



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**OCTUBRE 2019 - MARZO 2020**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA:**

**PICANTERÍA DON VICHE EN LA CIUDAD DE BABAHOYO**

**EGRESADA:**

**DENISE CRISTINA TAPIA SANTOS**

**TUTORA:**

**CPA. DIANA LORENA CAICEDO MONSERRATE**

**AÑO 2020**

## **INDICE DE CONTENIDOS**

INTRODUCCIÓN .....	8
CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO .....	9
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	9
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	10
1.2.1. Picantería .....	10
1.2.2. Gastronomía del Ecuador .....	11
1.2.3. Historia del Encebollado de pescado .....	11
1.2.4. Definición de Encebollado .....	13
1.2.5. Yuca .....	14
1.2.6. Pescado Albacora .....	17
1.2.7. Camarón .....	22
1.2.8. Calamar .....	25
1.2.9. Cangrejo .....	28
1.2.10. CONCHA .....	34
1.3. ESTUDIO DE MERCADO .....	36
1.3.1. MERCADO .....	36
1.3.2. FORMULA DE LA MUESTRA .....	37
1.3.3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	38
1.3.4. ANÁLISIS EJECUTIVO .....	54
1.3.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	55
CAPÍTULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO .....	57
2.1. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	57
2.1.1. GIRO DEL EMPRENDIMIENTO .....	57
2.1.2. RAZÓN SOCIAL .....	58
2.1.3. ISOLOGO .....	58
2.1.4. ESLOGAN .....	60
2.1.5. PRODUCTOS .....	61
2.2 FUNDAMENTACIÓN GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO .....	69
2.2.1. MISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	69
2.2.2. VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	70
2.2.3. VALORES DEL EMPRENDIMIENTO .....	70
2.2.4. POLÍTICA DE CALIDAD .....	71
2.2.5 OBJETIVOS EMPRESARIALES .....	71
2.2.6. ANÁLISIS FODA .....	72

2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL .....	73
2.3.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA PICANTERÍA .....	73
2.3.2. DISEÑO DE PUESTOS.....	73
2.3.3. PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN .....	76
CAPÍTULO III. MODELO DE NEGOCIO PICANTERÍA DON VICHE .....	78
3.1. SEGMENTO DEL MERCADO .....	79
3.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO PROPUESTA DE VALOR.....	79
3.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN .....	80
3.4. RELACIONES CON LOS CLIENTES .....	81
3.5. FUENTES DE INGRESO.....	82
3.6. ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO .....	83
3.7. ACTIVIDADES CLAVES DEL NEGOCIO .....	86
3.8. RED DE SOCIOS .....	87
3.9. ESTRUCTURA DE COSTOS .....	88
CAPÍTULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO .....	89
4.1. FACTIBILIDAD TÉCNICA.....	89
4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	89
4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	90
4.1.3. INSTALACIÓN DEL NEGOCIO .....	91
4.2. FACTIBILIDAD FINANCIERA.....	92
4.3. FACTIBILIDAD OPERATIVA .....	106
4.3.1. PROCESO DE COMPRA.....	107
4.3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	108
4.3.3. PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE (LOCAL Y A DOMICILIO) .....	109
4.4. FACTIBILIDAD AMBIENTAL .....	110
4.5. FACTIBILIDAD SOCIAL .....	110
CONCLUSIONES.....	112
RECOMENDACIONES.....	112
BIBLIOGRAFÍA .....	113
ANEXOS.....	115

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Valor nutricional del camarón .....	25
Tabla 2 Valor Nutricional del Calamar .....	27
Tabla 4 Valor nutricional del cangrejo .....	32
Tabla 5 ¿Consume usted encebollado?.....	38
Tabla 6 ¿Con que frecuencia usted consume encebollado? .....	39
Tabla 7 ¿Con quién asiste a comer encebollado? .....	40
Tabla 8 ¿Qué tipo de encebollado consume?.....	41
Tabla 9 ¿Consume usted mariscos?.....	42
Tabla 10 ¿Cuáles son las razones por las que usted visita una Picantería? .....	44
Tabla 11 ¿Dónde prefiere consumir el encebollado?.....	46
Tabla 12 ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo una picantería donde tengan la oportunidad de consumir un encebollado combinado con diferentes tipos de mariscos? .....	47
Tabla 13 ¿Le gustaría que la Picantería realice servicio a domicilio?.....	49
Tabla 14 ¿Cómo cree usted que debería ser el ambiente adecuado en la Picantería?.....	50
Tabla 15 ¿Le gustaría que una Picantería le brinde diversas presentaciones de encebollado? .....	52
Tabla 16 ¿Le agradaría que en la Picantería se premie y festeje (cante) a los cumpleaños? .....	53
Tabla 17 Análisis de la competencia .....	56
Tabla 18 Encebollado sencillo.....	61
Tabla 19 Encebollado mixto con camarón y calamar .....	62
Tabla 20 Encebollado marinero con camarón, calamar, concha y cangrejo .....	63
Tabla 21 Fundas de chifles naturales.....	64
Tabla 22 Pan.....	64
Tabla 23 Agua natural .....	64
Tabla 24 Gaseosas personales Pepsi.....	64
Tabla 25 Gaseosas personales Seven up.....	65
Tabla 26 Gaseosas personales Mas vid manzana.....	65
Tabla 27 Gaseosas personales Gallito .....	65
Tabla 28 Gaseosas de 1.25 Lt Pepsi .....	66
Tabla 29 Gaseosas de 1.25 Lt Tropical fresa .....	66
Tabla 30 Gaseosas de 1.25 Lt Seven up .....	66
Tabla 31 Gaseosas de 1.25 Lt Mas vid manzana .....	67
Tabla 32 Gaseosas de 1.25 Lt Gallito .....	67
Tabla 33 Squiz citrus punch .....	67
Tabla 34 DELI .....	68
Tabla 35 ICE PET NARANJILLA.....	68
Tabla 36 Frutaris manzana .....	68
Tabla 37 Análisis FODA.....	72
Tabla 38 Modelo de negocio Picantería DON VICHE.....	78
Tabla 39 Equipos y herramientas de cocina .....	83
Tabla 40 Equipos y herramientas para oficina.....	84
Tabla 41 Equipos y herramientas para servicio al cliente .....	86
Tabla 42 Capital de trabajo .....	89
Tabla 43 Factibilidad financiera .....	92

Tabla 44 Remuneraciones .....	93
Tabla 45 Beneficios sociales .....	94
Tabla 46 Amortización de la deuda .....	94
Tabla 47 Depreciación .....	96
Tabla 48 Producción semanal.....	97
Tabla 49 Producción mensual .....	97
Tabla 50 Producción anual .....	98
Tabla 51 Costo de producción en dólares.....	99
Tabla 52 Costo de producción anual en dólares .....	99
Tabla 53 Gastos administrativos .....	101
Tabla 54 Flujo de caja .....	103
Tabla 55 Valor actual neto .....	104
Tabla 56 Periodo de recuperación de la inversión .....	105

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Picantería.....	10
Figura 2 Plato de encebollado.....	13
Figura 3 Yuca en estado natural.....	14
Figura 4 Yuca cocinada.....	16
Figura 5 Pescado albacora.....	17
Figura 6 Pescado albacora y sus tonos.....	18
Figura 7 Valor nutricional de la Albacora.....	21
Figura 8 Camarón.....	22
Figura 9 Calamar.....	26
Figura 10 Cangrejo rojo.....	28
Figura 11 Conchas.....	34
Figura 12 Tabla nutricional de la concha.....	36
Figura 13 Consumo de encebollado.....	38
Figura 14 Frecuencia de consumo de encebollado.....	39
Figura 15 Personas con las que asiste a comer encebollado.....	40
Figura 16 Tipo de encebollado.....	41
Figura 17 Consumo de mariscos.....	42
Figura 18 Visitas que realiza a una picantería para consumir encebollado.....	44
Figura 19 Lugar de preferencia para consumir encebollado.....	46
Figura 20 Combinar encebollado con varios mariscos.....	48
Figura 21 Servicio a domicilio de la picantería.....	49
Figura 22 Ambiente adecuado en al picantería.....	50
Figura 23 Diversas presentaciones del encebollado.....	52
Figura 24 Premio y festejo a cumpleaños.....	53
Figura 25 Giro del emprendimiento.....	58
Figura 26 Razón social.....	58
Figura 27 Isologo del negocio.....	60
Figura 28 Eslogan.....	60
Figura 29 Misión del emprendimiento.....	69
Figura 30 Visión del emprendimiento.....	70
Figura 31 Valores del emprendimiento.....	71
Figura 32 Política de calidad.....	71
Figura 33 Organigrama estructural de la picantería.....	73
Figura 34 Proceso de reclutamiento y selección.....	76
Figura 35 Canales de comercialización.....	81
Figura 36 Relaciones con los clientes.....	82
Figura 37 Macrolocalización del emprendimiento.....	90
Figura 38 Microlocalización del emprendimiento.....	90
Figura 39 Instalación del negocio.....	91
Figura 40 Proceso de compra.....	107
Figura 41 Proceso de producción.....	108
Figura 42 Proceso de servicio al cliente (local y a domicilio).....	109

## **RESUMEN**

El emprendimiento trata de la venta de encebollados con diferentes presentaciones, el local tendrá el nombre de Picantería DON VICHE pero con un modelo de negocio diferente a los demás, las personas tendrán la oportunidad de personalizar sus platos de encebollado con algunos de los mariscos que tendremos a disposición los cuales son: camarón, cangrejo, calamar y concha, también podrán acompañar el encebollado con varios productos como son: chifle, pan, jugos y gaseosas.

La picantería estará ubicada en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos en la calle García Moreno entre Juan Montalvo y Pedro Carbo. El local tendrá un ambiente acogedor y agradable, contaremos con red de WiFi gratis. Ofreceremos servicio de calidad y rapidez al servir lo solicitado, además, tendremos servicio a domicilio para quienes deseen comer en casa o en su lugar de trabajo.

Contaremos con página web y utilizaremos las redes sociales más populares para mantener informados a los clientes e incluso recibir recomendaciones y pedidos que realicen. Para los cumpleaños existirá un descuento especial, solo deberán presentar su cédula de identidad y esta promoción será válida solo por el día de su cumpleaños.

## **PALABRAS CLAVES**

Emprendimiento, picantería, ciudad de Babahoyo, modelo de negocio.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, cada vez se incrementa la iniciativa de la creación de pequeñas y medianas empresas que produzcan o comercialicen bienes que puedan ser distribuidos de manera que ofrezca nuevas fuentes de trabajo e incluso ayude a generar ingresos que le permita satisfacer las necesidades, cubrir sus gastos básicos y también el de su familia o tratar de mejorar la calidad de vida de las personas.

La falta de variedad de platos de encebollados y la comida repetitiva en los restaurantes de la ciudad de Babahoyo, permite la implementación de una picantería con un nuevo modelo de negocio que permite diferenciar de las otras, con estrategias y promociones en el mercado para satisfacer el paladar de las personas. Se ofertará encebollados con variados mariscos como son: camarón, calamar, cangrejo, concha y obviamente el pescado albacora, por lo tanto se brindará un plato con altos nutrientes por los mariscos.

Se estima que el emprendimiento es factible porque al realizar un estudio de factibilidad para la puesta en marcha de la picantería se obtuvo resultados favorables ya que por cada dólar que se invierta se obtendrá \$4,54 de ganancia y el período de recuperación de la inversión es de dos años, seis meses y dos días.

## **CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO**

### **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO**

La idea de negocio surgió de la necesidad que tienen las personas cuando llegan a realizar sus compras a los locales comerciales de la ciudad de Babahoyo y no tienen donde degustar algo diferente ya que los almuerzos que venden cerca de los mismos son muy repetitivos. Las personas que gustan consumir encebollado y mariscos no encuentran un lugar donde adquirir el producto con una presentación diferente.

Por lo escrito anteriormente se ha optado por implementar un local donde se oferte variedades de platos de encebollado que se pueden complementar con diferentes mariscos como son cangrejo, concha, camarón y calamar; también le pueden agregar elementos como el chifle, pan y arroz. Adicionalmente lo pueden acompañar con gaseosas, bebidas naturales o artificiales que por lo general son los jugos embotellados.

Para perfeccionar la satisfacción de los clientes tendremos a disposición el servicio a domicilio y para quienes visiten el local se brindará un ambiente cálido y climatizado. Los encebollados y demás complementos tendrán un precio muy accesible a la economía de las personas que deseen consumirlo. Los productos y servicios que se brindarán son de buena y alta calidad lo que permite que las personas aprecien el sabor y tengan el lugar de comida como su preferido.

Actualmente el negocio está funcionando pero lo que se busca es crear un modelo de negocio para diferenciarse de los otros locales de venta de encebollado. Este emprendimiento tendrá concepto de negocio familiar ya que todas las personas que laborarán en la picantería serán miembros del núcleo familiar pero que cumplan con ciertos requisitos.

## 1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA IDEA DE NEGOCIO

### 1.2.1. Picantería

Las picanterías provienen de las antiguas chicherías, lugares donde se acudía a beber chicha, una bebida elaborada a base de maíz fermentado, que se servía acompañada de comida picante para incentivar la sed, pero poco a poco esos platos fueron ganando protagonismo hasta convertirse en las estrellas de la carta.

En esas picanterías regentadas siempre por mujeres comenzó todo, hace más 400 años, con sus cocinas y hornos a leña, los batanes de piedra y sus mesas de madera con largas bancas, en las que aún hoy se sientan ricos y pobres, empresarios y obreros, para saborear las recetas más genuinas del recetario peruano. (Gimeno, 2017)



*Figura 1 Picantería*

El nombre de picantería acompaña a muchas huecas en la ciudad. Su auge en el país estuvo relacionado a locales cuya oferta era la comida criolla, barata y con bebidas alcohólicas. Los espacios atendían en horarios extendidos, cambiando el menú desde el desayuno hasta el almuerzo o cena. La comida estaba vinculada con la impronta de un sabor picante. Las picanterías regresan, se reinventan y allí se cocinan platos asequibles que deleitan. (El Comercio, 2016)

### **1.2.2. Gastronomía del Ecuador**

La gastronomía del Ecuador tiene una mezcla de culturas y tradiciones, las cuales con el pasar de los tiempos han formado parte de éste pueblo, obteniendo una gran variedad de gustos y sabores en cada una de sus preparaciones. Se puede encontrar comida típica y tradicional y éstas son recetas que han pasado de generación en generación y en ocasiones no son modificadas.

El consumo de mariscos y pescado en este país se da por los puertos pesqueros que existe en el lugar, también se consume alimentos como la papa, el arroz, el maíz, los frijoles, la yuca, el verde entre otros, sin dejar a un lado la carne de pollo, de cerdo, de vaca, de pato y de pavo, etc. (Arteaga García & Herrera Calderón, 2016)

### **1.2.3. Historia del Encebollado de pescado**

El encebollado de pescado nace en los vapores de los barcos, preparación que la realizaban los marineros, quienes antiguamente se transportaban por vía marítima en lanchas o barcos que iban por el río dirigiéndose a las diferentes ciudades de la costa; quienes se dieron a conocer por la buena sazón de los navegantes. En las calles se lo vendía sobre todo en el malecón en baldes, ya preparado sobre unas hornillas de carbón, siendo esta la prueba que no es un plato tradicional de casas sino más bien un plato vaporino o plato de marineros.

**¿Por qué no es un plato tradicional de casas?** Porque esta preparación no nace en las casas, sino más bien se lo consume en la calle. Este plato en sus inicios se lo consumía en los barcos y en las lanchas al pie del río, siendo un plato celebre de la cocina por la gran sazón que tenían los marineros, teniendo tres platos típicos excepcionalmente buenos que realizaban los marineros durante sus largos viajes, en la madrugaba preparaban el arroz aguado a la madrugada, seco de

chivo o de gallina vaporino y el encebollado de pescado. Su nombre hace relación a un alimento preparado o aderezado con demasiada cebolla. (Arteaga García & Herrera Calderón, 2016)

**¿Cuándo dejó de ser un plato vaporino para convertirse en plato callejero?** Cuando se construyó el puerto marítimo y el río dejó de ser la vía de navegación, se abrieron las primeras carreteras y ya no había la necesidad de viajar en lancha tan lento y demorado para llegar a otras ciudades o haciendas. Es así como el encebollado de pescado se vendía por las diferentes calles de la ciudad.

La base de un encebollado se encuentra en un buen caldo de pescado, manteniéndose siempre como ingrediente esencial el pescado la albacora que suele ser reemplazado según la temporada por el bonito o picudo, seguido de la yuca, ají peruano, cebolla colorada o paiteña (encurtida con limón y sal) y cilantro. A esta preparación se la llama quita resaca o también levanta muerto debido a su alto valor de proteína.

Muchos antes que aparezca el encebollado de pescado en las esquinas de la urbe porteña lo llamaban enyucado de pescado, siendo esta una preparación que consistía en utilizar el pescado salado, yuca, cebolla colorada o paiteña (encurtida con limón y sal), perejil y un huevo duro cocinado.

Esta preparación consistía en dejar remojando un día antes el pescado salado pasándolo previamente tres veces por agua, luego se procede a cocinar y cuando esté listo se deja enfriar para posteriormente desmenuzarlo, aparte se cocina la yuca y cortar en cuadritos, la cebolla paiteña o colorada se la corta y se curte con el limón y sal. Al momento de servir se mezcla el pescado con la cebolla curtida y la yuca, rociando con aceite y el huevo en rodajas.

Los primeros habitantes de esta zona se alimentaban de mariscos, vegetales y granos, con el desembarco de los españoles fusionaron los recursos que ya tenían con otros ingredientes que trajeron los conquistadores. Los pueblos de la costa se alimentaban con los mariscos y pescados que obtenían del mar, adicional a estos ingredientes como yuca, zapallo, granos tiernos, frejoles, la comida siempre está ligada al maíz. (El Universo, 2014)

#### **1.2.4. Definición de Encebollado**

El encebollado es un plato típico ecuatoriano originario de la región costa, muy probablemente de las provincias del Guayas y Manabí. En términos simples, el encebollado es un estofado de pescado que contiene yuca y cebolla colorada encurtida. El jugo (caldo) del encebollado es elaborado con tomate, condimentos como el "ají" y otras especies. Generalmente, el pescado utilizado para preparar el encebollado es la albacora, aunque también se suele utilizar atún, picudo u otros. (Marcillo, 2013)



*Figura 2 Plato de encebollado*

Este plato típico ganó popularidad en la década de los 70 y actualmente es muy reconocido a nivel nacional. Este alimento se convirtió en parte de su identidad, ya que es considerado como un plato para contrarrestar la “resaca” y por ese motivo es consumido al día siguiente de una borrachera. (BERMEO CEVALLOS & HERRERA PERALTA, 2016)

La técnica desarrollada para la preparación de los alimentos es aceptada por los clientes. El encebollado su principal componente es el pescado que es un alimento con beneficios nutricionales en Omega 3 favorece la salud del corazón, y el selenio que contiene un excelente antioxidante que retarda el envejecimiento de las células del cuerpo. (Marcillo, 2013)

### 1.2.5. Yuca



*Figura 3 Yuca en estado natural*

### Orígenes e Historia

La yuca, mandioca o casava es una planta nativa del Noreste de Brasil, que fue diseminada por el resto de Latinoamérica, África, Asia y Las Indias, incluyendo Filipinas y Taiwán, por españoles y portugueses. Es probable que lleve cultivándose más de 4.000 años, y aún hoy continúa siendo la base de la alimentación de más de 800 millones de personas; de hecho, se trata del cuarto cultivo más importante en los países en vías de desarrollo y el séptimo de todo el mundo.

En África, por ejemplo, este tubérculo no sólo es una fuente importante de energía y nutrientes para la población, sino que proporciona ingresos económicos a más de 300 millones de personas.

Se trata de un arbusto que puede alcanzar los tres metros de altitud, con raíz alargada (puede llegar hasta un metro de largo), la cual posee una cáscara externa leñosa y no comestible que protege de la oxidación un interior blanco o amarillento, según la variedad.

El interés que tiene la yuca en la alimentación de un importante sector de la población mundial se debe a que es un tipo de cultivo con una elevada producción de calorías por unidad de área de tierra y tiempo. Eso, unido a su resistencia al estrés ambiental, la convierte en el primer recurso alimenticio de muchos países en vía de desarrollo. (Bernácer, Yuca, fuente de energía, 2018)

### **Las propiedades de la yuca**

La yuca, también llamada mandioca, es un tubérculo originario del área tropical de América debido a que se cultiva en condiciones de calor y humedad principalmente, aunque también se adapta muy bien a climas adversos y resulta un cultivo de bajo costo económico pues hasta puede rendir muy bien con poca agua.

Las raíces de yuca o tubérculos se consumen como la patata o la batata, pero a diferencia de éstas hortalizas la yuca tiene más de un 90% de almidón en su interior y es muy pobre en proteínas y grasas.

Asimismo, si bien aporta algunas vitaminas y minerales como la vitamina C, calcio vitaminas del complejo B y potasio, su riqueza en micronutrientes es escasa y más aún en el tubérculo en sí, pues sus hojas tienen una riqueza mucho mayor en proteínas (semejante o mayor a la soja) y otros buenos nutrientes para el organismo.

Posee también un mínimo contenido en fibra y es fuente de polifenoles y taninos con efectos beneficiosos en el organismo, sobre todo por su acción antioxidante.

Sin embargo, también posee glúcidos cianogénicos, es decir, que dan origen a cianuro y que por ello, cuando el consumo de yuca es crónico y en el marco de una dieta deficiente en vitaminas y minerales, puede causar desde neuropatías hasta envenenamiento según señala una investigación realizada en Nigeria. (GOTTAU, 2018)

### **Beneficios de la yuca**

La yuca es un alimento apropiado para todas las edades. Gracias a su aporte de energía está especialmente indicada para personas que desarrollen una actividad que les produzca un gran desgaste físico, como los deportistas.



*Figura 4 Yuca cocinada*

Otro de sus beneficios es que, como no contiene gluten, los celíacos pueden comerla sin problema. La tapioca, que es el almidón extraído de la yuca, es muy digestiva y también es rica en hidratos de carbono y energía, por lo que se recomienda su consumo en niños y ancianos, y

también para aquellas personas con trastornos gastrointestinales como acidez, gastritis o colitis. (Bernácer, 2017)

### 1.2.6. Pescado Albacora



*Figura 5 Pescado albacora*

La albacora tiene el nombre científico *thunnus alalunga*, y es también conocida como pez bonito del norte o atún blanco.

#### **Hábitat**

En comparación con el atún rojo, el atún blanco es una especie más termófila, que no suele encontrarse en aguas cuya temperatura sea inferior a 15°C. En ambos hemisferios, el límite, que sólo franquea raramente, se sitúa a la altura del paralelo 40. Es raro encontrarlo en aguas europeas al norte del golfo de Vizcaya. Los jóvenes se encuentran sobre todo cerca de la superficie. Los adultos a profundidades mayores de 100 metros. Emprenden grandes migraciones, alcanzando distancias de hasta 30 kilómetros diarios.

#### **¿Cómo es la albacora?**

Estamos ante una especie de atún de aletas amarilla y se trata de los escómbridos más fáciles de distinguir. El tamaño del bonito del norte una vez que llega a adulto puede alcanzar 1,2 metros y

los 20 kilos aproximadamente, aunque se han llegado a pescar ejemplares de 35 kilos. Tiene cuerpo fusiforme y la boca desproporcionadamente ancha y llena de pequeños dientes muy afilados, tanto en la mandíbula superior como en la inferior.

Es bastante parecido al atún rojo pero presenta las aletas pectorales de mayor tamaño que éste. Los ejemplares jóvenes tienen una pectoral de igual longitud o inferior a la del patudo.

Aletas grisáceas o amarillentas orladas de blanco. Pínulas grisáceas o amarillas orladas de negro. Presenta las aletas caudal y dorsales en forma de media luna con pedúnculo carenado similar al atún. Presenta además otra carena sobre los apéndices pectorales. Las aletas dorsales están posicionadas bastantes juntas una de la otra y seguidas de unas 7 pínulas.

Las aletas pectorales alcanzan la segunda aleta dorsal. Esta aleta pectoral se extiende hasta alcanzar la segunda aleta dorsal y la anal. Los atunes blancos son peces al igual que la mayoría de los túnidos elegante, ágil, rápido y se caracteriza por su cuerpo más hidrodinámico incluso que el atún, el rey de la familia.

**¿De qué color es?**



*Figura 6 Pescado albacora y sus tonos*

Presenta el dorso oscuro pardo con ciertos tonos azules, vientre de color blanco plateado con tonos reflectantes en la parte trasera. Las pinnulas de estos túnidos son de color amarillo, estando catalogado dentro de los atunes de aleta amarilla.

### **Adaptabilidad**

Esta adaptación les permite distribuirse como especie cosmopolita en todos los mares. Se mueven constantemente para no hundirse, debido a que su cuerpo es muy pesado por tener músculos fuertes y compactos y una vejiga natatoria muy pequeña que no les ayuda a mantenerse a flote. El movimiento constante hace que estos animales presenten un metabolismo sumamente alto y que sus branquias posean un sistema muy eficiente para extraer el oxígeno disuelto en el agua del mar. Los atunes son muy sensibles a los cambios estacionales de temperatura, salinidad y turbidez que se presentan en el océano, así como a las variaciones en la cantidad de alimento; esto hace que las zonas donde vive sean muy amplias y que algunas especies se puedan encontrar hasta a 400 metros de profundidad.

Los atunes son peces extremadamente voraces, se alimentan durante todas las estaciones del año excepto en el periodo de reproducción; se trata de un animal eminentemente "eurítrofo" es decir, que come de todo lo que encuentra, con tal de que tenga el aspecto de una presa en movimiento, sin preferencias alimenticias; a pesar de que la mayoría de las especies tienen dientes, el alimento formado por peces pequeños, crustáceos, moluscos y ocasionalmente plancton, es tragado sin masticar.

### **Alimentación**

Un ejemplar de barrilete consume 25% de su peso de alimento. En su alimentación, los atunes responden a dos estímulos: el visual y el olfativo. El visual se debe al brillo, talla y movimiento

de sus presas; colores claros o brillantes resultan objeto de una mayor respuesta por parte de estos peces, por lo cual el uso de luces o de objetos que produzcan brillo da buenos resultados en su pesca. El olfativo consiste en que los atunes responden a extractos químicos liberados por sus presas y, por ello, se han hecho experimentos para mejorar su captura utilizando algunos productos provenientes de calamares, gambas y una variedad de peces. (ECURED, 2017)

Como el resto de túnidos, la albacora se alimenta de todo lo que se encuentra en su camino. Entre su dieta están peces más pequeños como son las sardinas y las anchoas, crustáceos (langostas, langostinos, cangrejos), celentéreos (medusas), anélidos (gusanos marinos), cefalópodos (chipirón, pequeños pulpos).

### **Albacora información nutricional**

La albacora es un pescado azul o graso que es, tiene una relación de grasa superior al de otros pescados no grasos. El contenido de grasa será superior en unas partes de su cuerpo respecto el de otras. Así por ejemplo, el dorso y la zona de la aleta caudal posee un bajo porcentaje de grasa respecto a otras zonas como la ventral (zona pectoral inferior y vientre).

Las propiedades de la albacora en cuanto a contenido de elementos grasos varía de unas estaciones del año a otras, siendo mayor en los meses de octubre y noviembre. La mayoría de los españoles al menos, hemos oído infinidad de veces hablar del bonito del norte que no es otra cosa que las albacoras pescadas en el Cantábrico. También se nos han señalado sus propiedades nutritivas como aporte de infinidad de vitaminas, minerales y omega-3.

Tenemos que señalar que todo esto es cierto, no es que sean únicamente propiedades de la albacora o del bonito del norte estos aportes nutricionales.

<b>Información nutricional</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Por 100g</b>
Energía (Kcal)	153
Proteínas (g)	24,7
(g)	<1
Fibra (g)	0,0
Grasa total (g)	6,0
Saturadas (g)	1,54
Monoinsaturadas (g)	1,23
Poliinsaturadas (g)	2,62
Omega 3 (g)	0,4
Colesterol (mg)	45
<b>Minerales</b>	
Calcio (mg)	8
Hierro (mg)	1,3
Zinc (mg)	0,5
Sodio (mg)	39
Potasio (mg)	330
<b>Vitaminas</b>	
Vitamina A (µg)	6
Vitamina B3 (µg)	17,8
Vitamina B9 (µg)	15,0
Vitamina B12 (µg)	3,0
Vitamina E (µg)	0,9

*Figura 7 Valor nutricional de la Albacora*

La mayoría de los pescados azules tienen un aporte generalizado de nutrientes bastante similar y tenemos la albacora como uno de los más consumidos. Así, las propiedades nutritivas del bonito del norte o albacora son las siguientes:

- Rico en Omega-3.
- Contiene vitaminas A, B1, B2, B3, B12, y D.
- Ácido linoleico (omega 6) que es un ácido graso esencial que necesita nuestro organismo y que no es capaz producirlo por sí mismo.
- Posee los minerales siguientes: potasio, fósforo, hierro, yodo y magnesio.

Por lo tanto y después de conocer la gran cantidad de nutrientes que tiene la albacora o el bonito del norte, debemos saber que se trata de los alimentos más completos de cuantos existen. Apto para toda clase de personas y en especial para aquellas que están en edad de crecimiento.

Para estas personas que necesitan de estos nutrientes para completar esta etapa de su vida en la que son tan necesarios, te presentamos algunas de las recetas más elaboradas y más apetitosas realizadas con albacora. También es muy común consumir albacora en conserva, lo cual también es sumamente nutritivo. (Wikipeces, 2018)

### **1.2.7. Camarón**



*Figura 8 Camarón*

También es conocido como quisquilla o esquila. Pertenece a la familia de los Caridea. Es un crustáceo decápodo, que puede habitar tanto en aguas dulces como saladas. Vive en regiones templadas, tropicales, y frías. Habita en zonas rocosas y arenosas poco profundas con abundancia de algas.

#### **Descripción principal**

Cuando son adultos se alimenta de algas y restos de animales aunque pueden comer cualquier cosa que resulte comestible. De larvas se alimentan de zooplancton. La fecundación es interna y las hembras pueden aparearse cuatro o cinco veces por año. En nuestras costas se reproducen de abril a septiembre. Es uno de los mariscos más apreciados y su carne se considera exquisita.

## **Características**

- Su cuerpo es comprimido y con una coraza poco consistente.
- Su cola es muy prolongada respecto al cuerpo.
- Su color es grisáceo o transparente con bandas oscuras en el abdomen que delimitan los segmentos en los que se divide su cuerpo.
- Posee una cabeza triangular, larga y dentada.
- Sus ojos son de color verdoso.
- Tiene patas pequeñas y dos pares de pinzas en el primer par además de largas antenas.
- Su mandíbula posee bordes fibrosos.
- Tienen el abdomen grueso y musculoso, el cual contraen de forma brusca cuando realizan desplazamientos de huida hacia atrás.

## **Tipos**

Aunque en el mercado mundial hay dos variedades básicas de camarón, el de Aguas frías y el de Aguas tropicales, entre otros están:

### **Camarón de poza**

Tiene líneas de color parduzco-amarillo horizontales u oblicuas en el caparazón y verticales en el abdomen y franjas azul-amarillo en las patas.

### **Camarón báltico**

Se diferencia porque no tiene bandas oscuras.

### **Camarón posidonia**

Carece de manchas oscuras y a veces tiene puntos de color verde azulado.

### **Quisquilla**

No se trata del camarón pequeño, si no, de otra especie de muy inferior calidad. Se pueden distinguir porque, en fresco, su color es de un gris azulado, mientras que el camarón es parduzco, la cabeza es más bien cuadrada cuando en el camarón resulta más triangular y porque sus pinzas muestran características muy diferentes.

### **Curiosidades**

- La hembra del camarón pone de 2 a 4 millones de huevos.
- El camarón autóctono es el marisco que mayor precio llega a alcanzar en el mercado gallego, donde se comercializa vivo o cocido.
- Es uno de los pocos crustáceos que practica canibalismo.
- El corazón de un camarón se localiza en su cabeza.
- El camarón limpiador se alimenta de las bacterias que se encuentran en la boca, branquias e incluso ojos de algunos peces.
- El camarón es uno de los animales más abundantes de las charcas de nuestras costas debido a que el camarón es uno de los animales de la zona intermareal mejor adaptado a todo tipo de cambios en su hábitat: soporta alteraciones drásticas tanto en la salinidad como en la temperatura o en la proporción de compuestos nitrogenados (amoníaco, nitritos, nitratos), siendo la disminución en el nivel de oxígeno uno de los pocos factores por los que se ve fuertemente afectado.
- El apodo por el que es conocido José Monge Cruz (Camarón de la Isla) le fue dado por un tío suyo, de nombre José, debido a su delgadez, pelo rubio y piel blanca para la raza

gitana, que en su opinión le hacían parecer un camarón. (La Tienda de Pescaderías Coruñesas, 2018)

## Valor nutricional

Tabla 1 Valor nutricional del camarón

Tipo	Por 100g
Energía (Kcal)	82
Proteínas (g)	17,6
Hidratos de Carbono (g)	1,5
Fibra (g)	-
Grasa total (g)	0,6
Saturadas (g)	0,1
Monoinsaturadas (g)	0,2
Poliinsaturadas (g)	0,1
Omega 3 (g)	-
Colesterol (mg)	195
Minerales	-
Calcio (mg)	79
Hierro (mg)	1,6
Zinc (mg)	90
Sodio (mg)	190
Potasio (mg)	330
Vitaminas	-
Vitamina A (µg)	-
Vitamina B3 (µg)	0,32
Vitamina B9 (µg)	Tr
Vitamina B12 (µg)	0,7
Vitamina E (µg)	0,3

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

### 1.2.8. Calamar



*Figura 9 Calamar*

Los calamares son buenos amigos del verano y los chiringuitos, y son un producto querido en todo el mundo. Estos moluscos cefalópodos se acostumbran a preparar a la romana o a la andaluza y parecen imprescindibles de los aperitivos y comidas en la playa, pero hay infinidad de recetas que tienen el calamar como ingrediente principal como los calamares encebollados, calamares en su tinta, rellenos, o en bocadillo.

Una de las ventajas de los calamares es que son bajos en calorías y grasas (aunque hemos de tener en cuenta que si los comemos rebozados y fritos, la cosa cambia). Los calamares son muy nutritivos y una gran fuente de proteínas, necesarias para mantener los músculos sanos. Aunque su contenido en colesterol es algo alto, por lo que una o dos raciones a la semana son buenas cantidades para disfrutar de los diferentes beneficios del calamar, sin que suponga un problema.

### **El Calamar, bajo en calorías**

Son un alimento bajo en calorías y grasas. Muy nutritivos, pero también con alto contenido en colesterol. Por el contrario su consumo está aconsejado a su vez en personas con diabetes e intolerancia al gluten. A esta cuestión debemos añadirle otra cualidad, y es que gracias a su elevado aporte proteico, es una opción útil en dietas por su poder saciante. Por todo ello la Federación Española de Nutrición recomienda su consumo.

Al no ser un alimento de temporada, podemos disfrutar de las propiedades del calamar en cualquier época del año. A la hora de comprar pescado y alimentos del mar, lo ideal siempre es acudir a nuestra pescadería de confianza.

## Valor Nutricional del Calamar

*Tabla 2 Valor Nutricional del Calamar*

<b>Calorías</b>	97
<b>Proteínas</b>	15,6 g.
<b>Grasa total</b>	1,4 g. (Saturadas 0,4 g., monoinsaturadas 0,1g., Poliinsaturadas (g) 0,5, Omega 3 0,5g.).
<b>Colesterol</b>	233 mg.
<b>Calcio</b>	32 mg.
<b>Hierro</b>	0,7 mg.
<b>Zinc</b>	1,5 mg.
<b>Sodio</b>	44 mg.
<b>Potasio</b>	246 mg.
<b>Vitamina A</b>	9,9
<b>Vitamina B3</b>	2,2
<b>Vitamina B9</b>	13
<b>Vitamina B12</b>	1,3
<b>Vitamina E</b>	1,2

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## Propiedades y beneficios

### Energizantes

Al ser ricos en minerales, los calamares nos garantizan un buen nivel de energía, además cuidan de nuestra memoria, frenan el envejecimiento celular y cuidan nuestras defensas.

### **Regulan la tiroides**

La composición nutricional de los calamares los convierte en reguladores de la glándula tiroides.

### **Fortalecen cabello, uñas y dientes**

Esto se debe a la alta presencia de vitamina A y colágeno en los calamares. (Penelo, 2018)

### **1.2.9. Cangrejo**



*Figura 10 Cangrejo rojo*

Los crustáceos son una subfamilia de animales acuáticos que reúnen una serie de características que los convierte en animales muy particulares. En esta oportunidad vamos a conocer a uno de sus integrantes más llamativo, el cangrejo. Este crustáceo pertenece al orden de los decápodos, ya que cuenta con 5 pares de patas. El cangrejo habita las costas de los mares y de algunos ríos,

es decir que existen especies a las que se denomina cangrejos que son de agua salada y otros de agua dulce. Son más de 4 mil las especies que podemos identificar en este grupo.

### **Características de los cangrejos**

Los cangrejos pertenecen a la familia de los artrópodos, es decir que cuentan con un exoesqueleto que los protege de manera externa. En muchos casos, este exoesqueleto, se encuentra mineralizado por la acción del carbonato de calcio, lo que lo convierte en una verdadera armadura. Los artrópodos mudan periódicamente su esqueleto externo y algunas especies aprovechan esta oportunidad para la reproducción.

El cangrejo cuenta con 5 pares de patas, pero con la particularidad que las 2 delanteras se han ido adaptando hasta convertirse en un par de pinzas o tenazas que le sirven para la captura de sus presas. La mayoría de las especies de cangrejos son reconocidas por su modo especial de locomoción, si observamos detenidamente veremos que se desplazan casi de costado.

El cangrejo de mar puede exhibir en su caparazón una gran variedad de colores. Marrón, verde, gris, rojo y este color dependerá de la acción de las aguas donde habita.

### **¿Dónde habita el cangrejo?**

Estos animales no son grandes nadadores, por lo que su hábitat preferido son las costas de los mares, donde pueden alternar entre el agua y las playas. En el agua, el cangrejo se desplaza caminando por el fondo. En tierra firme lo hace con una ductilidad aún mayor y algunas especies hasta llegan a poder trepar palmeras.

### **Reproducción del cangrejo**

Para atraer a sus parejas, los cangrejos utilizan diversas formas. En el caso de las especies que pasan la mayor parte de su vida en el agua, la atracción de la pareja se produce por el uso de feromonas. Éstas se esparcen por el agua y atraen a los de su misma especie.

En el caso de los cangrejos de tierra, el cortejo se produce por medio de acciones visuales, sonidos y vibraciones para lo cual se vale de sus pinzas, a las que agita, hace sonar y golpea contra el suelo para conquistar a su pareja.

Los cangrejos aprovechan el momento en que la hembra muda su exoesqueleto ya que es cuando se encuentra, corporalmente, más suave. La hembra puede almacenar el espermatozoos del macho por mucho tiempo, hasta que considera oportuno fertilizar los huevos. La hembra del cangrejo puede llegar a poner hasta 200 mil huevos.

Cuando los huevos han sido fertilizados, la hembra los depositará en la parte externa de su abdomen, donde quedarán adheridos por medio de una sustancia pegajosa. Así, la hembra transportará los huevos hasta que llegue el momento de la eclosión.

### **Los jóvenes cangrejos**

Una vez que los huevos han eclosionado, la hembra los liberará en el agua. En esta etapa, los recién nacidos serán larvas. Cuando las larvas quedan a su merced, aprovechan las corrientes de agua para desplazarse, flotando en ella.

En este estadio, las larvas deben alimentarse por sí mismas, pero en muchas especies, éstas están provistas de una buena cantidad de yema de los huevos eclosionados que le servirá de alimento hasta que puedan capturar sus propias presas.

A medida que los ejemplares juveniles van creciendo, sufren varias mudas de su exoesqueleto, hasta lograr su madurez. Cada muda viene precedida de un ablandamiento del caparazón para facilitar este proceso, cuando llega el momento de desprenderse del viejo caparazón, el cangrejo consume grandes cantidades de agua, de esta forma se hincha y expulsa su vieja armadura.

Al momento de aparecer, el nuevo caparazón es blando. El cangrejo aprovecha esta oportunidad para expandirlo de manera tal que haya espacio para su crecimiento.

### **Alimentación del cangrejo**

Este crustáceo es carnívoro. Se alimenta de peces, animales muertos y de otros crustáceos menores. Para proveerse de su alimento, el cangrejo se vale de sus fuertes tenazas que utiliza para atrapar a sus presas y para trozarlas, lo mismo ocurre si su alimento es un animal muerto que halla a la orilla del agua. Pacientemente, el cangrejo lo va trozando. Algunas especies pueden alimentarse, también, de algas por lo que su dieta es de tipo omnívora.

Estos animales pueden llegar a compartir su alimento con otros ejemplares de su “familia”, por ejemplo, con la hembra con la cual tiene previsto aparearse, antes que ella se traslade al agua.

### **Comportamiento de los cangrejos**

A diferencia de otros crustáceos, el cangrejo se muestra como un animal muy activo y de comportamiento complejo, lo que habla de su evolución. Por medio de sus tenazas, los machos llegan a luchar entre sí para conquistar una hembra que se encuentra en disputa.

Si bien no se habla de especies en peligro, se sabe que la contaminación a la que están sometidas las costas de los mares y ríos, es un importante factor de reducción de la población de cangrejos. ( D'ALESSANDRO, 2017)

Entre los diferentes tipos de marisco, el cangrejo supone una auténtica joya gastronómica. Existen multitud de variedades de este crustáceo y, entre ellas, tanto de río como de mar. El primero, más alargado y estrecho, ha sido un plato típico de la cocina española y ahora se halla seriamente amenazada; el segundo, más achatado y de cuerpo ovalado, es muy común en el área mediterránea.

La carne de cangrejo es muy apreciada y sabrosa, y se presta a la elaboración de numerosas recetas, entre ellas destacan las que incluyen arroces, salpicones, ensaladas o cangrejo al ajillo. Además, tanto las variedades de río como de mar destacan por su alto contenido en nutrientes. (Escalante, 2019)

### **Valor nutricional (por cada 100 gramos)**

*Tabla 3 Valor nutricional del cangrejo*

<b>Calorías</b>	124 kcal
<b>Proteínas</b>	19,5 gr
<b>Grasas</b>	5,1 gr
<b>Hidratos de carbono</b>	0 gr
<b>Calcio</b>	30 mg
<b>Hierro</b>	1,3 mg
<b>Yodo</b>	40 mg
<b>Magnesio</b>	48 mg
<b>Potasio</b>	270 mg
<b>Fósforo</b>	176 mg

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

### **Propiedades nutricionales del cangrejo**

El cangrejo es un ingrediente que llama especialmente la atención por ser rico en yodo, magnesio y selenio. Tres componentes que ayudarán al individuo a mejorar el funcionamiento de los tejidos nerviosos y musculares, a estimular el sistema inmunológico, retrasar el proceso de envejecimiento celular o reforzar el sistema óseo y la dentadura. Otros minerales, proteínas y vitaminas que incluye son el cinc, los ácidos grasos, el fósforo, el potasio o las vitaminas E y B3.

Sin embargo, no todos sus compuestos son beneficiosos para la salud. Por ejemplo, la elevada concentración de sodio puede provocar problemas cardiovasculares, hipertensión o retención de líquidos. Mientras que su colesterol puede aumentar el riesgo de padecer aterosclerosis, es decir, el estrechamiento de las arterias por la acumulación de lípidos en sus paredes.

### **Beneficios del consumo de cangrejo**

A pesar de los efectos adversos expuestos con anterioridad, el cangrejo es uno de los alimentos más saludables del mundo. Gracias a sus muchos nutrientes esenciales, este crustáceo es capaz de:

- Ayudar a la producción de glóbulos rojos a través de la vitamina B12 que incluye en su composición.
- Como ya hemos visto, su bajo contenido en grasas lo convierte en el alimento perfecto para las dietas de adelgazamiento.
- El cangrejo juega un papel esencial en el desarrollo de la glándula tiroidea.
- Interviene no solo en el proceso de formación de los huesos, sino también en el de los órganos reproductivos.

- Es un poderoso antioxidante natural.
- Su vitamina E ayuda a mantener la integridad de la membrana celular, protegiendo también a las células de la presencia de sustancias tóxicas.
- Es una gran fuente de energía y regulador de la temperatura corporal.
- Más del 70% de su composición es agua, lo que favorece la hidratación. (ok diario, 2018)

### 1.2.10. CONCHA



*Figura 11 Conchas*

Los manglares de Ecuador son ecosistemas muy biodiversos, generan trabajo y sustento para multitud de comunidades costeras. La actividad más importante para las mujeres que viven del manglar es la recolección artesanal de la concha prieta, en la que también participan niños y niñas. Esta práctica se ve amenazada debido a que los manglares se encuentran en una situación crítica a nivel mundial. Además de la sobreexplotación de la concha, la amenaza más importante a la que se enfrenta este molusco y todo el ecosistema de manglar es la deforestación para la instalación de piscinas para la cría de camarón.

La recolección artesanal de la concha prieta (*Anadara tuberculosa* y *Anadara similis*) en los manglares esmeraldeños ha sido siempre una cuestión de género, una actividad ligada a las

mujeres. De hecho, las usuarias directas del manglar (aquellas que lo utilizan para ganar su sustento diario) en Muisne (Esmeraldas) siempre se dedican a “conchar”. En cambio, los varones desarrollan empleos más diversificados, pudiendo ser pescadores, cangrejeros, carboneros y, en ocasiones, concheros.

Hace años, la mejor conchera agarraba unas 800 conchas por faena, en la actualidad se agarran de 60 a 100 aproximadamente –de acuerdo a testimonios otorgados por concheras de Muisne-, en un tiempo mucho mayor y recorriendo distancias más largas, siendo los niños a menudo los que mayor cantidad recolectan pues pueden introducirse sin dificultad entre las raíces más estrechas de los mangles.

Aunque si bien es cierto que la destrucción de los manglares en el estuario de los ríos Muisne y Cojimíes ha afectado intensamente a todas las actividades tradicionales, haciendo inviable la extracción de leña para carbón y disminuyendo de manera drástica la pesca y la recolección de moluscos y crustáceos, la actividad de conchar parece haber sido una de las más impactadas, ya que la densidad de concha en esa región se sitúa en torno a valores inferiores a un individuo por metro cuadrado, según resultados obtenidos en el Plan de Manejo del “Refugio de Vida Silvestre” del sistema Muisne-Cojimíes. Ese dato revela el declive actual de la concha y detrás de ella se esconde la preocupación de muchas mujeres que ven amenazada la posibilidad de sacar adelante a sus hijos. Debido a que sus ingresos dependen principalmente de esta actividad, las mujeres concheras son las usuarias del manglar más afectadas. (NIETO, 2017)

## Información nutricional de la concha

<b>Tamaño de la Porción</b>	<b>1 pieza</b>
<b>Por porción</b>	
<b>Energía</b>	<b>891 kj</b> 213 kcal
<b>Proteína</b>	<b>3,48g</b>
<b>Carbohidratos</b>	<b>28,57g</b>
Fibra	0,7g
Azúcar	15,83g
<b>Grasa</b>	<b>9,69g</b>
Grasa Saturada	2,205g
Grasa Poliinsaturada	2,747g
Grasa Monoinsaturada	4,172g
Colesterol	16mg
Sodio	85mg
Potasio	72mg

Figura 12 Tabla nutricional de la concha

### 1.3. ESTUDIO DE MERCADO

Luna (2016) afirma que: La investigación de mercado, ubicada también como análisis de mercado, estudio de mercado investigación comercial, ha evolucionado con el paso del tiempo de acuerdo con el desarrollo de la industria y los negocios, en la actualidad se aplica una metodología que proporciona información con alto grado de confiabilidad para tener las bases iniciales y emprender un negocio (pág. 80).

#### 1.3.1. MERCADO

El mercado al que va dirigido mi negocio es la ciudad de Babahoyo perteneciente a la provincia de Los Ríos. El segmento de clientes serán todas las personas que gustan comer encebollado o alguno de sus complementos, que al no existir un lugar donde degustar este tipo de variedades viajan a otros lados como es a la ciudad de Guayaquil.

La población de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Babahoyo es de 90.191 habitantes las cuales son Clemente Baquerizo, Dr. Camilo Ponce, Barreiro y El Salto, mediante ésta se puede realizar el cálculo de la muestra para proceder a encuestar a los ciudadanos y obtener información de gran importancia para la Picantería los mismos que podrían ser los futuros clientes.

### 1.3.2. FORMULA DE LA MUESTRA

$$n = \frac{PQ * N}{N - 1 \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Donde:

n = Muestra (¿?)

PQ = Varianza de la población (0,25)

E = Margen de error (0,05)

K = Constante de corrección de error (2)

N = Población (90.191)

$$n = \frac{(0,25 * 90.191)}{(90.191 - 1) \frac{(0,05)^2}{(2)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{22547.75}{56.61875}$$

$$n = 398 \text{ habitantes}$$

### 1.3.3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

#### 1. ¿Consume usted encebollado?

Tabla 4 ¿Consume usted encebollado?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	310	77,89%
NO	88	22,11%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

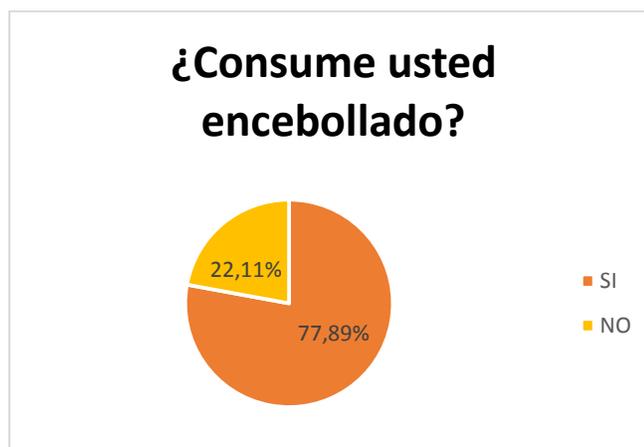


Figura 13 Consumo de encebollado

#### Análisis de los datos obtenidos

El gráfico nos muestra el resultado de la encuesta realizada, misma que nos indica que el 77,89% de las personas de la ciudad de Babahoyo si consumen encebollado, mientras que el 22,11% restante aseguran que no lo hacen. Entendiendo que este nuevo modelo de negocio de la Picantería Don Viche en la ciudad tendrá gran aceptación ya que el local que ya ha estado produciendo es conocido por muchos y además gusta a las personas.

## 2. ¿Con que frecuencia usted consume encebollado?

Tabla 5 ¿Con que consume encebollado?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez al mes	40	10,05%
Dos veces al mes	68	17,08%
Tres veces al mes	100	25,13%
Más de tres veces al mes	190	47,74%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

frecuencia usted

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

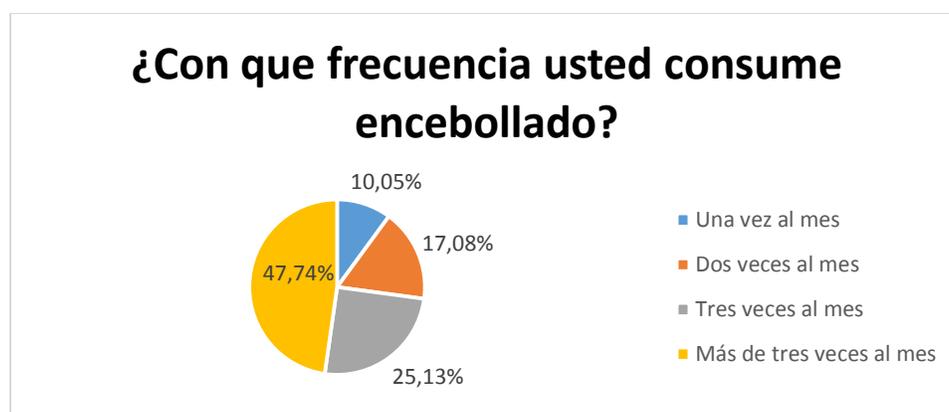


Figura 14 Frecuencia de consumo de encebollado

### Análisis de los datos obtenidos

Al realizar las encuestas para conocer con qué frecuencia las personas consumen encebollado obtuvimos como resultado de que un 10,05% compran encebollado una vez al mes, el 17,08% dos veces al mes, mientras que el 25,13% nos dio a conocer que degustan el encebollado tres veces al mes pero el 47,74% nos afirman que lo consumen más de tres veces al mes. Es importante reconocer que al saber con qué frecuencia las personas compran encebollado, se va a

tener un impulso para lanzar las nuevas propuestas al mercado ya que va a generar ingresos mayores.

### 3. ¿Con quién asiste a comer encebollado?

Tabla 6 ¿Con quién asiste a comer encebollado?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familia	140	35,18%
Amigos	118	29,65%
Compañeros de trabajo	75	18,84%
Otro (enamorado/a)	65	16,33%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

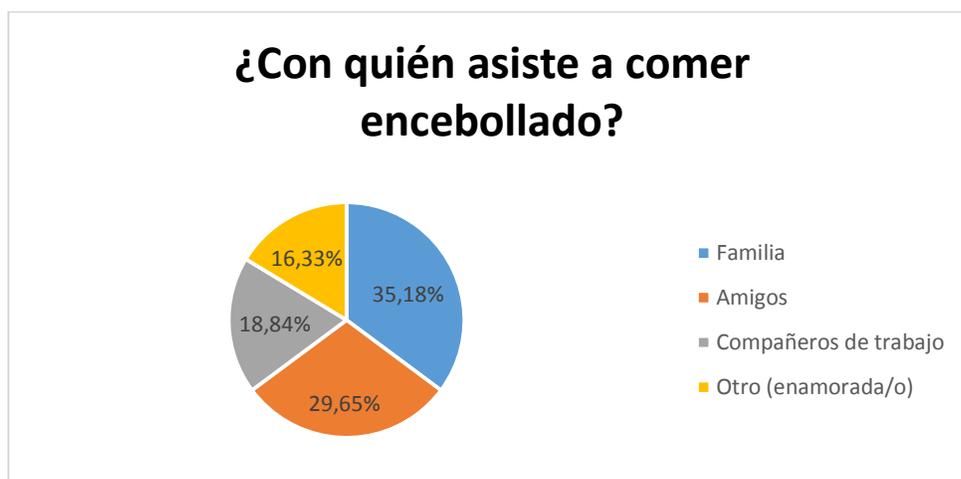


Figura 15 Personas con las que asiste a comer encebollado

#### Análisis de los datos obtenidos

Del total de las personas encuestadas el 35,18% por lo general asiste a comer encebollado con su familia, el 29,65% se reúnen para degustar con sus amigos, el 18,84% acuden con los compañeros de trabajo y el 16,33% lo hace con su pareja sentimental. Según los resultados las

personas acostumbran saborear el encebollado con la familia, esto es beneficioso para la empresa ya que los clientes serán mayores porque no asisten solos sino en familia.

#### 4. ¿Qué tipo de encebollado consume?

Tabla 7 ¿Qué tipo de encebollado consume?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sencillo	180	45%
Mixto	218	55%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

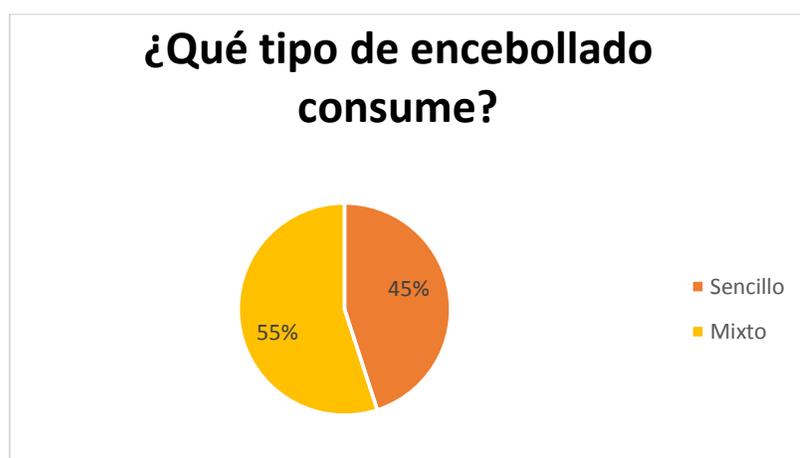


Figura 16 Tipo de encebollado

#### Análisis de los datos obtenidos

Los resultados de la encuesta realizada indican que el 45% de las personas de la ciudad de Babahoyo consumen encebollado sencillo, mientras que el 55% aseguran que les gusta el

encebollado mixto. Entendiendo que a las personas les gusta combinar el encebollado sencillo con varios mariscos.

## 5. ¿Consume usted mariscos?

Tabla 8 ¿Consume usted mariscos?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	323	81,16%
NO	75	18,84%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

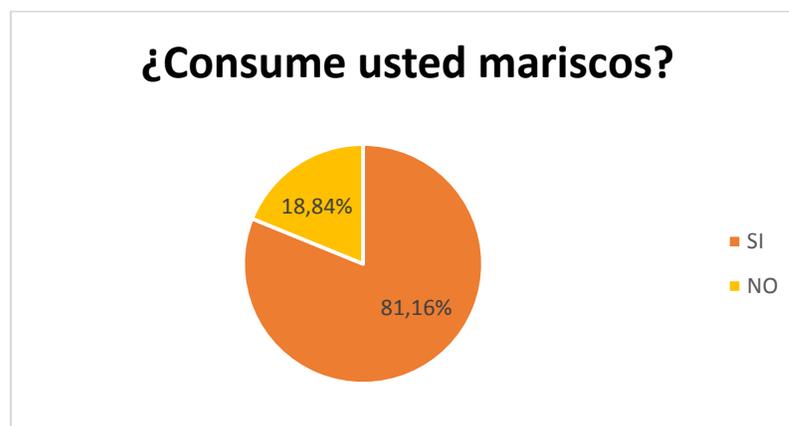


Figura 17 Consumo de mariscos

### Análisis de los datos obtenidos

Según los resultados de la encuesta realizada demuestra que el 81,16% de las personas si consumen mariscos y el 18,84% restante aseguran que no les gusta comer. Entendiendo que el encebollado marinero tendrá éxito en la Picantería Don Viche ya que gusta a muchos y son pocas

las personas que no consumen mariscos ya sea porque no les gusta o no pueden ingerirlo por salud médica.

## 6. ¿Cuáles son las razones por las que usted visita una Picantería?

Tabla 9 ¿Cuáles son las razones por las que usted visita una Picantería?

razones por las que usted visita

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buen servicio	100	25,13%
Ambiente	50	12,56%
Buena comida/bebida	180	45,23%
Precio	18	4,52%
Localización	50	12,56%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos



Figura 18 Visitas que realiza a una picantería para consumir encebollado

### Análisis de los datos obtenidos

Al realizar las encuestas para conocer cuáles son las razones por las que las personas visitan una Picantería obtuvimos como resultado de que el 25,13% lo hace porque recibe un buen servicio, el 12,56% asiste más de una vez porque le ofrecen un ambiente agradable, el 45,23% regresan al lugar porque la comida o bebida es buena, el 4,52% por el precio y el 12,56% continúan asistiendo al mismo lugar por la localización que tiene. Según los resultados mostrados se puede

ver y entender que es beneficioso tener en cuenta que las personas vuelven al mismo lugar a degustar los mismos alimentos porque son bien atendidos y porque el sabor es bueno.

## 7. ¿Dónde prefiere consumir el encebollado?

Tabla 10 ¿Dónde prefiere consumir el encebollado?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	299	75,13%
Casa	99	24,87%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

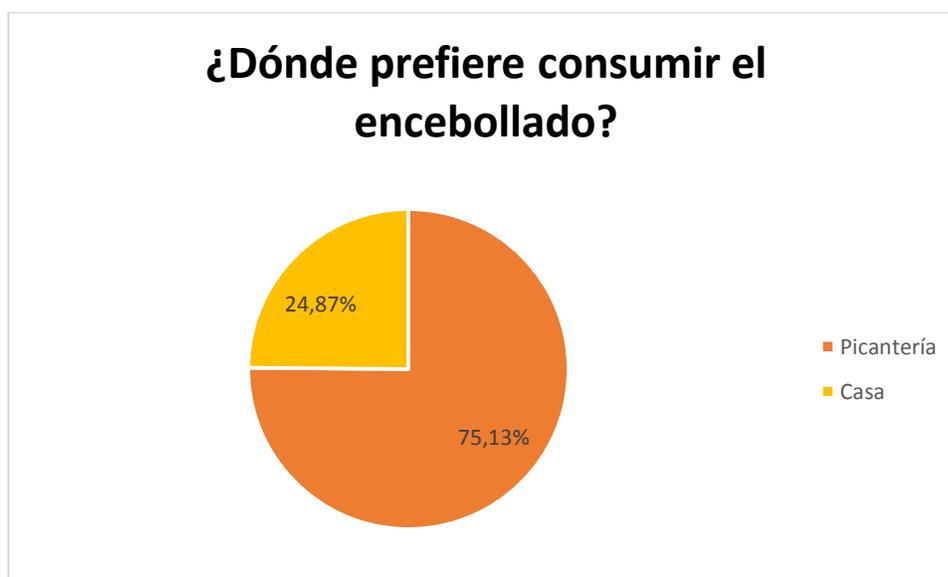


Figura 19 Lugar de preferencia para consumir encebollado

### Análisis de los datos obtenidos

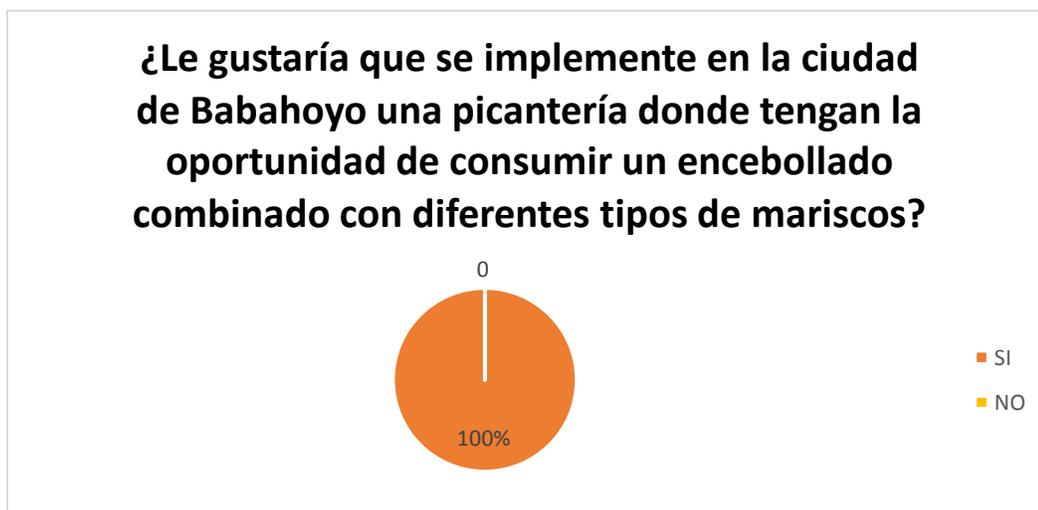
Mediante la encuesta realizada se pudo conocer que el 75,13% de las personas prefieren consumir encebollado en el mismo lugar donde lo compran es decir en el local y el 24,87% de personas restantes les gusta comerlo en casa. Según los resultados obtenidos serían muchas las personas que visitarían la picantería ya que gustan consumirlo en el mismo lugar.

**8. ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo una picantería donde tengan la oportunidad de consumir un encebollado combinado con diferentes tipos de mariscos?**

*Tabla 11 ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo una picantería donde tengan la oportunidad de consumir un encebollado combinado con diferentes tipos de mariscos?*

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	398	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de  
la  
investigación.  
Elaborado  
por:  
Denise  
Tapia  
Santos



*Figura 20 Combinar encebollado con varios mariscos*

### **Análisis de los datos obtenidos**

El 100% de las personas encuestadas dieron a conocer que si les gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo una picantería donde tengan la oportunidad de consumir un encebollado combinado con diferentes tipos de mariscos, esto permite que lancemos al mercado nuestros productos con confianza porque habrá aceptación.

## 9. ¿Le gustaría que la Picantería realice servicio a domicilio?

Tabla 12 ¿Le gustaría que la Picantería realice servicio a domicilio?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	195	48,99%
NO	203	51,01%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

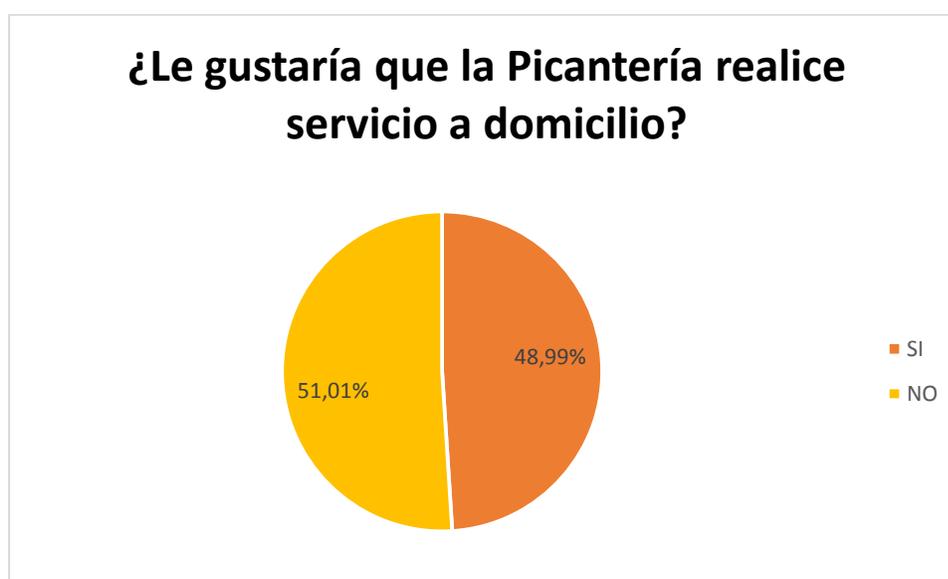


Figura 21 Servicio a domicilio de la picantería

### Análisis de los datos obtenidos

El 48,99% de las personas encuestadas les gustaría que la picantería realice entrega del encebollado a domicilio pero el 51,01% optó por no estar de acuerdo con que se le lleve el encebollado a su residencia. A lo mejor este último grupo no le gustaría la entrega en su hogar por varias razones, ya sea porque le puede llegar frío, porque el sabor es diferente que cuando se

lo come en la picantería y también porque puede llevar algún ingrediente que no sea de su agrado.

### 10. ¿Cómo cree usted que debería ser el ambiente adecuado en la Picantería?

Tabla 13 ¿Cómo cree usted que debería ser el ambiente adecuado en la Picantería?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ambiente con música	225	56,53%
Ambiente silencioso	173	43,47%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

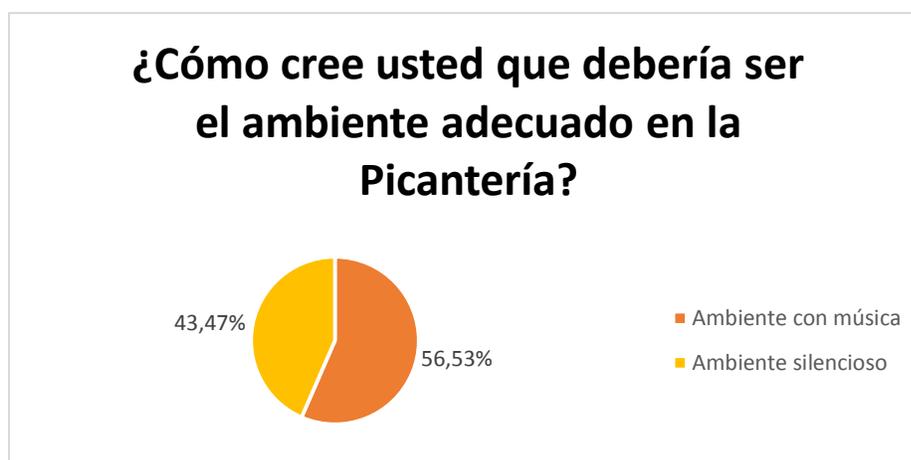


Figura 22 Ambiente adecuado en al picantería

### Análisis de los datos obtenidos

Según las encuestas realizadas a las personas de la ciudad de Babahoyo obtuvimos los siguientes resultados donde nos refleja que el 56,53% de la población considera que el ambiente adecuado que debe brindar la picantería debe ser un ambiente con música mientras que el 43,47% restante piensa que el ambiente adecuado debe ser silencioso sin nada de ruido. Es muy importante saber

cómo les gusta degustar de la comida a la ciudadanía y de esa manera poder complacerlos al momento de que nos visiten en el local.

## 11. ¿Le gustaría que una Picantería le brinde diversas presentaciones de encebollado?

Tabla 14 ¿Le gustaría que una Picantería le brinde diversas presentaciones de encebollado?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	398	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

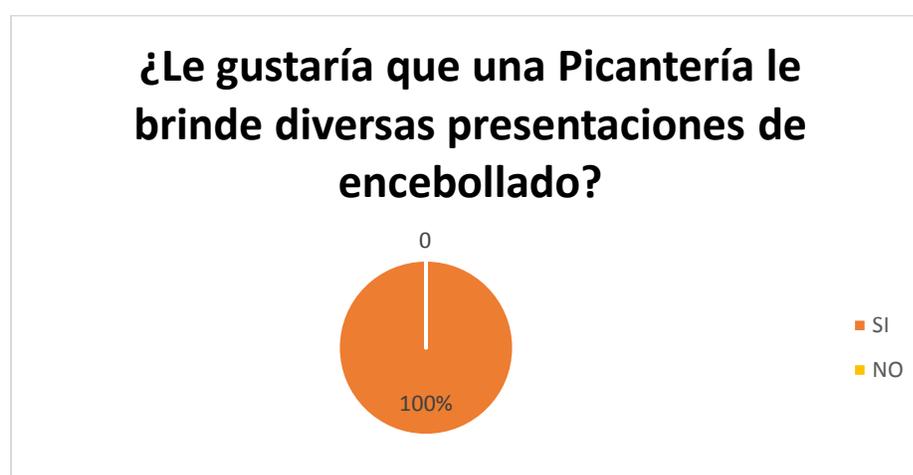


Figura 23 Diversas presentaciones del encebollado

### Análisis de los datos obtenidos

El gráfico nos muestra el resultado de la encuesta realizada, misma que nos indica que el 100% de las personas les gustaría que en una picantería exista variadas presentaciones de encebollado, es decir, que no solo sea con pescado, camarón y calamar sino que les gustaría degustar más mariscos como el cangrejo y la concha. Teniendo en cuenta que en la mayoría de las picanterías en el mercado ofrecen por lo general la misma presentación de encebollados que es el sencillo y mixto con camarón y calamar.

## 12. ¿Le agradaría que en la Picantería se premie y festeje (cante) a los cumpleaños?

Tabla 15 ¿Le agradaría que en la Picantería se premie y festeje (cante) a los cumpleaños?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	398	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

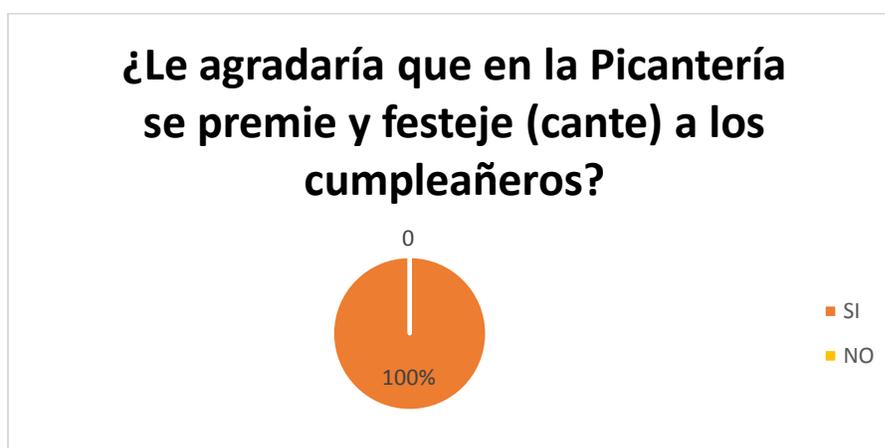


Figura 24 Premio y festejo a cumpleaños

### Análisis de los datos obtenidos

Los resultados de la encuesta realizada son muy claros, a quien no le gustaría ser festejado en un lugar donde vaya a degustar su plato favorito el día de sus cumpleaños y que le ofrezcan un descuento por ello, a todos. El 100% de las personas encuestadas aportaron con sus respuestas, que si les encantaría que se les motive o incentive de esta manera. Es una de las formas de ganar clientes y volverlos fijo a la empresa e incluso se atraerá a más clientela usando esta promoción.

### 1.3.4. ANÁLISIS EJECUTIVO

El estudio consistió en una encuesta que se realizó a 398 personas de la parroquia urbana de la ciudad de Babahoyo, se utilizó un diseño de encuesta. Los hallazgos más relevantes son los siguientes:

- El 77,89% de las personas de la ciudad de Babahoyo si consumen encebollado, mientras que el 22,11% restante aseguran que no lo hacen.
- El 10,05% de las personas compran encebollado una vez al mes, el 17,08% dos veces al mes, mientras que el 25,13% nos dio a conocer que degustan el encebollado tres veces al mes pero el 47,74% nos afirman que lo consumen más de tres veces al mes.
- El 35,18% por lo general asiste a comer encebollado con su familia, el 29,65% se reúnen para degustar con sus amigos, el 18,84% acuden con los compañeros de trabajo y el 16,33% lo hace con su pareja sentimental.
- El 45% de las personas de la ciudad de Babahoyo consumen encebollado sencillo, mientras que el 55% aseguran que les gusta el encebollado mixto.
- El 81,16% de las personas si consumen mariscos y el 18,84% restante aseguran que no les gusta comer.
- El 25,13% de las personas visitan una picantería lo hace porque recibe un buen servicio, el 12,56% asiste más de una vez porque le ofrecen un ambiente agradable, el 45,23% regresan al lugar porque la comida o bebida es buena, el 4,52% por el precio y el 12,56% continúan asistiendo al mismo lugar por la localización que tiene.
- El 75,13% de las personas prefieren consumir encebollado en el mismo lugar donde lo compran y el 24,87% de personas restantes les gusta comerlo en casa.

- El 100% de las personas encuestadas dieron a conocer que si les gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo una picantería donde tengan la oportunidad de consumir un encebollado combinado con diferentes tipos de mariscos.
- El 48,99% de las personas encuestadas les gustaría que la picantería realice entrega del encebollado a domicilio pero el 51,01% optó por no estar de acuerdo con que se le lleve el encebollado a su residencia.
- El 56,53% de la población considera que el ambiente adecuado que debe brindar la picantería debe ser un ambiente con música mientras que el 43,47% restante piensa que el ambiente adecuado debe ser silencioso sin nada de ruido.
- El 100% de las personas encuestadas aportaron que si les encantaría que se les motive o incentive festejando su cumpleaños y ofreciendo un descuento al cumpleañosero en la picantería.

### **1.3.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

En el mercado competitivo en la ciudad de Babahoyo existen varias picanterías que mantienen una oferta tradicional de encebollados. Se han identificado dos entidades competitivas:

Tabla 16 Análisis de la competencia

<b>FICHA TÉCNICA DE LA COMPETENCIA</b>			
<b>COMPETENCIA</b>	<b>PRODUCTOS OFERTADOS</b>	<b>PRECIO (\$)</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
<b>Picantería Javier</b>	Encebollado sencillo con pescado	\$ 3,00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es un local pequeño, no tiene capacidad para muchas personas.</li> <li>- Los precios de los encebollados son muy altos.</li> </ul>
	Encebollado mixto con camarón y calamar	\$ 5,00	
<b>Picantería "Don Pechi"</b>	Encebollado sencillo con pescado	\$ 2,50	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es un local inseguro.</li> <li>- No tiene mucha variedad de platos de encebollado.</li> </ul>
	Encebollado sencillo con camarón	\$ 3,50	
	Encebollado mixto con pulpa de cangrejo y camarón	\$ 6,00	

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Al conocer los productos que oferta la mayor competencia existente en el mercado de la ciudad de Babahoyo, garantiza que los productos a ofrecer en el emprendimiento de Picantería tendrá existo con las propuestas que brinde ya que los mismos serán impactantes y deseados por las personas porque son diferentes a la competencia.

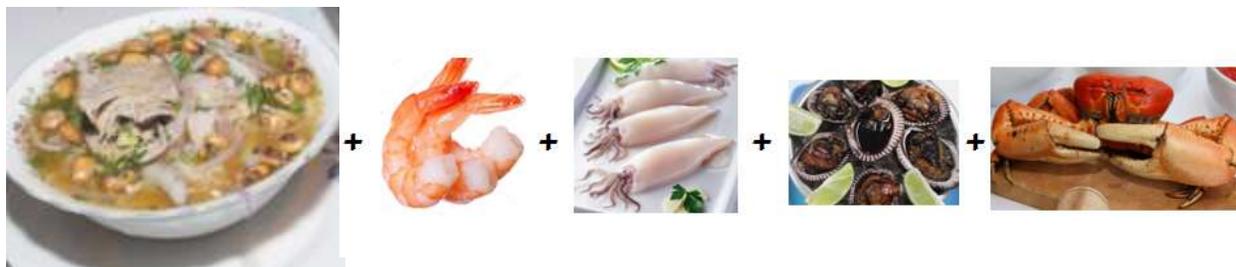
## CAPÍTULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

### 2.1. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### 2.1.1. GIRO DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento será de implementar una Picantería, estará ubicado en la ciudad de Babahoyo, en la calle García Moreno entre Juan Montalvo y Pedro Carbo. El local estará enfocado en la venta de encebollado pero con diferentes presentaciones incluyéndole al mismo variados mariscos, ya que los demás locales donde venden encebollado solo lo ofrecen con pescado y algunos de ellos con camarón y calamar. Es por eso que he optado por instalar un local con el objetivo de satisfacer el paladar de quienes disfrutan comer encebollado y mariscos para que así no busquen viajar a otros lugares para quedar satisfechos.

Se va a crear un modelo de negocio que permita diferenciarse de los demás, ya que los platos a ofrecer serán innovadores para las personas que visiten nuestro local porque no serviremos el encebollado común solo con pescado, yuca, cebolla y maíz tostado sino que agregaremos muchos mariscos que gustan al ser humano. También ofreceremos servicio a domicilio para las



**Encebollado de albacora + Camarón + Calamar + Concha + Cangrejo pescado**

personas que no puedan salir de casa por alguna razón o de su lugar de trabajo y deseen comer encebollado.

*Figura 25 Giro del emprendimiento*

### **2.1.2. RAZÓN SOCIAL**

La razón social es el nombre o denominación con que ha de conocerse una sociedad, y con arreglo al Código de Comercio vigente, ha de ser distinta, según se refiera a una sociedad colectiva, a una comanditaria o a una anónima, y esta razón social tiene una importancia grandísima desde el momento que de ella se desprende la responsabilidad de la sociedad y de sus socios, según sea la clase de aquella y de éstos. (Grau, 2019)

El nombre o razón social con el que se va a identificar el local de encebollado será:

**PICANTERÍA DON VICHE**

*Figura 26 Razón social*

El motivo de la elección de esta razón social es porque el nombre de la persona quien prepara el encebollado es Vicente Tapia (mi papá) pero su hipocorístico o apelativo cariñoso dentro de la familia y por amigos es Viche, de esa manera suplantando el nombre real además que es fácil de recordar. El color elegido es el negro ya que representa lo moderno, llama la atención de las personas y va relacionado con el eslogan.

### **2.1.3. ISOLOGO**

Es aquella en la que las dos partes o piezas que lo componen son indivisibles e inseparables. No funciona la una sin la otra. Es decir, el isologo lo componen la parte gráfica o icono y también la parte textual pero uno integrado en el otro. En el isologo no se puede separar el texto de la parte gráfica y ambos funcionan juntos e indivisibles. El uno sin el otro, no funcionan, no tienen valor ni significado. (Alcaraz, 2016)

El diseño tiene vectores que se agregaran al encebollado como son los mariscos, contiene un pez que representaría a la albacora, camarón y calamar que son ideales para acompañar al encebollado. En la parte inferior la palabra PICANTERÍA y seguido al mismo DON VICHE, y en la parte baja al final de todo se encuentra ubicado el eslogan “La frescura del mar a su paladar”. Es una estrategia que permite que la gente se interese por el producto y desee consumirlo.



*Figura 27 Isologo del negocio*

#### **2.1.4. ESLOGAN**

El eslogan para complementar el isologo es el siguiente:

*La frescura del mar a su paladar*

*Figura 28 Eslogan*

El propósito de este eslogan es grabar en la mente de las personas que lo que se servirán es totalmente fresco con diferentes combinaciones de mariscos, que viene del mar al plato y seguido a su paladar - boca de quien guste el encebollado y sobretodo los mariscos.

## 2.1.5. PRODUCTOS

Tabla 17  
sencillo

Encebollado

<b>ENCEBOLLADO SENCILLO</b>				
				
<b>PORCIONES:</b> 4			<b>TIEMPO:</b> 1 hora y 30 minutos	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>MEDIDAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pescado Albacora	Lb	1	1,80	1,80
Yuca	Unidad	1	0,50	0,50
Ajo	Unidad (cabeza)	2	0,25	0,50
Perejil	Ramas	2	0,05	0,10
Apio	Ramas	2	0,05	0,10
Albahaca	Ramas	4	0,0625	0,25
Maggi	Cubito	1	0,18	0,18
Comino	g	10	0,05	0,10
Sabora	g	12	0,25	0,125
Ajino-moto	g	0,9	0,015	0,0135
Ají peruano	g	10	0,045	0,09
Salsa de tomate	g	42	0,005	0,21
Tomate	Unidad	1	0,10	0,10
Sal	g	6	0,002	0,012
Cebolla colorada	Unidad	1	0,15	0,15
Limón	Unidad	5	0,05	0,25
Cilantro	Ramas	5	0,05	0,25
Maíz de tostar	Lb	0,25	0,80	0,20
Aceite	Litro	0,25	1,75	0,4375
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>5,37</b>
<b>MARGEN DE ERROR (9%)</b>				0,48
<b>COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN</b>				5,85
<b>COSTO POR PORCIÓN</b>				<b>1,46</b>
<b>71% BENEFICIO</b>				1,04
<b>IVA 12%</b>				0,00
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>				<b>2,50</b>

<b>PREPARACIÓN</b>
<p>Ponemos a cocinar la yuca y se le coloca sal, después que esté la yuca suave se la saca de la olla y se la pica en pedazos pequeños, se deja reposar el agua en que hirvió la yuca, luego se retira el agua de encima y dejamos el espesor en la olla para el caldo. Es necesario retirar lo más líquido porque si no se lo hace el caldo queda con mucha sal.</p> <p>Aparte en otra olla se cocina el pescado y se le agrega maggi, ajino-moto, apio, se deja cocinar el pescado por 30 minutos. Después de retira y se limpia el pescado (se saca las espinas y el pellejo del pescado) con esa agua que quedó del pescado cocinado se prepara el caldo.</p> <p>Juntamos el espesor de la yuca con el agua del pescado cocinado, luego se le agrega ajo licuado y tomate licuado, salsa de tomate, las ramas que no se utilizan para el plato se la ponemos al caldo a hervir, también albahaca y perejil con un toque de ají peruano y todo eso se lo deja hervir por 30 minutos. Por último se cierne el caldo.</p> <p>Aparte se debe tener picada y curtida la cebolla, cilantro picada y maíz tostado. Para servir se coloca en un plato hondo la yuca en trozos, se deshoja el pescado albacora y se ubica encima de la yuca, para adornar el plato se agrega la salsa de cebolla, yerbita o cilantro picado, el maíz tostado y luego se baña con el caldo caliente.</p>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 18 Encebollado mixto con camarón y calamar

<b>ENCEBOLLADO MIXTO CON CAMARON Y CALAMAR</b>				
				
<b>PORCIONES:</b> 5			<b>TIEMPO:</b> 1 hora y 30 minutos	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>MEDIDAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pescado Albacora	Lb	1	1,80	1,80
Yuca	Unidad	1	0,50	0,50
Camarón	Lb	1	4,50	4,50
Calamar	Lb	0,50	1,30	0,65
Ajo	Unidad (cabeza)	2	0,25	0,50
Perejil	Ramas	2	0,05	0,10
Apio	Ramas	2	0,05	0,10
Albahaca	Ramas	4	0,0625	0,25
Maggi	Cubito	1	0,18	0,18
Comino	g	10	0,05	0,10
Sabora	g	12	0,25	0,125
Ajino-moto	g	0,9	0,015	0,0135
AjÍ peruano	g	10	0,045	0,09
Salsa de tomate	g	42	0,005	0,21
Tomate	Unidad	1	0,10	0,10
Sal	g	6	0,002	0,012
Cebolla colorada	Unidad	1	0,15	0,15
Limón	Unidad	5	0,05	0,25
Cilantro	Ramas	5	0,05	0,25
Maíz de tostar	Lb	0,25	0,80	0,20
Aceite	Litro	0,25	1,75	0,4375
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>10,52</b>
<b>MARGEN DE ERROR (9%)</b>				0,95
<b>COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN</b>				11,47
<b>COSTO POR PROCIÓN</b>				<b>2,29</b>
<b>53% BENEFICIO</b>				1,21
<b>IVA 12%</b>				0,00
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>				<b>3,50</b>
<b>PREPARACIÓN</b>				
<p>Ponemos a cocinar la yuca y se le coloca sal, después que esté la yuca suave se la saca de la olla y se la pica en pedazos pequeños, se deja reposar el agua en que hirvió la yuca, luego se retira el agua de encima y dejamos el espesor en la olla para el caldo. Es necesario retirar lo más líquido porque si no se lo hace el caldo queda con mucha sal.</p> <p>Aparte en otra olla se cocina el pescado y se le agrega maggi, ajino-moto, apio, se deja cocinar el pescado por 30 minutos. Después de retira y se limpia el pescado (se saca las espinas y el pellejo del pescado) con esa agua que quedó del pescado cocinado se prepara el caldo.</p> <p>Juntamos el espesor de la yuca con el agua del pescado cocinado, luego se le agrega ajo licuado y tomate licuado, salsa de tomate, las ramas que no se utilizan para el plato se la ponemos al caldo a hervir, también albahaca y perejil con un toque de ajÍ peruano y todo eso se lo deja hervir por 30 minutos. Por último se cierne el caldo.</p> <p>El camarón debe aliñarse con ajo y sal seguido a eso se lo cocina con agua, de igual manera con el calamar después de aliñarse con ajo y sal se puede cocinar en otra olla.</p> <p>Aparte se debe tener picada y curtida la cebolla, cilantro picada y maíz tostado. Para servir se coloca en un plato hondo la yuca en trozos, se deshoja el pescado albacora y se ubica encima de la yuca, para complementar el ENCEBOLLADO MIXTO se le añade calamar y camarones, se adorna el plato agregándole la salsa de cebolla, yerbita o cilantro picado, el maíz tostado y luego se baña con el caldo caliente.</p>				

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 19 Encebollado camarón, calamar, camarón, calamar,

marinero con concha y cangrejo

ENCEBOLLADO MARINERO CON CAMARON, CALAMAR, CONCHA Y CANGREJO				
				
PORCIONES: 5			TIEMPO: 1 hora y 30 minutos	
INGREDIENTES	MEDIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pescado Albacora	Lb	1	1,80	1,80
Yuca	Unidad	1	0,50	0,50
Camarón	Lb	1	4,50	4,50
Calamar	Lb	0,50	1,30	0,65
Cangrejo	Unidad	5	0,86	4,30
Concha	Unidad	20	0,20	4,00
Ajo	Unidad (cabeza)	2	0,25	0,50
Perejil	Ramas	2	0,05	0,10
Apio	Ramas	2	0,05	0,10
Albahaca	Ramas	4	0,0625	0,25
Maggi	Cubito	1	0,18	0,18
Comino	g	10	0,05	0,10
Sabora	g	12	0,25	0,125
Ajino-moto	g	0,9	0,015	0,0135
AjÍ peruano	g	10	0,045	0,09
Salsa de tomate	g	42	0,005	0,21
Tomate	Unidad	1	0,10	0,10
Sal	g	6	0,002	0,012
Cebolla colorada	Unidad	1	0,15	0,15
Limón	Unidad	5	0,05	0,25
Cilantro	Ramas	5	0,05	0,25
Maíz de tostar	Lb	0,25	0,80	0,20
Aceite	Litro	0,25	1,75	0,4375
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>18,82</b>
<b>MARGEN DE ERROR (9%)</b>				1,69
<b>COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN</b>				20,51
<b>COSTO POR PROCIÓN</b>				<b>4,10</b>
<b>71% BENEFICIO</b>				2,91
<b>IVA 12%</b>				0,00
<b>PRECIO REAL DE VENTA</b>				<b>7,01</b>

PREPARACIÓN
<p>Ponemos a cocinar la yuca y se le coloca sal, después que esté la yuca suave se la saca de la olla y se la pica en pedazos pequeños, se deja reposar el agua en que hirvió la yuca, luego se retira el agua de encima y dejamos el espesor en la olla para el caldo. Es necesario retirar lo más líquido porque si no se lo hace el caldo queda con mucha sal.</p> <p>Aparte en otra olla se cocina el pescado y se le agrega maggi, ajino-moto, apio, se deja cocinar el pescado por 30 minutos. Después de retira y se limpia el pescado (se saca las espinas y el pellejo del pescado) con esa agua que quedó del pescado cocinado se prepara el caldo.</p> <p>Juntamos el espesor de la yuca con el agua del pescado cocinado, luego se le agrega ajo licuado y tomate licuado, salsa de tomate, las ramas que no se utilizan para el plato se la ponemos al caldo a hervir, también albahaca y perejil con un toque de ajÍ peruano y todo eso se lo deja hervir por 30 minutos. Por último se cierne el caldo.</p> <p>El camarón debe aliñarse con ajo y sal seguido a eso se lo cocina con agua, de igual manera con el calamar después de aliñarse con ajo y sal se puede cocinar en otra olla. El cangrejo después de lavarlo se lo cocina con ajo, cebolla blanca y colorada, tomate, yerbita, orégano, comino y sal.</p> <p>Aparte se debe tener picada y curtida la cebolla, cilantro picada y maíz tostado. Para servir se coloca en un plato hondo la yuca en trozos, se deshoja el pescado albacora y se ubica encima de la yuca, para complementar el ENCEBOLLADO MARINERO se le añade calamar y camarones, se adorna el plato agregándole la salsa de cebolla, yerbita o cilantro picado, el maíz tostado y luego se baña con el caldo caliente. Por ultimo para darle el toque diferente se coloca en el plato las conchas y el cangrejo.</p>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 20 Fundas de chifles naturales

<b>FUNDAS DE CHIFLES NATURALES</b>	
	
Costo Unitario	0,25
Margen de Utilidad	50%
Precio para la venta	0,50

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 21 Pan

<b>PAN</b>	
	
Costo Unitario	0,10
Margen de Utilidad	35%
Precio para la venta	0,15

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 22 Agua natural

<b>AQUA BELLA</b>	
	
Costo Unitario	0,25
Margen de Utilidad	50%
Precio para la venta	0,50

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

### **GASEOSAS PERSONALES**

Tabla 23 Gaseosas personales Pepsi

<b>PEPSI</b>	
	

Costo Unitario	0,25
Margen de Utilidad	50%
Precio para la venta	0,50

Tabla 24 Gaseosas personales Seven up

<b>SEVEN UP</b>	
	
Costo Unitario	0,25
Margen de Utilidad	50%
Precio para la venta	0,50

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 25 Gaseosas personales Mas vid manzana

<b>MAS VID MANZANA</b>	
	
Costo Unitario	0,25
Margen de Utilidad	50%
Precio para la venta	0,50

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 26 Gaseosas personales Gallito

<b>GALLITO</b>	
	
Costo Unitario	0,25
Margen de Utilidad	50%
Precio para la venta	0,50

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## GASEOSAS DE 1.25 Lt

*Tabla 27 Gaseosas de 1.25 Lt Pepsi*

<b>PEPSI</b>	
	
Costo Unitario	1,00
Margen de Utilidad	20%
Precio para la venta	1,25

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

*Tabla 28 Gaseosas de 1.25 Lt Tropical fresa*

<b>TROPICAL FRESA</b>	
	
Costo Unitario	1,00
Margen de Utilidad	20%
Precio para la venta	1,25

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

*Tabla 29 Gaseosas de 1.25 Lt Seven up*

<b>SEVEN UP</b>	
	
Costo Unitario	1,00
Margen de Utilidad	20%
Precio para la venta	1,25

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 30 Gaseosas de 1.25 Lt Mas vid manzana

<b>MAS VID MANZANA</b>	
	
Costo Unitario	1,00
Margen de Utilidad	20%
Precio para la venta	1,25

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 31 Gaseosas de 1.25 Lt Gallito

<b>GALLITO</b>	
	
Costo Unitario	1,00
Margen de Utilidad	20%
Precio para la venta	1,25

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## JUGOS

Tabla 32 Squiz citrus punch

<b>SQUIZ CITRUS PUNCH</b>	
	
Costo Unitario	0,40
Margen de Utilidad	47%
Precio para la venta	0,75

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 33 DELI

<b>DELI</b>	
	
Costo Unitario	0,43
Margen de Utilidad	43%
Precio para la venta	0,75

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 34 ICE PET NARANJILLA

<b>ICE PET NARANJILLA</b>	
	
Costo Unitario	0,40
Margen de Utilidad	47%
Precio para la venta	0,75

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 35 Frutaris manzana

<b>FRUTARIS MANZANA</b>	
	
Costo Unitario	0,25
Margen de Utilidad	50%
Precio para la venta	0,50

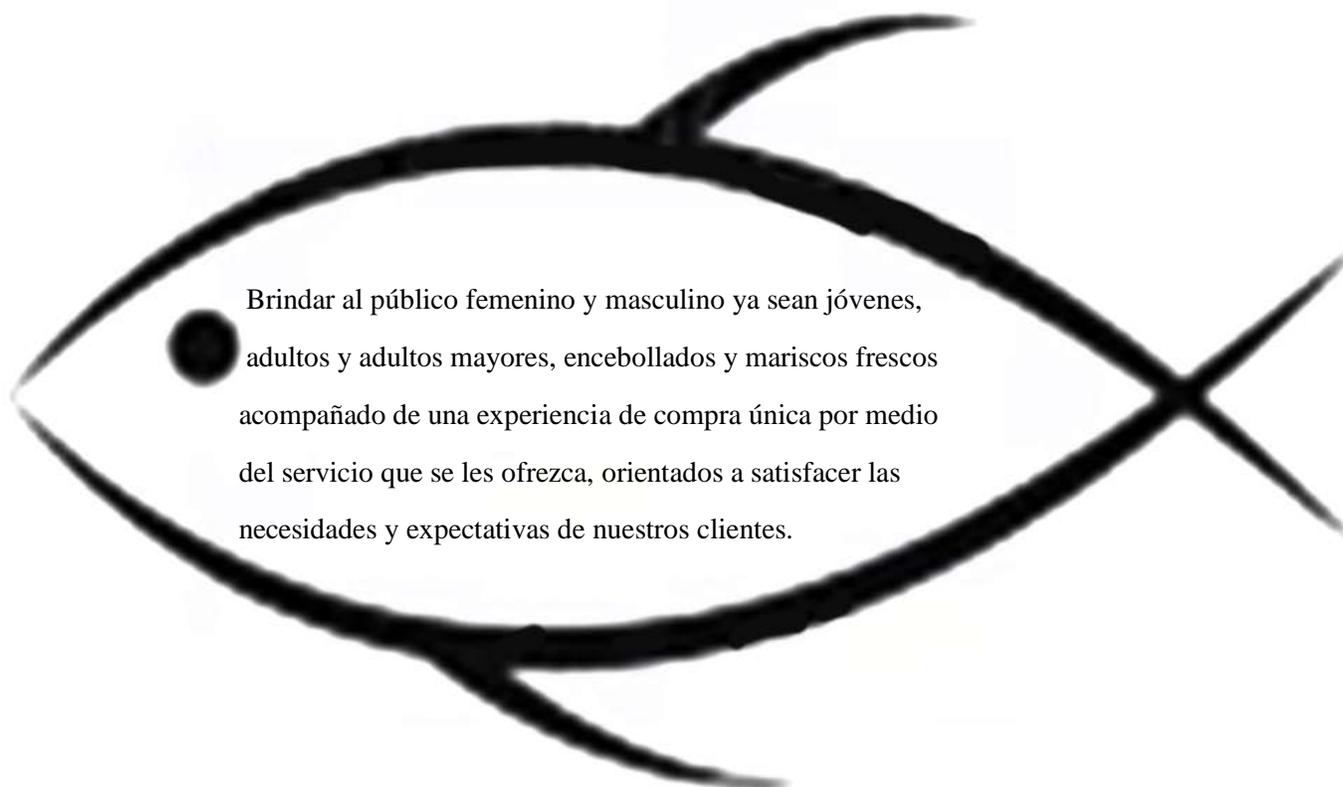
Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## 2.2 FUNDAMENTACIÓN GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO

**PICANTERÍA DON VICHE** se formará bajo los principios básicos de la administración con el propósito de alcanzar los objetivos, misión y visión trazados por la empresa para la ejecución y puesta en marcha del modelo de negocio, ya que permiten que toda organización se desarrolle de manera eficiente y rentable.

### 2.2.1. MISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

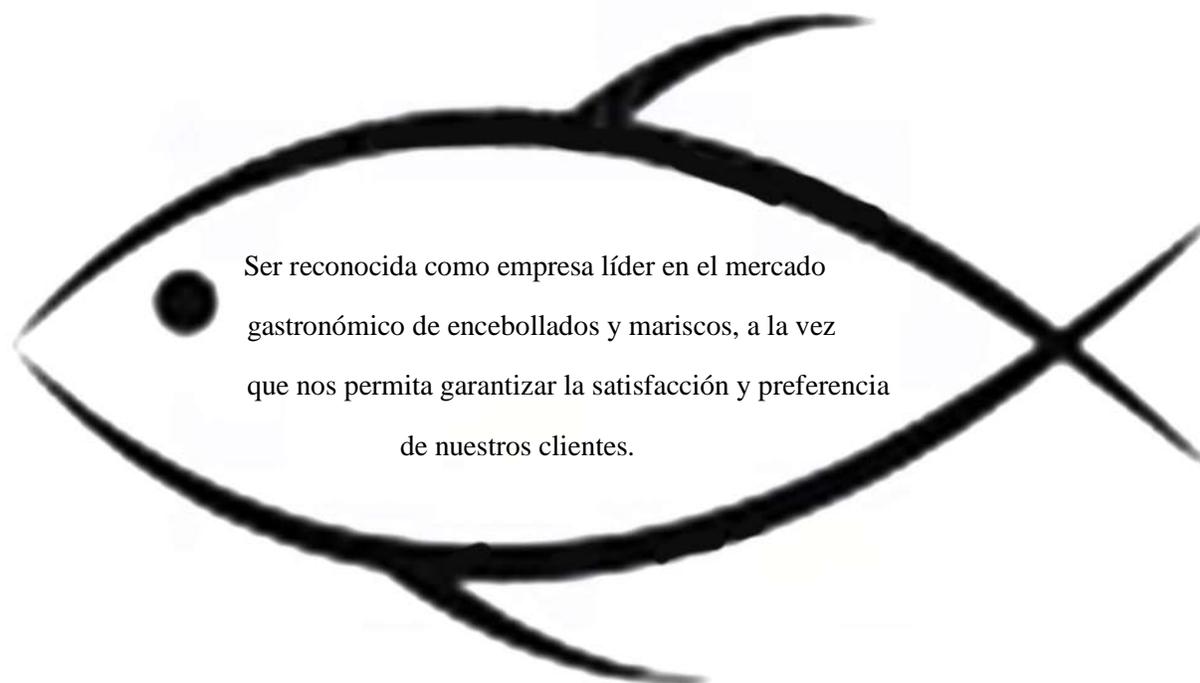
La misión que se ha establecido Picantería DON VICHE de manera estratégica es la siguiente:



*Figura 29 Misión del emprendimiento*

### 2.2.2. VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

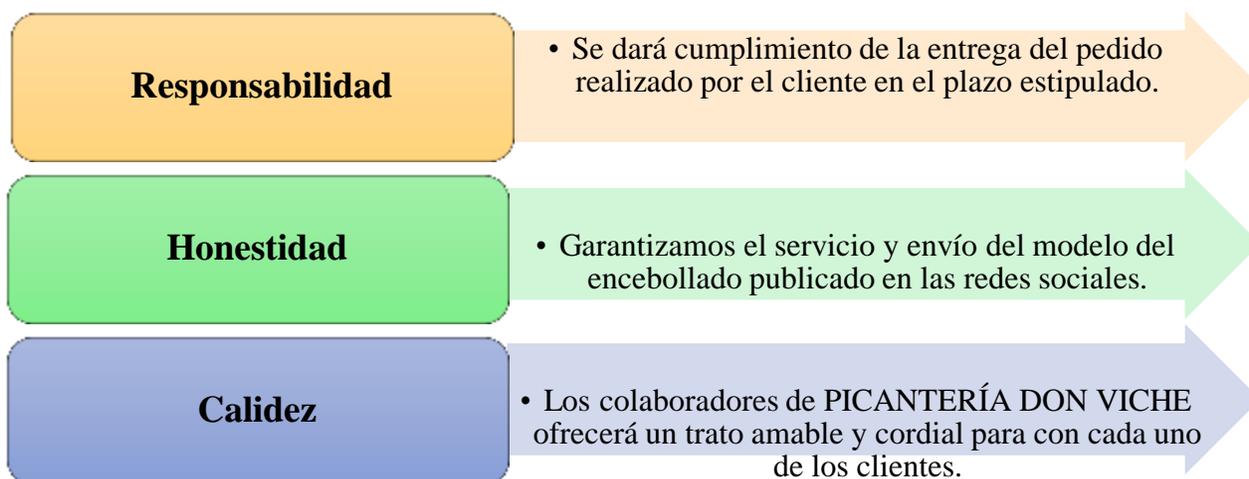
La visión que se ha establecido Picantería DON VICHE de manera estratégica es la siguiente:



*Figura 30 Visión del emprendimiento*

### 2.2.3. VALORES DEL EMPRENDIMIENTO

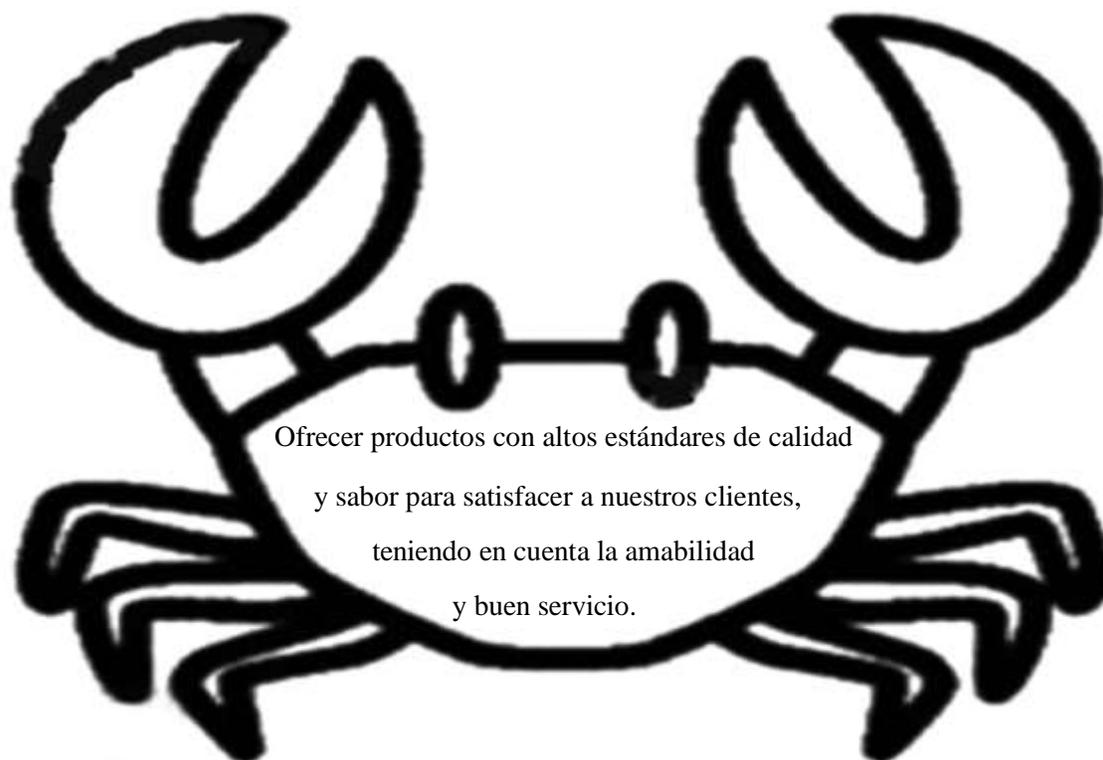
Los valores que poseerá **PICANTERÍA DON VICHE** la son:



*Figura 31 Valores del emprendimiento*

## 2.2.4. POLÍTICA DE CALIDAD

La política de calidad que va a garantizar cumplir con los objetivos es la siguiente:



*Figura 32 Política de calidad*

## 2.2.5 OBJETIVOS EMPRESARIALES



Ofrecer encebollados de calidad y saludables con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.



Proporcionar excelente servicio a las personas para que Picantería DON VICHE

sea el lugar preferido de familias.

### 2.2.6. ANÁLISIS FODA

FODA es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis de esas cuatro variables principales, con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio. (Ramírez , 2017)

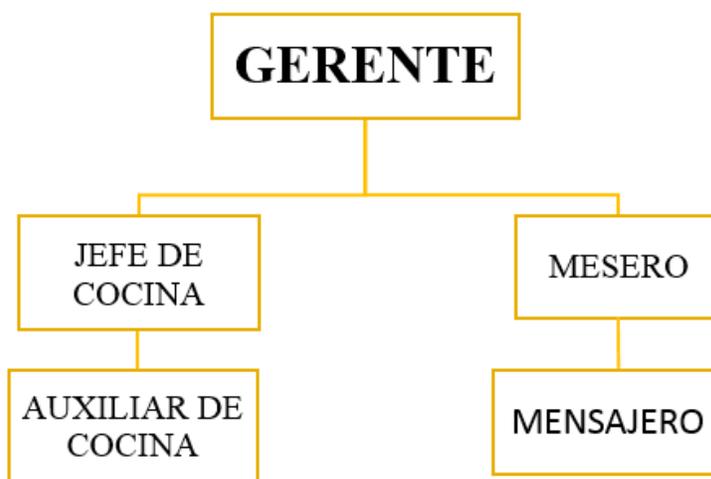
Tabla 36 Análisis FODA

<b>MATRIZ FODA</b>	
<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Picantería DON VICHE ya está en el mercado, por lo tanto existe la experiencia y ya es conocido.</li> <li>• Se llevará a cabo el proceso de reclutamiento para verificar mejor a los empleados por contratar.</li> <li>• Excelente atención por parte de los colaboradores.</li> <li>• Precios accesibles a todas las personas.</li> <li>• La ubicación es estratégica</li> <li>• Ambiente agradable con música y climatizado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El reclutamiento de personal permite conocer mejor a quien se va a contratar.</li> <li>• Más atracción de clientes debido al buen servicio, precio, ubicación y ambiente que se ofrece.</li> <li>• Mayores ingresos por aceptación del producto.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de tiempo para las capacitaciones del personal.</li> <li>• Infraestructura pequeña.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas picanterías en el mercado con el mismo modelo de negocio.</li> <li>• Falta de educación hacia el cliente podría perjudicar a la empresa porque no la recomendarían.</li> <li>• Mala situación económica del país.</li> </ul>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## 2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

### 2.3.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA PICANTERÍA



*Figura 33 Organigrama estructural de la picantería*

### 2.3.2. DISEÑO DE PUESTOS

El gráfico del organigrama de la empresa detalla los cargos que tendrá el personal de Picantería DON VICHE, estarán debidamente capacitados para ejercer su cargo con responsabilidad y aptitudes necesarias para un correcto desempeño laboral.

El **GERENTE** se encarga de gestionar recursos de la empresa, controlar y supervisar las actividades productivas, definir y ejecutar las decisiones más viables entorno a la inversión en el negocio, implementar procesos viables y eficientes para el mejoramiento continuo de la empresa, revisar los resultados de los reportes de las ganancias semanales, mensuales, etc., realizar la

contratación del personal en caso de requerir personal y solucionar problemas competentes a la administración.

### **Requisitos**

- Título de tercer nivel en área administrativa o financiera.
- Conocimientos básicos de contabilidad.
- Conocimiento de manejo del personal.
- Manejo de buenas relaciones interpersonales.

El **JEFE DE COCINA** realizara la planificación del trabajo, realizará la preparación de los productos y cocinará cada marisco a vender, encargado de hacer pedidos a los proveedores, también de recibir y revisar el pedido cuando sean entregados, asignará actividades al ayudante de cocina, escuchará a los clientes y mantendrá limpia el área de cocina.

### **Requisitos**

- Título de chef.
- Manejo de buenas relaciones interpersonales.
- Conocimientos financieros.
- Experiencia en gastronomía.

El **AUXILIAR DE COCINA** ayudará al jefe de cocina a preparar los alimentos lo que incluye la limpieza de los alimentos a preparar o cocinar, tendrá listo la medida de cada ingrediente, preparará los platos para servir, mantendrá limpia la zona de trabajo, la cocina y los platos.

### **Requisitos**

- Título de chef o conocimiento de gastronomía.
- Manejo de buenas relaciones interpersonales
- Experiencia en gastronomía.

El **MESERO** está encargado de dar la bienvenida a los clientes, guiarlos hasta la mesa y brindarles el servicio necesario, anotar el tipo de encebollado que se van a servir los clientes y las bebidas o elementos que desean adquirir. También entregaran la factura a cada cliente, agradecerle por su visita, retirar los platos, limpiar y reordenar las mesas después que se hayan retirado los clientes. Es muy importante que el mesero esté atento al comentario de los clientes, tratarlo con amabilidad y educación para crear un ambiente armónico para que disfruten de lo que se van a servir, pueden trasladar el dinero del pago hacia la caja e informar al Gerente cualquier situación que suceda.

### **Requisitos**

- Manejo de buenas relaciones interpersonales
- Conocimientos financieros.
- Conocimientos de atención al cliente.
- Experiencia en gastronomía.

El **MENSAJERO** en la picantería deberá trasladar el pedido que realicen los clientes a domicilio en un tiempo adecuado, realizar trámites bancarios, apoyar en la empresa en su progreso y tener buena comunicación con las personas.

### **Requisitos**

- Debe ser una persona responsable y obediente.

- Tener licencia tipo A y B.
- Experiencia en conducción de moto o carro.
- Manejo de buenas relaciones interpersonales

### 2.3.3. PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Es el proceso que conduce al análisis y selección de candidatos para incorporar a empresa un nuevo elemento al equipo comercial. (Avila, 2018)

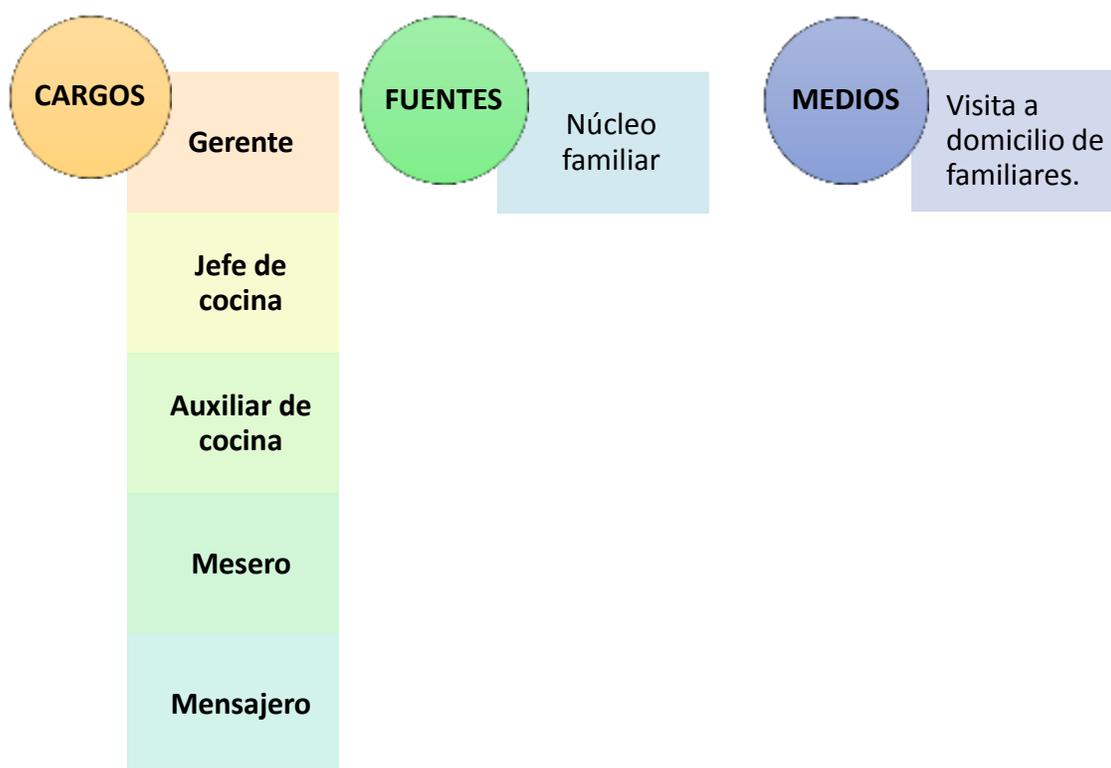


Figura 34 Proceso de reclutamiento y selección

Seguido al proceso de reclutamiento de empleados debemos realizar la selección de los mismos y elegir a las personas idóneas, es necesario analizar que puesto va a cubrir cada uno de los seleccionados según sus características. Después de recibir y dar la bienvenida, se comunicará cuáles son sus funciones dentro de la empresa y presentar a cada una de las personas que

ayudaran en el negocio, que elementos debe utilizar para realizar su trabajo y se definirá cuáles son los procesos de capacitación que necesita para que se desempeñe de manera correcta en su puesto de trabajo.

### CAPÍTULO III. MODELO DE NEGOCIO PICANTERÍA DON VICHE

<p><b>ASOCIADOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proveedores de mariscos</li> <li>✓ Proveedor de gaseosa y bebidas artificiales.</li> <li>✓ Proveedor de chifles y panes.</li> <li>✓ Banco</li> <li>✓ Propietario de local de alquiler.</li> <li>✓ Proveedores de equipos y herramientas de cocina.</li> <li>✓ Proveedor de internet</li> <li>✓ Diseñador de página web</li> </ul>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proceso de compra</li> <li>✓ Proceso de producción o elaboración</li> <li>✓ Proceso de servicio al cliente (local y a domicilio).</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encebollados nutritivos con camarón, concha, cangrejo y calamar.</li> <li>✓ Oportunidad de personalizar el plato de encebollado con los mariscos que desee.</li> <li>✓ Accesibilidad y comodidad.</li> <li>✓ Servicio de calidad y rapidez al servir lo solicitado.</li> <li>✓ Ambiente acogedor y agradable.</li> <li>✓ Servicio de internet gratuito.</li> <li>✓ Servicio a domicilio oportuno.</li> </ul>	<p><b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oportunidad de calificar el producto.</li> <li>✓ Descuento especial para los cumpleaños presentando la CI.</li> </ul>	<p><b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b></p> <p>Personas que gustan consumir el encebollado y mariscos.</p>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pago de sueldos para empleados.</li> <li>✓ Pago de servicios básicos</li> <li>✓ Pago de alquiler</li> <li>✓ Pago de página web</li> <li>✓ Pago de préstamo</li> <li>✓ Compra de equipos y herramientas de cocina.</li> </ul>		<p><b>FUENTE DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Venta del encebollado.</li> <li>✓ Venta de chifles y panes.</li> <li>✓ Venta de gaseosas, jugos artificiales.</li> <li>✓ Servicio a domicilio (recargo)</li> </ul>		

Tabla 37 Modelo de negocio Picantería DON VICHE

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

### **3.1. SEGMENTO DEL MERCADO**

El mercado al que va dirigido el producto es a personas de todas las edades ya sean niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, que gustan consumir el encebollado y de preferencia los mariscos combinado con otro tipo de plato.

### **3.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO PROPUESTA DE VALOR**

✓ **Encebollados nutritivos con camarón, concha, cangrejo y calamar.**

Se ofrece encebollado de calidad como en ningún otro lugar y sobretodo con altos nutrientes que poseen los mariscos, los mismos que serán frescos.

✓ **Oportunidad de personalizar el plato de encebollado con los mariscos que desee.**

Los clientes van a tener la oportunidad de consumir el encebollado clásico pero con la ventaja de personalizar el plato de encebollado y añadir elementos adicionales como son los mariscos: camarón, concha, calamar y cangrejo.

✓ **Accesibilidad y comodidad.**

Las personas podrán acceder con facilidad a nuestras redes sociales, obtener información sobre el negocio en toda hora y realizar el pedido de los productos desde la comodidad de su hogar.

✓ **Servicio de calidad y rapidez al servir lo solicitado.**

Damos la información o respuesta con rapidez y claridad a cualquiera de sus preguntas o dudas en las redes sociales o comunicándose por vía telefónica, de esa manera demostraremos que los clientes son nuestra prioridad y que nos importan. Atenderemos de manera rápida al cliente para que no tenga que esperar tanto tiempo ya sea en el local o en casa.

✓ **Ambiente acogedor y agradable.**

El ambiente será acogedor porque tendremos música variada a un volumen adecuado, el lugar estará climatizado y será agradable porque nuestros colaboradores serán los responsables de hacer que los clientes se sientan como en casa y todo lo que hagan sea con felicidad.

✓ **Servicio de internet gratuito.**

Para la empresa es importante tener internet en el lugar donde se sitúa, será de beneficio tanto para el negocio como para los clientes. La empresa necesita responder a los clientes que se comunican vía redes sociales y muchos de los clientes querrán responder algún mensaje por el mismo medio o interactuar con amigos o familiares.

✓ **Servicio a domicilio oportuno.**

Se ofrecerá servicio a domicilio porque pensamos en nuestros clientes, ellos pueden degustar de nuestros productos sin salir del lugar donde se encuentren y lo más importante es que la entrega será como la persona lo haya solicitado y en la puerta de la casa o empresa donde trabaje.

### **3.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Una empresa empieza en el mercado según la relación que mantenga con el cliente, tengo que saber cómo llegar al comprador y cómo hacer conocer la empresa en la ciudad, lo que va a permitir mostrar los productos que se ofrece. Se comercializará por medio de:

✓ **Página web o redes sociales**

Comunicando o teniendo al tanto a nuestros clientes sobre la empresa y sus promociones. La ventaja es que los anuncios por este medio son de forma constante lo que induce a que las personas se graben el nombre de la empresa, ubicación y lo que ofrece a la ciudadanía.



Figura 35 Canales de comercialización

✓ **Picantería (local) o servicio a domicilio**

Las personas podrán adquirir y consumir el producto en la Picantería que esta ubica en calle García Moreno entre Juan Montalvo y Pedro Carbo.

### 3.4. RELACIONES CON LOS CLIENTES

✓ **Oportunidad de calificar el producto.**

Para establecer una relación de amistad con los clientes y para la mejora de la empresa nuestros clientes tendrán la oportunidad de calificar el producto a través de la página web, dejando sus comentarios.

✓ **Descuento especial para los cumpleaños presentando la CI.**

Previo a la presentación de la cédula de identidad se realizará el 20% de descuento a todos los cumpleaños, aplica en cualquiera de los productos de la picantería, será válido solo el día del cumpleaños.



*Figura 36 Relaciones con los clientes*

### 3.5. FUENTES DE INGRESO

Las principales fuentes de ingreso que tendrá el negocio son las siguientes:

- ✓ Venta del encebollado.
- ✓ Venta de chifles y panes.
- ✓ Venta de gaseosas, jugos naturales y artificiales.
- ✓ Recargo del servicio a domicilio.

### 3.6. ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO

Tabla 38 Equipos y herramientas de cocina

<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DE COCINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cocina industrial 2 quemadores	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Licuadaora	1	80,00	80,00
Congelador horizontal	1	425,00	425,00
Lavadero de 2 pozos	1	115,00	115,00
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	270,00	270,00
Olla de aluminio grande	2	200,00	400,00
Tabla de picar	2	11,00	22,00
Cuchillos	4	15,00	60,00
Cucharón de acero	1	12,00	12,00
Cucharetas	3	3,50	10,50
Cucharas de aluminio (docena)	5	7,00	35,00
Exprimidor de limones	8	4,00	32,00
Platos soperos	50	1,00	50,00
Pinzas de acero inoxidable	2	2,50	5,00
Platos tendidos de acero inoxidable	15	2,50	37,50
Platos tendidos	50	1,50	75,00
Charol de acero	4	20,50	82,00
Tachos de basura	3	18,00	54,00
Colador de malla metal	1	6,55	6,55

Cuchillo hacha aluminio	2	12,00	24,00
Ollas de aluminio pequeñas	1	10,00	10,00
Ollas de aluminio medianas	4	14,00	56,00
Recipientes de aluminio	6	4,00	24,00
Vitrina	1	80,00	80,00
Estantería de dos divisiones	1	120,00	120,00
Limpiones	10	2,00	20,00
Destapador	2	2,00	4,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.709,55</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 39

Equipos y

<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PARA OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Celular	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Escritorio	1	300,00	300,00
Silla de escritorio	1	99,00	99,00
Computadora	1	1000,00	1000,00
Impresora	1	180,00	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.779,00</b>

herramientas para oficina

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

Tabla 40  
herramientas  
al cliente

Equipos y  
para servicio

<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PARA SERVICIO AL CLIENTE</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Mesas cuadradas (4 personas)	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Mesas rectangulares (6 personas)	4	35,00	140,00
Sillas de comedor	50	15,00	750,00
Parlante amplificador	1	150,00	150,00
Acondicionador de aire	1	1200,00	1200,00
Servilleteros	8	5,00	40,00
Envases de plásticos para salsa de tomate, mostaza, aceite y ají	32	1,50	48,00
Saleros	8	1,30	10,40
Pimenteros	8	1,30	10,40
Palilleros	8	1,30	10,40
Moto Yamaha	1	1.800,00	1.800,00
Casco	1	48,00	48,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.287,20</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

### 3.7. ACTIVIDADES CLAVES DEL NEGOCIO

Las actividades para que el negocio progrese y tenga éxito son las siguientes:

- ✓ Proceso de compra
- ✓ Proceso de producción o elaboración
- ✓ Proceso de servicio al cliente (local y a domicilio).

### 3.8. RED DE SOCIOS

Los socios que ayudaran a que el emprendimiento se lleve a cabo son:

- ✓ Proveedores de mariscos. (Expotuna s.a.)



- ✓ Proveedor de gaseosa y bebidas artificiales (PEPSI)



- ✓ Proveedor de chifles y panes

- ✓ Banco (Pichincha)



- ✓ Propietario de local de alquiler.

- ✓ Proveedores de equipos y herramientas de cocina. (Ferrisariato)



- ✓ Proveedor de internet. (Internat)



- ✓ Diseñador de página web

### **3.9. ESTRUCTURA DE COSTOS**

La estructura de costos para el negocio será la siguiente:

- ✓ Pago de sueldos para empleados
- ✓ Pago de servicios básicos
- ✓ Pago de alquiler
- ✓ Pago de página web
- ✓ Pago de préstamo
- ✓ Compra de equipos y herramientas de cocina.

## CAPÍTULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

### 4.1. FACTIBILIDAD TÉCNICA

Este modelo de negocio tiene la oportunidad de encontrar con facilidad en el mercado todo lo necesario para iniciar con el emprendimiento. Todos los activos se obtendrán en el mercado de la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos. De la misma manera se adquiere el pescado albacora y demás mariscos en la Provincia del Guayas. El personal con el que contará la Picantería deberá habitar en la ciudad de Babahoyo.

Tabla 41 Capital de trabajo

DETALLE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD SEMANAL	TOTAL
Encebollado Sencillo	1,46	500	731,39
Encebollado mixto con camarón y calamar	2,29	140	321,16
Encebollado marinero con camarón, calamar, concha y cangrejo	4,10	90	369,25
Chifles	0,25	170	42,50
Pan	0,10	140	14,00
Botellas con agua	0,25	60	15,00
Gaseosa Personales	0,25	250	62,50
Gaseosas de litro	1,00	50	50,00
Jugos	0,40	60	24,00
Frutaris	0,25	50	12,50
<b>TOTAL</b>			<b>1.642,30</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

#### 4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento se encuentra localizado en la Provincia de los Ríos, Cantón Babahoyo.



*Figura 37 Macrolocalización del emprendimiento*

#### 4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

De manera definida la Picantería DON VICHE estará ubicada en la ciudad de Babahoyo, en la calle García Moreno entre Juan Montalvo y Pedro Carbo, el local se encontrará frente al comercial DON JORGE y alado de Farmacias Económicas.



*Figura 38 Microlocalización del emprendimiento*

### 4.1.3. INSTALACIÓN DEL NEGOCIO

La Picantería DON VICHE se instalará en un local alquilado de 8 metros de ancho por 10 metros de largo, el espacio adecuado para brindar mejor servicio a los clientes. También tendrá un área administrativa que involucra la caja, un área de cocina, bodega para el almacenamiento de ciertos insumos y el baño.

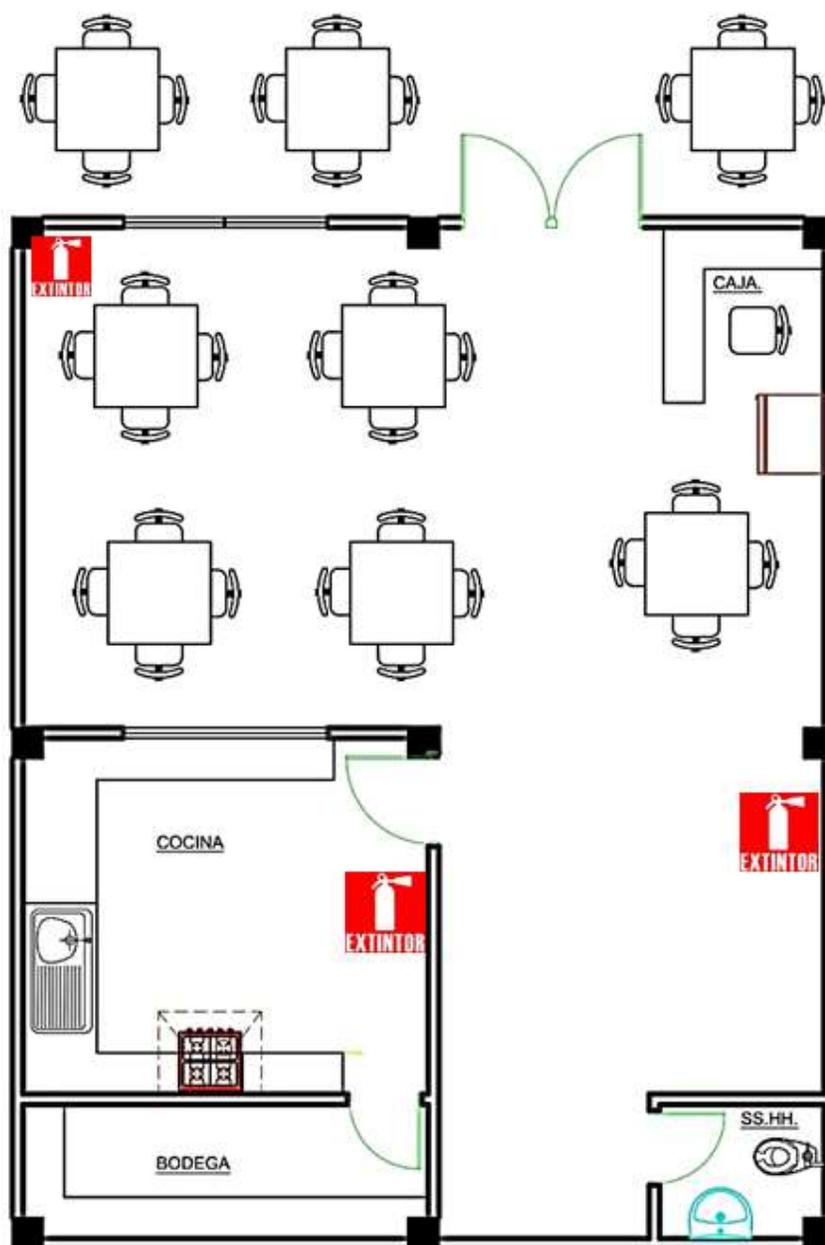


Figura 39 Instalación del negocio

## 4.2. FACTIBILIDAD FINANCIERA

Tabla 42 Factibilidad financiera

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
Alquiler de local	Unidad	1	200,00	200,00
Adecuación	Unidad	1	40,00	40,00
<b>Subtotal</b>				<b>240,00</b>
<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DE COCINA</b>				
Cocina industrial 2 quemadores	Unidad	2	300,00	600,00
Licuadaora	Unidad	1	80,00	80,00
Congelador horizontal	Unidad	1	425,00	425,00
Lavadero de 2 pozos	Unidad	1	115,00	115,00
Mesa de trabajo de acero inoxidable	Unidad	1	270,00	270,00
Olla de aluminio grande	Unidad	2	200,00	400,00
Tabla de picar	Unidad	2	11,00	22,00
Cuchillos	Unidad	4	15,00	60,00
Cucharón de acero	Unidad	1	12,00	12,00
Cucharetas	Unidad	3	3,50	10,50
Cucharas de aluminio (docena)	Unidad	5	7,00	35,00
Exprimidor de limones	Unidad	8	4,00	32,00
Platos soperos	Unidad	50	1,00	50,00
Pinzas de acero inoxidable	Unidad	2	2,50	5,00
Platos tendidos de acero inoxidable	Unidad	15	2,50	37,50
Platos tendidos	Unidad	50	1,50	75,00
Charol de acero	Unidad	4	20,50	82,00
Tachos de basura	Unidad	3	18,00	54,00
Colador de malla metal	Unidad	1	6,55	6,55
Cuchillo hacha aluminio	Unidad	2	12,00	24,00
Ollas de aluminio pequeñas	Unidad	1	10,00	10,00
Ollas de aluminio medianas	Unidad	4	14,00	56,00
Recipientes de aluminio	Unidad	6	4,00	24,00
Vitrina	Unidad	1	80,00	80,00
Estantería de dos divisiones	Unidad	1	120,00	120,00
Limpiones	Unidad	10	2,00	20,00
Destapador	Unidad	2	2,00	4,00
<b>Subtotal</b>				<b>2.709,55</b>

<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PARA SERVICIO AL CLIENTE</b>				
Mesas cuadradas (4 personas)	Unidad	4	20,00	80,00
Mesas rectangulares (6 personas)	Unidad	4	35,00	140,00
Sillas de comedor	Unidad	50	15,00	750,00
Parlante amplificador	Unidad	1	150,00	150,00
Acondicionador de aire	Unidad	1	1.200,00	1.200,00
Servilleteros	Unidad	8	5,00	40,00
Envases de plásticos para salsa de tomate, mostaza, aceite y ají	Unidad	32	1,50	48,00
Saleros	Unidad	8	1,30	10,40
Pimenteros	Unidad	8	1,30	10,40
Palilleros	Unidad	8	1,30	10,40
Moto Yamaha	Unidad	1	1.800,00	1.800,00
Casco	Unidad	1	48,00	48,00
<b>Subtotal</b>				<b>4.287,20</b>
<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PARA OFICINA</b>				
Celular	Unidad	1	200,00	200,00
Escritorio	Unidad	1	300,00	300,00
Silla de escritorio	Unidad	1	99,00	99,00
Computadora	Unidad	1	1.000,00	1.000,00
Impresora	Unidad	1	180,00	180,00
<b>Subtotal</b>				<b>1.779,00</b>
<b>GASTOS DE FUNCIONAMIENTO</b>				
Permisos de funcionamiento	Unidad	1	150,00	150,00
<b>Subtotal</b>				<b>150,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				
Insumos	Semanas	4	1.642,30	6.569,19
Remuneraciones	Mes	1	2.938,32	2.938,32
<b>Subtotal</b>				<b>9.507,51</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>18.673,26</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## REMUNERACIONES

Tabla 43 Remuneraciones

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	500,00	193,25	693,25	8.319,00
Jefe de cocina	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Mesero	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Auxiliar de cocina	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Mensajero	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>			<b>2.938,32</b>	<b>35.259,80</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## BENEFICIOS SOCIALES

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Administrador	500,00	41,67	33,33	41,67	55,75	20,83	193,25
Jefe de cocina	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Mesero	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Auxiliar de cocina	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Mensajero	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27

Tabla 44 Beneficios sociales

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Tabla 45  
Amortización

CUOTA FIJA (FRANCESA)				
MONTO INICIAL	18.673,26	PAGOS POR AÑO	12	
PLAZO	5	TOTAL DE PAGOS	60	
TASA NOMINAL	11,00%	CUOTA FIJA	406,00	
TASA EFECTIVA	11,57%	TOTAL INTERES	5.686,86	
PERIODO DE PAGO	Mensual	TOTAL PAGADO	24.360,12	
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	18.673	171,17	234,83	406,00
2	18.438,43	169,02	236,98	406,00
3	18.201,45	166,85	239,16	406,00
4	17.962,29	164,65	241,35	406,00
5	17.720,94	162,44	243,56	406,00
6	17.477,38	160,21	245,79	406,00
7	17.231,59	157,96	248,05	406,00
8	16.983,55	155,68	250,32	406,00
9	16.733,23	153,39	252,61	406,00
10	16.480,61	151,07	254,93	406,00
11	16.225,68	148,74	257,27	406,00
12	15.968,42	146,38	259,62	406,00
13	15.708,79	144,00	262,00	406,00
14	15.446,79	141,60	264,41	406,00
15	15.182,38	139,17	266,83	406,00
16	14.915,55	136,73	269,28	406,00
17	14.646,27	134,26	271,74	406,00
18	14.374,53	131,77	274,24	406,00
19	14.100,29	129,25	276,75	406,00
20	13.823,55	126,72	279,29	406,00
21	13.544,26	124,16	281,85	406,00
22	13.262,41	121,57	284,43	406,00
23	12.977,98	118,96	287,04	406,00
24	12.690,95	116,33	289,67	406,00
25	12.401,28	113,68	292,32	406,00
26	12.108,95	111,00	295,00	406,00
27	11.813,95	108,29	297,71	406,00
28	11.516,24	105,57	300,44	406,00
29	11.215,81	102,81	303,19	406,00
30	10.912,62	100,03	305,97	406,00

de la deuda

31	10.606,65	97,23	308,77	406,00
32	10.297,87	94,40	311,60	406,00
33	9.986,27	91,54	314,46	406,00
34	9.671,81	88,66	317,34	406,00
35	9.354,46	85,75	320,25	406,00
36	9.034,21	82,81	323,19	406,00
37	8.711,02	79,85	326,15	406,00
38	8.384,87	76,86	329,14	406,00
39	8.055,73	73,84	332,16	406,00
40	7.723,57	70,80	335,20	406,00
41	7.388,37	67,73	338,28	406,00
42	7.050,10	64,63	341,38	406,00
43	6.708,72	61,50	344,51	406,00
44	6.364,21	58,34	347,66	406,00
45	6.016,55	55,15	350,85	406,00
46	5.665,70	51,94	354,07	406,00
47	5.311,63	48,69	357,31	406,00
48	4.954,32	45,41	360,59	406,00
49	4.593,74	42,11	363,89	406,00
50	4.229,84	38,77	367,23	406,00
51	3.862,61	35,41	370,59	406,00
52	3.492,02	32,01	373,99	406,00
53	3.118,03	28,58	377,42	406,00
54	2.740,61	25,12	380,88	406,00
55	2.359,73	21,63	384,37	406,00
56	1.975,36	18,11	387,89	406,00
57	1.587,46	14,55	391,45	406,00
58	1.196,01	10,96	395,04	406,00
59	800,97	7,34	398,66	406,00
60	402,31	3,69	402,31	406,00

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## DEPRECIACIÓN

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cocina industrial 2 quemadores	600,00	60,00	10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Licuadaora	80,00	8,00	10	7,20	7,20	7,20	7,20	7,20
Congelador horizontal	425,00	42,50	10	38,25	38,25	38,25	38,25	38,25
Lavadero de 2 pozos	115,00	11,50	10	10,35	10,35	10,35	10,35	10,35
Mesa de trabajo de acero inoxidable	270,00	27,00	10	24,30	24,30	24,30	24,30	24,30
Olla de aluminio grande	400,00	40,00	10	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Mesas cuadradas (4 personas)	80,00	8,00	10	7,20	7,20	7,20	7,20	7,20
Mesas rectangulares (6 personas)	140,00	14,00	10	12,60	12,60	12,60	12,60	12,60
Sillas de comedor	750,00	75,00	10	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50
Parlante amplificador	150,00	15,00	10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Acondicionador de aire	1.200,00	120,00	10	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00
Celular	200,00	20,00	3	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Escritorio	300,00	30,00	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Silla de escritorio	99,00	9,90	10	8,91	8,91	8,91	8,91	8,91
Computadora	1.000,00	100,00	3	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Impresora	180,00	18,00	3	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
<b>TOTAL</b>		<b>598,90</b>		<b>828,81</b>	<b>828,81</b>	<b>828,81</b>	<b>828,81</b>	<b>828,81</b>

Tabla 46 Depreciación

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## PRODUCCIÓN SEMANAL

Tabla 47 Producción semanal

PRODUCCIÓN SEMANAL	2020
Encebollado Sencillo	500
Encebollado mixto con camarón y calamar	140
Encebollado marinero con camarón, calamar, concha y cangrejo	90
Chifles	170
Pan	140
Botellas con agua	60
Gaseosa Personales	250
Gaseosas de litro	50
Jugos	60
Frutaris	50

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## PRODUCCIÓN MENSUAL

Tabla 48 Producción mensual

PRODUCCIÓN MENSUAL	2020
Encebollado Sencillo	2.000
Encebollado mixto con camarón y calamar	560
Encebollado marinero con camarón, calamar, concha y cangrejo	360
Chifles	680
Pan	560
Botellas con agua	240
Gaseosa Personales	1.000
Gaseosas de litro	200
Jugos	240
Frutaris	200

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## PRODUCCIÓN ANUAL

Tabla 49 Producción anual

PRODUCCIÓN ANUAL	2020	2021	2022	2023	2024
Encebollado Sencillo	24.000	27.600	33.120	39.744	47.693
Encebollado mixto con camaron y calamar	6.720	7.728	9.274	11.128	13.354
Encebollado marinero con camarón, calamar, concha y cangrejo	4.320	4.968	5.962	7.154	8.585
Chifles	8.160	9.384	11.261	13.513	16.216
Pan	6.720	7.728	9.274	11.128	13.354
Botellas con agua	2.880	3.312	3.974	4.769	5.723
Gaseosa Personales	12.000	13.800	16.560	19.872	23.846
Gaseosas de litro	2.400	2.760	3.312	3.974	4.769
Jugos	2.880	3.312	3.974	4.769	5.723
Frutaris	2.400	2.760	3.312	3.974	4.769

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## COSTO DE PRODUCCIÓN EN DÓLARES

Tabla 50  
producción

COSTO DE PRODUCCIÓN EN DÓLARES		AÑOS				
		2020	2021	2022	2023	2024
Encebollado Sencillo	1,46	35.107	40.373	48.447	58.137	69.764
Encebollado mixto con camaron y calamar	2,29	15.416	17.728	21.274	25.528	30.634
Encebollado marinero con camarón, calamar, concha y cangrejo	4,10	17.724	20.383	24.459	29.351	35.221
Chifles	0,25	2.040	2.346	2.815	3.378	4.054
Pan	0,10	672	773	927	1.113	1.335
Botellas con agua	0,25	720	828	994	1.192	1.431
Gaseosa Personales	0,25	3.000	3.450	4.140	4.968	5.962
Gaseosas de litro	1,00	2.400	2.760	3.312	3.974	4.769
Jugos	0,40	1.152	1.325	1.590	1.908	2.289
Frutaris	0,25	600	690	828	994	1.192
<b>TOTAL</b>		<b>78.830,32</b>	<b>90.654,87</b>	<b>108.785,85</b>	<b>130.543,02</b>	<b>156.651,62</b>

Costo de  
en dólares

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL EN DOLARES

Tabla 51  
producción  
dólares

COSTO DE PRODUCCIÓN EN DOLARES		AÑOS				
		2020	2021	2022	2023	2024
Encebollado Sencillo	2,50	60.000	69.000	82.800	99.360	119.232
Encebollado mixto con camaron y calamar	3,50	23.520	27.048	32.458	38.949	46.739
Encebollado marinero con camarón, calamar, concha y cangrejo	7,00	30.240	34.776	41.731	50.077	60.093
Chifles	0,50	4.080	4.692	5.630	6.756	8.108
Pan	0,15	1.008	1.159	1.391	1.669	2.003
Botellas con agua	0,50	1.440	1.656	1.987	2.385	2.862
Gaseosa Personales	0,50	6.000	6.900	8.280	9.936	11.923
Gaseosas de litro	1,25	3.000	3.450	4.140	4.968	5.962
Jugos	0,75	2.160	2.484	2.981	3.577	4.292
Frutaris	0,50	1.200	1.380	1.656	1.987	2.385
<b>TOTAL</b>		<b>132.648,00</b>	<b>152.545,20</b>	<b>183.054,24</b>	<b>219.665,09</b>	<b>263.598,11</b>

Costo de  
anual en

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

**GASTOS ADMINISTRATIVOS***Tabla 52 Gastos administrativos*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Remuneraciones	2.938,32	35.259,80
Servicios básicos	80,00	960,00
Internet	30,00	360,00
Papelería	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.063,32</b>	<b>36.759,80</b>

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

**FLUJO DE CAJA**

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por venta		132.648,00	152.545,20	183.054,24	219.665,09	263.598,11
Costo de Producción		-78.830,32	-90.654,87	-108.785,85	-130.543,02	-156.651,62
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>53.817,68</b>	<b>61.890,33</b>	<b>74.268,39</b>	<b>89.122,07</b>	<b>106.946,49</b>
Gastos administrativos y de ventas		-36.759,80	-36.759,80	-36.759,80	-36.759,80	-36.759,80
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>17.057,88</b>	<b>25.130,53</b>	<b>37.508,59</b>	<b>52.362,27</b>	<b>70.186,69</b>
Depreciación		-828,81	-828,81	-828,81	-828,81	-828,81
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>		<b>16.229,07</b>	<b>24.301,72</b>	<b>36.679,78</b>	<b>51.533,46</b>	<b>69.357,88</b>
Gastos de intereses		-1.907,55	-1.564,51	-1.181,77	-754,74	-278,29
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS 15% PT y 25% IR</b>		<b>14.321,51</b>	<b>22.737,21</b>	<b>35.498,02</b>	<b>50.778,73</b>	<b>69.079,59</b>
15% Participación de Trabajadores		2.148,23	3.410,58	5.324,70	7.616,81	10.361,94
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS 25% IR</b>		<b>12.173,29</b>	<b>19.326,63</b>	<b>30.173,31</b>	<b>43.161,92</b>	<b>58.717,65</b>
25% Impuesto a la renta		-3.043,32	-4.831,66	-7.543,33	-10.790,48	-14.679,41
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>13.185,75</b>	<b>19.470,06</b>	<b>29.136,46</b>	<b>40.742,98</b>	<b>54.678,46</b>
Depreciación		828,81	828,81	828,81	828,81	828,81
<b>INVERSION</b>						
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	-150,00					
EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DE COCINA	-2.709,55					
INFRAESTRUCTURA	-240,00					
EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PARA SERVICIO AL CLIENTE	-4.287,20			-4.287,20		
EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PARA OFICINA	-1.779,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-9.507,51	-9.507,51	-9.507,51	-9.507,51	-9.507,51	
Recuperación del capital de trabajo						9.507,51
Valor Residual						598,90
Amortización de la inversión		-2.964,47	-3.307,51	-3.690,26	-4.117,29	-4.593,74
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-18.673,26</b>	<b>4.507,05</b>	<b>10.791,36</b>	<b>16.170,56</b>	<b>32.064,28</b>	<b>65.014,78</b>

Tabla 53 Flujo de caja

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

**VALOR ACTUAL NETO**

Tabla 54 Valor actual neto

	2020	2021	2022	2023	2024	
VAN=	- I <sub>0</sub>	$+\frac{f_1}{(1+i)^1}$	$+\frac{f_2}{(1+i)^2}$	$+\frac{f_3}{(1+i)^3}$	$+\frac{f_4}{(1+i)^4}$	$+\frac{f_5+V_s}{(1+i)^5}$
VAN=	-18.673,26	$+\frac{4.507,05}{1,11}$	$+\frac{10.791,36}{1,2321}$	$+\frac{16.170,56}{1,367631}$	$+\frac{32.064,28}{1,51807041}$	$+\frac{65.613,68}{1,685058155}$
VAN=	-18.673,26	+ 4.060,40	+ 8.758,51	+ 11.823,77	+ 21.121,74	+ 38.938,53
<b>VAN=</b>	<b>66.029,69</b>					
				<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>11%</b>	
<b>TIR=</b>	<b>68%</b>					

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla 55 Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
AÑO 0	-18.673,26			
2020	4.507,05	1,11	4.060,40	4.060,40
2021	10.791,36	1,2321	8.758,51	12.818,91
2022	16.170,56	1,367631	11.823,77	24.642,68
2023	32.064,28	1,51807041	21.121,74	45.764,42
2024	65.014,78	1,685058155	38.583,11	84.347,53

Datos de la investigación. Elaborado por: Denise Tapia Santos

**PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION = 2 AÑOS 06 MES 02 DÍAS**

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{84.702,95}{18.673,26}$$

**RELACION BENEFICIO COSTO = 4,54**

### **4.3. FACTIBILIDAD OPERATIVA**

El emprendimiento se puede llevar a cabo del punto de vista operativo debido a que se contará con personal altamente calificado lo cual es una fortaleza para la empresa, esto permitirá que el negocio se desarrolle eficientemente en sus actividades productivas y económicas, además contará con instalaciones debidamente equipadas con herramientas necesarias, con los debidos equipos de oficina para un correcto desenvolvimiento y realización de los respectivos procesos y las actividades diarias que la misma conlleva. Para que la Picantería DON VICHE progrese y tenga éxito se debe llevar a cabo 3 procesos:

- ✓ Proceso de compra
- ✓ Proceso de producción
- ✓ Proceso de servicio al cliente

### 4.3.1. PROCESO DE COMPRA

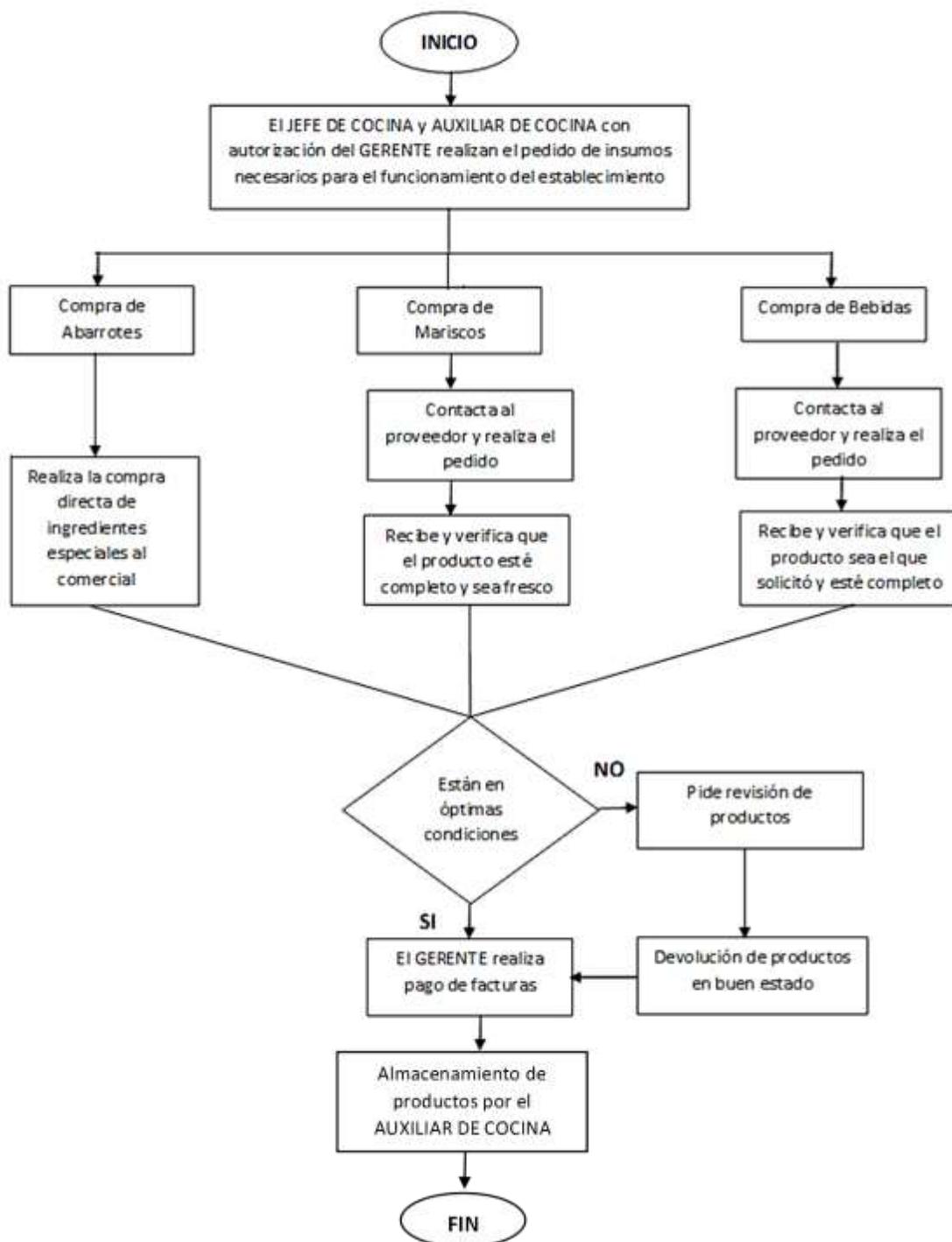


Figura 40 Proceso de compra

### 4.3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

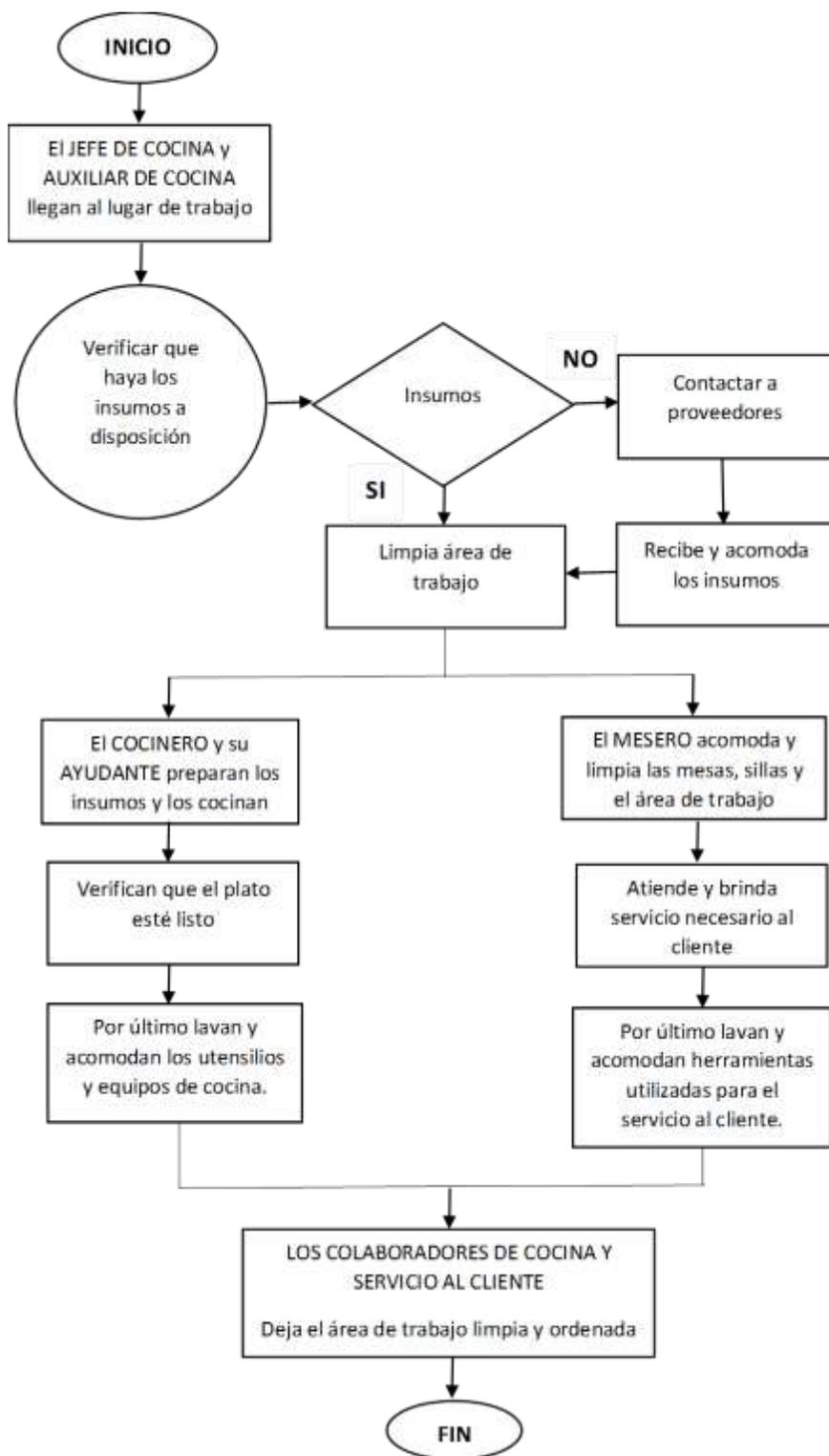


Figura 41 Proceso de producción

### 4.3.3. PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE (LOCAL Y A DOMICILIO)

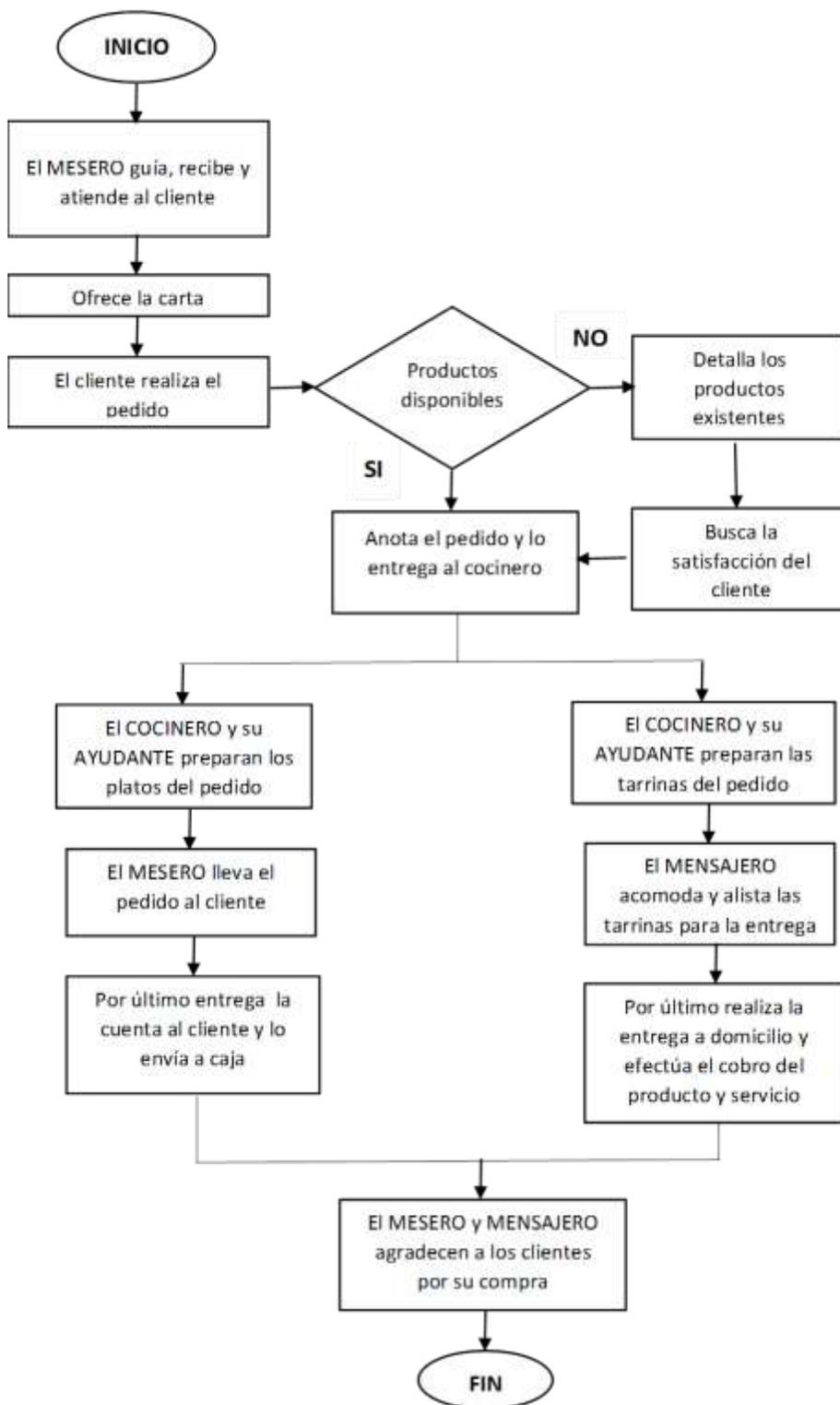


Figura 42 Proceso de servicio al cliente (local y a domicilio)

#### **4.4. FACTIBILIDAD AMBIENTAL**

La evaluación de la factibilidad o viabilidad ambiental tiene por objetivo la identificación, predicción e interpretación de los impactos ambientales que un proyecto produciría en caso de ser ejecutado, así como la prevención, corrección y valoración del mismo; todo ello con el fin de ser aceptado, modificado o rechazado por parte de los órganos competentes. (Rodrigues , Castellanos, Hernández, & Aguiar, 2014)

En la Picantería DON VICHE se tendrá en cuenta el control de ruido, el volumen de la música será adecuado para no afectar a los clientes que consuman los productos en el local. Es necesario llevar un control de grasas y detergentes para eso se debe utilizar una rejilla de contención de residuos el mismo que va incorporado en el lavadero.

Se contará con procesos para la recolección de basura, se tendrá a disposición de nuestros ayudantes 2 tachos con tapas y fundas en su interior para separar la basura, en uno se depositará los residuos orgánicos y en el otro los reciclables, después serán entregados a los carros recolectores de basura para evitar que las personas que visiten el local se enfermen, insectos o roedores y malos olores en el ambiente.

#### **4.5. FACTIBILIDAD SOCIAL**

Se considera que la Picantería DON VICHE en la ciudad de Babahoyo es socialmente factible porque ayuda a la generación que necesita de trabajo para que puedan satisfacer sus necesidades personales y familiares, también ayuda a que las personas complazcan sus necesidades alimenticias con productos nutritivos como son los mariscos. Además que por medio de este emprendimiento se apoya en el crecimiento económico sostenible del cantón y del país.



## **CONCLUSIONES**

El emprendimiento familiar de una picantería ha mostrado resultados favorables después de varios estudios como fue el estudio de mercado y estudio financiero, es un proyecto viable y cumple con las expectativas de los consumidores ya que se pondrá a disposición del cliente un producto con altos nutrientes porque poseerá muchos mariscos. La estrategia que se utilizará en este modelo de negocio para nuestro producto es la diferenciación, ya que el encebollado con muchos mariscos casi no existe en el mercado.

De acuerdo a los estudios de factibilidad realizados, financieramente el emprendimiento es factible debido a que por cada dólar que se invierte se obtienen \$4,54 de ganancia. El período que se recuperará la inversión es de dos años, seis meses y dos días. Operativamente también es factible porque contará con la ayuda del personal realmente capacitado para realizar los procesos adecuados y brindar a los clientes el mejor servicio. Ambientalmente el negocio es sostenible porque los procesos ayudan a cuidar el medio ambiente. Socialmente es factible porque ayuda elocuentemente en la disminución de la pobreza y genera trabajo para las personas necesitadas.

## **RECOMENDACIONES**

Por los favorables resultados de las factibilidades se recomienda llevar a cabo el negocio y a su vez mantener a la empresa en constante innovación para atraer y agradar a los consumidores.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arteaga García, C. E., & Herrera Calderón, D. L. (Abril de 2016). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14191/1/TESIS%20Gs.%20116%20-%20An%C3%A1lisis%20Gastron%C3%B3mico%20del%20Encebollado%20de%20Pescado.pdf>
- D'ALESSANDRO, M. (2017). *Animales*. Obtenido de CANGREJO: <https://www.animales.website/cangrejo/>
- Luna Gonzalez, A. C. (2016). *Plan estrategico de negocios*. Mexico: Editorial Patria.
- Alcaraz, M. (2016). *LOGOTIPO, ISOTIPO, IMAGOTIPO E ISOLOGO... ¿QUÉ SON Y CÓMO SE DIFERENCIAN?* Obtenido de LOGOTIPO, ISOTIPO, IMAGOTIPO E ISOLOGO... ¿QUÉ SON Y CÓMO SE DIFERENCIAN?: <https://baetica.es/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>
- Avila, A. (21 de Abril de 2018). Proceso de reclutamiento y selección de personal. *Repositorio - Fundación Universitaria Konrad Lorenz*.
- BERMEO CEVALLOS , L., & HERRERA PERALTA, A. (2016). “*RUTA GASTRONÓMICA DEL ENCEBOLLADO COMO PARTE REPRESENTATIVA DE LA IDENTIDAD GUAYAQUILEÑA*”. Obtenido de REPOSITORIO DE ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL: <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/98779/D-101117.pdf>
- Bernácer, R. (4 de Octubre de 2017). *Yuca, fuente de energía*. Obtenido de Beneficios de la yuca, tipos y valor nutricional: <https://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/dieta-equilibrada/tipos-de-yuca-y-composicion-nutricional-12298>
- Bernácer, R. (20 de Agosto de 2018). *Yuca, fuente de energía*. Obtenido de Qué es la yuca, orígenes e historia: <https://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/dieta-equilibrada/la-yuca-fuente-de-energia-12297>
- ECURED. (2017). *Albacora*. Obtenido de Albacora: <https://www.ecured.cu/Albacora>
- El Comercio. (25 de Octubre de 2016). Dos picanterías que ensalzan el sabor popular. (A. Veintimilla, Ed.) *Dos picanterías que ensalzan el sabor popular*. Obtenido de Dos picanterías que ensalzan el sabor popular: <https://www.elcomercio.com/sabores/menuecuatoriano-picanteria-huecas-gastronomia-ecuador.html>
- El Universo. (17 de Julio de 2014). Encebollado parte de la identidad guayaquileña. (J. G., Ed.) *Encebollado parte de la identidad guayaquileña*.
- Escalante, J. (17 de Enero de 2019). *La Vanguardia*. Obtenido de Cangrejo: propiedades, beneficios y valor nutricional: <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20190117/454158063402/cangrejo-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>
- Garzozzi, R., Messina, M., Moncada, C., Ochoa, J., Ilabe , G., & Zambrano , R. (2014). *Planes de neocios para emprendedores*. Obtenido de [http://www.proyectolatin.org/books/Plan\\_de\\_Negocios\\_para\\_Emprendedores\\_CC\\_BY-SA\\_3.0.pdf](http://www.proyectolatin.org/books/Plan_de_Negocios_para_Emprendedores_CC_BY-SA_3.0.pdf)

- Gimeno, F. (21 de Noviembre de 2017). *EFE*. Obtenido de Las picanterías, un viaje al origen de la gastronomía peruana: <https://www.efe.com/efe/america/gente/las-picanterias-un-viaje-al-origen-de-la-gastronomia-peruana/20000014-3445001#>
- GOTTAU, G. (30 de Agosto de 2018). *Yuca: propiedades, beneficios y su uso en la cocina*. Obtenido de Yuca: propiedades, beneficios y su uso en la cocina: <https://www.vitonica.com/alimentos/yuca-propiedades-beneficios-y-su-uso-en-la-cocina>
- Grau, F. (14 de Diciembre de 2019). *Información jurídica inteligente*. Obtenido de La razón social y la razón comercial: <https://doctrina.vlex.cl/vid/razon-social-comercial-233929361>
- La Tienda de Pescaderías Coruñesas. (2018). *La Tienda de Pescaderías Coruñesas*. Obtenido de Camarón: <https://www.pescaderiascorunesas.es/mariscos/camaron>
- Marcillo, M. (2013). *Picantería "Encebollado Girasol"*. Esmeraldas.
- NIETO, B. (15 de Enero de 2017). *QUINTO PILAR. SOCIEDAD DE DIVULGACION DE CIENCIA Y TECNOLOGIA*. Obtenido de GÉNERO, INFANCIA Y RECOLECCIÓN DE CONCHA EN MANGLARES: <https://www.quintopilar.com/genero-infancia-y-recoleccion-de-concha-en-manglares/>
- ok diario. (16 de Febrero de 2018). *ok diario*. Obtenido de Propiedades nutricionales del cangrejo y beneficios para la salud: <https://okdiario.com/salud/cangrejo-propiedades-1796654>
- Penelo, L. (20 de Julio de 2018). *Calamar: propiedades, beneficios y valor nutricional*. Obtenido de Calamar: propiedades, beneficios y valor nutricional: <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180720/45965101817/calamares-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>
- Ramírez , J. (2017). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*, 54-60.
- Rodriguez , H., Castellanos, G., Hernández, N., & Aguiar, B. (Julio-Septiembre de 2014). EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD AMBIENTAL DE LAS INVERSIONES TURÍSTICAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. *EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD AMBIENTAL DE LAS INVERSIONES TURÍSTICAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE*(3), 13-28.
- Wikipeces. (2018). *La Albacora o Bonito del Norte*. Obtenido de La Albacora o Bonito del Norte: <https://wikipeces.net/albacora-bonito-del-norte>

## ANEXOS

## DISEÑO DE ENCUESTA

## 1. ¿Consume usted encebollado?

Si No 

## 2. ¿Con que frecuencia usted consume encebollado?

Una vez al mes Tres veces al mes Dos veces al mes Más de tres veces al mes 

## 3. ¿Con quién asiste a comer encebollado?

Familia Compañeros de trabajo Amigos Otro (enamorado/a) 

## 4. ¿Qué tipo de encebollado consume?

Sencillo Mixto 

## 5. ¿Consume usted mariscos?

Si No 

## 6. ¿Cuáles son las razones por las que usted visita una Picantería?

Buen servicio Precio Ambiente Localización Buena comida/bebida 

## 7. ¿Dónde prefiere consumir el encebollado?

Local Casa

8. **¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo una picantería donde tengan la oportunidad de consumir un encebollado combinado con diferentes tipos de mariscos?**

Si

No

9. **¿Le gustaría que la Picantería realice servicio a domicilio?**

Si

No

10. **¿Cómo cree usted que debería ser el ambiente adecuado en la Picantería?**

Ambiente con música

Ambiente silencioso

11. **¿Le gustaría que una Picantería le brinde diversas presentaciones de encebollado?**

Si

No

12. **¿Le agradaría que en la Picantería se premie y festeje (cante) a los cumpleaños?**

Si

No