
**Fuente:** (Herrera & Baquero, 2012)

Los nuevos entrantes son negocios similares de asados que incursionen en el negocio de productos cárnicos.

## VI.D ESTRATEGIAS DEL MODELO DE NEGOCIO

La estrategia de este negocio es que se brinda un servicio de comida asada, pero en un ambiente familiar, con espacios de juegos y entretenimiento para niños y adolescente, como es el caso de un ara de juegos y un espacio de escalar para los adolescentes y adultos mientras esperan por la preparación de la comida.

## VI.E. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Elaborado: La autora

## VI.F. CARGOS Y FUNCIONES

Puesto: **Jefe de Cocina**

Función:

- Supervisa y controla actividades referentes a la cocina.
- Selecciona personal capacitado para esta área.

Sueldo: \$400.00

Horario: 12:00 a 00:00

Puesto: **Parrillero**

Función:

- Asar carnes y mariscos.
- Realizar la limpieza de la parrilla.
- Mantener el área limpia.

Sueldo: \$366.00

Horario:12:00-00:00

Puesto: **Ayudante del Parrillero**

Función:

- Perfeccionar actividades del parrillero.
- 

Sueldo: \$366.00

Horario: 12:00 a 00:00

Puesto: **Posillero**

Función:

- Lavar y lustrar ollas, sartenes y otros utensilios usados en la cocina.
- Poner todos los utensilios en sus respectivos lugares.

Sueldo: \$366.00

Horario: 12:00 a 00:00

Puesto: **JEFE DE SERVICIOS**

Función:

- Instruye al personal en el trabajo a realizarse de cada área.
- Atiende cualquier irregularidad en las labores diarias.
- Elabora informes de las áreas de trabajo.

Sueldo: \$366.00

Horario: 12:00 a 00:00

Puesto: **MESEROS**

Función:

- Atención al cliente.
- Conocimiento del menú.
- Estar al pendiente y atender rápidamente.

Sueldo: \$366.00

Horario: 12:00 a 00:00

Puesto: **PERSONAL DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO**

Función:

- Limpieza de cristales del local
- Limpieza de suelos y paredes.
- Desechar la basura y poner las bolsas en el respectivo lugar de recolección.

Sueldo: \$366.00

Horario: 12:00 a 00:00

## **VI.G. CADENA DE VALOR**

La infraestructura de la empresa será de tipo jerárquica, con personal encargado de labores de cocina y meseros, utilizando un registro digital de los ingresos. Así también como caja registradora.

Aplicando estrategias de publicidad y promociones para nuevos clientes y beneficios adicionales para referidos.



**Figura 8. La Cadena de valor**

Fuente: (Quintero & Sánchez, 2006)

## CAPITULO VII. ASPECTOS FINANCIEROS

### VII.A. Activos, Pasivos y Patrimonio

Activo	
Activo corriente	
Caja	1000
Banco	3442
Activo no corriente	
Muebles de oficina	4000
Equipos de oficina	1000
Gastos de organización	13498
Total	22940
Pasivo	
Pasivo corriente	
Deudas por pagar	9884
Pasivo no corriente	
Deudas a largo plazo por pagar	4442
Patrimonio	
Capital	8614
Total patrimonio	
Total pasivo + patrimonio	22940

Elaborado por: La autora

## VII.B. ESTRUCTURA Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

En relación a las fuentes de financiamiento se tiene que se incurrirá en un costo inicial de 22.940\$ para lo cual se realizará una inversión mediante un crédito bancario de 15000 y recursos propios de aproximadamente 10000\$ para la puesta en marcha del negocio.

## VII.C. CAPITAL DE TRABAJO

### ACTIVO CIRCULANTE

Activo corriente	
Caja	1000
Banco	3442

### PASIVO CIRCULANTE

Pasivo corriente	
Deudas por pagar	9884

## VII.D. INGRESOS Y GASTOS DE LA EMPRESA ANTES DE LA IMPLEMENTACIÓN

### RECURSOS MATERIALES Y PARRILLA

Descripción	Unidades	Valor	
		Unitario	Valor Total
Parrilla	1	\$ 680,00	\$ 680,00
Sacos de Carbón	25	\$ 15,00	\$ 366,00
Vara de Metal	2	\$ 12,00	\$ 24,00

Tenazas	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Pincel para adobar la carne	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Tabla para cortar carne	12	\$ 8,00	\$ 96,00
Tenedor para asar carnes	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Cuchillo para carnes	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Recipiente para la carne asada	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Cepillo metálico	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Total			\$ 1.431,00

### RECURSOS MATERIALES COCINA

Descripción	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
Cocina Industrial de 4 hornillas	1	\$ 400,00	\$ 40,00
Cilindro de gas	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Parrilla para pescado	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Cuchillo carnicero	4	\$ 6,00	\$ 24,00
Delantal	6	\$ 7,00	\$ 42,00
Licuadaora	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Juego de Ollas de aluminio	3	\$ 28,00	\$ 84,00
Juego de Sartenes de aluminio	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Cernidor	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Ensaladeras	30	\$ 3,00	\$ 90,00
Vasos de vidrio	30	\$ 1,25	\$ 37,50
Set de Platos de Loza	6	\$ 35,00	\$ 210,00
Juego de cubiertos	20	\$ 5,00	\$ 100,00
Esponjas lava platos	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Jabón Lava Platos	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Total			\$ 1.071,50

**RECURSOS MATERIALES EQUIPAMIENTO**

<b>Descripción</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Refrigeradora	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Refrigerador de Bebidas	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Mesas	7	\$ 25,00	\$ 175,00
Sillas	21	\$ 13,00	\$ 273,00
Congelador	1	\$ 600,00	\$ 600,00
A/C Split 24000 Riviera	2	\$ 760,00	\$ 1.520,00
Caja Registradora Computarizada	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Máquina para empanadas	1	\$1195,00	\$1195,00
Total			\$ 6.213,00

**Gasto en Recursos materiales**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Materiales Parrilla	\$1,431.00
Materiales Cocina	\$1,071.50
Materiales Equipamiento	\$6,213,00
Total	\$ 8,614,50

**Gastos Recursos Humanos y Materiales**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Gasto Recursos Humanos	4442,00
Gastos Recursos Materiales	8,614,00
Total	\$13056,00

## VII.E. Proyección de ventas mensual para el primer año luego implementación de Plan de Marketing.

### Proyección demanda entre semana

Productos	Cantidad	Precio	Venta
Empanadas	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Lasañas	2	\$ 5,00	\$ 10,00
BBQ Familiar	3	\$ 19,00	\$ 57,00
BBQ Personal	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Colas	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Aguas	5	\$ 0,85	\$ 4,25
Jugos	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Capuchino	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Mokachino	2	\$ 2,00	\$ 4,00
<b>Total ventas diarias lunes a jueves</b>			\$ 144,25

### Proyección demanda fin de semana

Productos	Cantidad	Precio	Venta
Empanadas	30	\$ 2,00	\$ 60,00
Lasañas	6	\$ 5,00	\$ 30,00
BBQ Familiar	6	\$ 19,00	\$ 114,00
BBQ Personal	6	\$ 12,00	\$ 72,00
Colas	20	\$ 1,00	\$ 20,00
Aguas	20	\$ 0,85	\$ 17,00
Jugos	20	\$ 1,00	\$ 20,00
Capuchino	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Mokachino	4	\$ 2,00	\$ 8,00
<b>Total de ventas viernes a Domingo</b>			\$ 347,00

## VII.H. FLUJO DE EFECTIVO

Años	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos por ventas</b>		67932	71328,6	74895,03	78639,7815	82571,7706
<b>Gastos en sueldos y salarios</b>		32000	33600	35280	37044	38896,2
<b>Gastos servicios Básicos</b>		5000	5250	5512,5	5788,125	6077,53125
<b>Pago de impuestos</b>		1500	1575	1653,75	1736,4375	1823,25938
<b>Gastos financiero (pago de Deuda)</b>		8400	8820	9261	9724,05	10210,2525
<b>Gastos Publicidad</b>		2000	2100	2205	2315,25	2431,0125
<b>Gastos en alquiler</b>		7200	7560	7938	8334,9	8751,645
<b>Costo Inicial</b>	16000					
Flujo de Efectivo	-16000	11832	12423,6	13044,78	13697,019	14381,87

## VII.I. VALOR PRESENTE NETO, TASA INTERNA DE RETORNO

Años	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos por ventas</b>		67932	71328,6	74895,03	78639,7815	82571,7706
<b>Gastos en sueldos y salarios</b>		32000	33600	35280	37044	38896,2
<b>Gastos servicios Básicos</b>		5000	5250	5512,5	5788,125	6077,53125
<b>Pago de impuestos</b>		1500	1575	1653,75	1736,4375	1823,25938
<b>Gastos financiero (pago de Deuda)</b>		8400	8820	9261	9724,05	10210,2525
<b>Gastos Publicidad</b>		2000	2100	2205	2315,25	2431,0125
<b>Gastos en alquiler</b>		7200	7560	7938	8334,9	8751,645
<b>Costo Inicial</b>	16000					
Flujo de Efectivo	-16000	11832	12423,6	13044,78	13697,019	14381,87
VAN	35817,934					
TIR	73%					

**PERIODO DE RECUPERACIÓN 1 AÑO CON 2 MESES**

Se realizó una valoración del flujo de efectivo en relación de la proyección de ingresos anuales y los gastos en que se incurrirán durante los primeros 5 años de la ejecución del negocio obteniéndose una Tasa interna de retorno de 73% y un valor actual neto de 35.817,934 dólares en una valoración económica del negocio. Siendo el periodo de recuperación del costo inicial de 1 año con 2 meses aproximadamente, sin embargo, se debe contar con un fondo de amortización para renovación de equipos. En el caso de la tasa interna de retorno es decir la viabilidad del negocio en porcentaje es mayor puesto que se tiene que cubrir menos costos financieros en relación al costo inicial.

## **CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

- La propuesta de un negocio de parrilladas y piqueos familiares tiene un alto nivel de aceptación entre los posibles consumidores dada su característica diferenciadora.
- La Tasa interna del retorno del proyecto es del 73% con un Valor actual neto positivo y un periodo de recuperación de un año dos meses evidenciando así la viabilidad del negocio.
- Los gastos iniciales son representativos sin embargo la publicidad y promociones son una de las herramientas más relevantes que permitirán recuperar la inversión.

### **RECOMENDACIONES**

- Realizar estrategias publicitarias agresivas para poder difundir y adentrarse en el mercado de comida asada.
- Llevar un seguimiento de las recomendaciones de los clientes enfocado al nivel de satisfacción.
- Analizar las preferencias del consumidor en relación al tipo de comida, ambiente y facilidades del servicio de comida más valoradas por los consumidores de este tipo de producto.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Arthur, T., & Strickland, R. (2013). *Administración Estratégica y Teoría de casos*. Gamble: Mc Graw Hill.
2. Ballesteros, R. (2013). *Plan de marketing. Diseño, implementación y control*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
3. El Universo. (2018). *La Revista*. Obtenido de <http://www.larevista.ec/gastronomia/epicuro/es-peligrosa-la-parrillada-consejos-que-sirven>
4. Escudero, M. (2015). *Marketing en la Actividad Comercial*. Editex. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Edificaciones/2015/2015\\_EDIFICACIONES\\_METODOLOGIA.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2015/2015_EDIFICACIONES_METODOLOGIA.pdf)
5. Gitman. (2003). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
6. Haime. (2010). *Planeación Financiera en la Empresa Moderna*. Ediciones Fiscales ISEF.
7. Harmon, P. (2014). *Business Process Change: a business process management guide for managers and process professionals*. Walthan: Elseiver.
8. Herrera, R., & Baquero, M. (2012). *Fuerzas de Porter*. Obtenido de [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/\[PD\]%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/[PD]%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf)
9. INEC. (2016). *Permisos de Construcción Guayaquil*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Edificaciones/2016/2016\\_EDIFICACIONES\\_PPRESENTACION.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2016/2016_EDIFICACIONES_PPRESENTACION.pdf)
10. Koontz, H., & Weihrich, H. (2004). *Administración Un Perspectiva Global*. McGraw-Hill Interamericana.
11. Kotler. (2002). *Dirección de Marketing: Conceptos esenciales*. Mexico: Pearson Education.
12. Madura, J. (2015). *Administración Financiera Internacional*. México: Cengage Learning.
13. Magretta, J. (2014). *Para entender a Michael Porter*. México: Patria.
14. Marsilio's Kitchen. (2019). *Menus*. Obtenido de <https://www.marsilioskitchen.com/home>

15. Melo, & Guambi. (2009). Manual de procesos en el área operativa para una empresa de catering. Norma.
16. Pérez, C. (2010). ELABORACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA CHILL PARRILLA . Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9235/tesis323.pdf?sequence=1&isAllowed>
17. Porter, M. (2012). Ser Competitivo (Vol. Cuarta Edición). España: Deusto.
18. Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta para el pensamiento estratégico. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales.
19. Rechupete. (2014). Recetas. Obtenido de <https://www.recetasderechupete.com/receta/empanada/>
20. Zorita, E. (2015). Plan de Negocios. ESIC.

## ANEXO A

### REQUISITOS Y PERMISOS LEGALES PARA LOCAL DE COMIDA

#### 1. Registro único de turismo

- Copia del RUC, para esto se necesita.
- Llenar formulario RUC-01-A (se obtiene en la ventanilla del S.R.I)
- Copia de cedula de identidad del interesado
- Ultimo certificado de votación
- Planilla de agua o teléfono
- Titulo (en caso de ser afiliado a algún gremio).
- Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estaños.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre del comercial.
- Certificado de búsquedas de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- Declaración fundamentada de activos fijos para cancelación del 1%.

2. Licencia anual de funcionamiento que la otorga el Ministerio de Turismo, son los siguientes:

- Permiso de uso de suelo.
- Copia de RUC actualizado.
- Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento debidamente llenado y firmado por el representante legal. En el caso de cambio de representante legal, adjuntar copia de la cedula de identidad y el nombramiento del representante legal.

Una vez entregados estos documentos, automáticamente se emitirá la licencia anual de funcionamiento.

### 3. Patente municipal

- Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas N.- 14: \$0.20).
- RUC (original y copia).
- Cedula de identidad (original y copia), del propietario del terreno.
- Copia de la papeleta de votación (ultimas elecciones).
- Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año).

En el caso de negocios que se dediquen a la venta de alimentos:

- Categorización (otorga este documento el Ministerio de Turismo).

Nota: Inspección unificada: Una vez entregado el formulario de solicitud de autorización de funcionamiento, en la ventanilla única turística, el Municipio realizara una inspección

unificada de todas las obligaciones legales, nomas, técnicas y reglamentarias a las que se someten los establecimientos turísticos a través de un inspector poli funcional en el transcurso del año.

El inspector verificará los aspectos relacionados con:

1. Impacto ambiental
2. Seguridad contra incendios
3. Unidad de Salud

d) Permiso sanitario, sus requisitos son:

- Certificado de uso de suelo.
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papelería de votación actualizada.

e) Permiso de bomberos

- Copia de cedula de identidad del interesado.
- Copia del RUC; donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (Mínimo de 5 libras).

Nota: Cuando el certificado del año en curso ya ha sido emitido y el establecimiento cambia posterior de dirección o actividad se tendrá que solicitar el cambio requerido por medio de una especie valorada en \$3.00, adjuntando el certificado emitido y copia del RUC actualizado.

(Quintero & Sánchez, 2006)