

Pregrado

Carrera: Administración y Gestión Comercial

Asignatura (UIC): Gestión de la Innovación Administrativa

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título en:

Tecnólogo Superior Universitaria en Administración y Gestión Comercial.

Tema: Plan de negocios para la elaboración y comercialización de ceviches frescos y personalizados en la ciudad de Quito.

Autor/s: Patricio Ricardo Andrade Villacreses

Tutor: Ing. Hilberth Alexis Villalba Bejarano

Mag. Patricia Arévalo.

Fecha: Marzo 2025

Autor:



Andrade Villacreses Patricio Ricardo

Título a obtener: Tecnólogo Superior Universitario en
Administración y Gestión Comercial.

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: patricio.andrade.v@gmail.com

Dirigido por:



Ing. Hilberth Alexis Villalba Bejarano

Título: Ingeniero en Finanzas

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: hilberth.villalba@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

SANGOLQUÍ – ECUADOR

PATRICIO ANDRADE V.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CEVICHES FRESCOS Y PERSONALIZADOS EN LA CIUDAD DE QUITO.**



CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.3

Sangolquí, 25 de marzo de 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, PATRICIO RICARDO ANDRADE VILLACRSES declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Plan de negocios para la elaboración y comercialización de ceviches frescos y personalizados en la ciudad de Quito, de la Tecnología Superior Universitaria en Administración y Gestión Comercial; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

PATRICIO RICARDO ANDRADE VILLACRESES
C.I.: 100216522-1



FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-3

CARRERA:

TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
COMERCIAL.

AUTOR /ES:

PATRICIO RICARDO ANDRADE VILLACRESES

TUTOR (METODOLÓGICO Y ACADÉMICO):

HILBERTH ALEXIS VILLABA BEJARANO

CONTACTO ESTUDIANTE:

0998993982

CORREO ELECTRÓNICO:

patricio.andrade.v@gmail.com

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CEVICHES FRESCOS Y PERSONALIZADOS EN LA CIUDAD DE QUITO**

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

"Ceviche Lab" es un restaurante que quiere innovar en Quito, se planea ubicarlo en Iñaquito, se dedicara a ofrecer ceviches frescos y que puedas personalizarlos. La propuesta de valor está en la excelente calidad de los ingredientes, para garantizar la frescura y el verdadero sabor.

De hecho, nuestro menú posibilita a a los clientes que personalizar su ceviche, pueden elegir los ingredientes, y de esta manera crear una experiencia gastronómica única. Además de esto, "Ceviche Lab" usa prácticas sostenibles y saludables, alineándose de esta manera con las tendencias del mercado.

Esperamos que nuestras proyecciones financieras indiquen un crecimiento muy sostenido y rentable para los próximos cinco años, siempre usando estrategias de marketing para redes sociales y algunas colaboraciones. Queremos contar con un ambiente acogedor que se enfoque en el bienestar del cliente, "Ceviche Lab" quiere convertirse en el referente de la comida saludable en Quito, fomentando una comunidad y buscando su lealtad y entusiasmo.

PALABRAS CLAVE:

Ceviche: Es un plato tradicional latinoamericano que se hace en base de pescado, camarón, palmito, chochos, hongos ostra y champiñones y se acompaña con limón, cebolla, perejil y tomate.



Comida saludable: nos enfocaremos en tener ingredientes nutritivos y saludables para nuestros clientes, evitando en al máximo los productos procesados o que contengan aditivos y preservantes.

Personalización: Buscamos que nuestros clientes puedan elegir los ingredientes para preparar sus platos, mezclándolos como prefieran y/o como gusten.

Ingredientes frescos: Tendremos productos recién preparados, para garantizar el sabor, evitaremos los pro procesados.

Sostenibilidad: Implementaremos prácticas para tartar de minimizar una parte del impacto ambiental, usaremos ingredientes de fabricación o cosecha responsable y que tengan una producción que conserve los recursos naturales.

ABSTRACT:

"Ceviche Lab" is a restaurant that aims to innovate in Quito. It plans to **be in** Iñaquito. It will be dedicated to offering fresh, customizable ceviches. The value proposition lies in the excellent quality of the ingredients, ensuring freshness and authentic flavor. In fact, our menu allows customers to customize their ceviche by choosing the ingredients, thus creating a unique gastronomic experience. In addition, "Ceviche Lab" uses sustainable and healthy practices, aligning itself with market trends. We expect our financial projections to show very sustained and profitable growth for the next five years, always utilizing social media marketing strategies and some collaborations. We aim to have a welcoming environment that focuses on customer well-being. "Ceviche Lab" aims to become the benchmark for healthy food in Quito, fostering a community and seeking **loyalty** and enthusiasm.

PALABRAS CLAVE:

Ceviche: This is a traditional Latin American dish made with fish, shrimp, hearts of palm, chochos, oyster mushrooms, and button mushrooms, accompanied by lemon, onion, parsley, and tomato.

Healthy Food: We will focus on providing nutritious and healthy ingredients for our customers, avoiding processed products or those containing additives and preservatives as much as possible.

Personalization: We aim to allow our customers to choose the ingredients they need to prepare their dishes, mixing them as they prefer and/or as they like.

Fresh Ingredients: We will offer freshly prepared products to guarantee flavor, and we will avoid over-processed products.

Sustainability: We will implement practices to minimize some of our environmental impact. We will use responsibly manufactured or harvested ingredients that conserve natural resources.

Firma del Estudiante (AUTOR)

Patricio Ricardo Andrade Villacreses

C.I.: 100216522-1



SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 25 de marzo de 2025

Sres.-

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

Presente

Yo PATRICIO RICARDO ANDRADE VILLACRESES, con C.I.:100216522-1 alumno de la Carrera de ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,

Firma del Estudiante

Patricio Ricardo Andrade Villacreses

C.I.: 100216522-1

Dedicatoria:

A mis queridas y admiradas hijas, Martina y Vale, y a mi amada y adorada esposa, Diani:

Quiero dedicarles este proyecto como un homenaje a la profunda admiración que siento por ustedes.

Martinita y Valerita, siempre su inquietud, curiosidad, alegría y determinación me han inspirado todo el tiempo. Ustedes constantemente son un recordatorio de la belleza de la vida y del potencial que todos llevamos dentro.

Diani, mi vida, todo tu amor, fortaleza y dedicación son el pilar principal de nuestra familia. Siempre de admirado tu capacidad para enfrentar los problemas y desafíos con mucha entereza y tu compromiso con nuestro bienestar. Eres la guía de nuestro camino.

Gracias a ustedes por ser así y llenar mi vida de muchas maneras. Este logro es un agradecimiento y refleja todo mi amor, cariño, respeto y admiración por ustedes.

Con el cariño más profundo,

Pato.

Agradecimientos:

A mis queridas y admiradas hijas, Martina y Vale, y a mi amada y adorada esposa, Diani:

Quiero dedicarles este proyecto como un homenaje a la profunda admiración que siento por ustedes. Martinita y Valerita, siempre su inquietud, curiosidad, alegría y determinación me han inspirado todo el tiempo. Ustedes constantemente son un recordatorio de la belleza de la vida y del potencial que todos llevamos dentro.

Diani, mi vida, todo tu amor, fortaleza y dedicación son el pilar principal de nuestra familia. Siempre de admirado tu capacidad para enfrentar los problemas y desafíos con mucha entereza y tu compromiso con nuestro bienestar. Eres la guía de nuestro camino.

Gracias a ustedes por ser así y llenar mi vida de muchas maneras. Este logro es un agradecimiento y refleja todo mi amor, cariño, respeto y admiración por ustedes.

Con el cariño más profundo,

Pato.

1. CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Identificación del proyecto y problema.....	01
1.2. Tema.....	01
1.3. Antecedentes y contexto.....	03
1.4. Justificación.....	03
1.5. Objetivos de la Investigación.....	04
1.5.1. Objetivo General.....	04
1.5.2. Objetivos Específicos.....	04
1.6. Impactos.....	05
1.6.1. Social.....	05
1.6.2. Económico.....	06
1.6.3. Innovación Tecnológico.....	06
1.7. Beneficiarios.....	06
1.7.1. Directos.....	06
1.7.2. Indirectos.....	07

2. CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Resultados esperados del estudio de mercado.....	07
2.2. Demanda.....	07
2.3. Oferta.....	08
2.4. Ficha de observación.....	08
2.5. Encuestas y presentación de resultados.....	13
2.6. Estrategias de mercado.....	18
2.7. Propuesta de valor digital.....	19

3. CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Localización.....	23
------------------------	----

3.2. Tamaño óptimo.....	24
3.3. Distribución.....	26
3.4. Ingeniería del Proyecto.....	29
3.4.1. Identificación de Recursos Humanos.....	29
3.4.2. Identificación de Recursos Materiales.....	30
3.5. Proceso Productivo.....	32
3.6. La Casa de la Calidad.....	34
4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	
4.1. Direccionamiento Estratégico.....	36
4.1.1. Misión, Visión y Valores.....	36
4.1.2. Logotipo, Slogan.....	37
4.2. Análisis FODA.....	40
4.3. Estructura Organizacional y Funcional.....	41
4.4. Estudio Legal.....	42
4.4.1. Tipo de empresa de acuerdo al aspecto legal.....	42
4.4.2. Permisos necesarios.....	42
4.5. Estudio Ambiental.....	44
4.5.1. Licencias Ambientales.....	44
4.5.2. Alineación del proyecto con los ODS (Objetivos de Desarrollos Sostenible).	44
5. CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO	
5.1. Inversión Inicial.....	47
5.2. Capital de trabajo.....	48
5.3. Identificación de Ingresos.....	49
5.4. Costos y Gastos Administrativos.....	50
5.5. Financiamiento.....	51

5.6. Flujo de caja.....	52
5.7. Valor Actual Neto (VAN) y tasa Interna de Retorno (TIR).....	53
5.8. Costo beneficio.....	54
Conclusiones.....	55
Recomendaciones.....	55
Citas y Bibliografía.....	57
Anexos.....	60

1. CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Identificación del proyecto y problema

Este plan de negocios se enfoca en la creación de un restaurante especializado en ceviches personalizables al peso, ubicado en el sector Iñaquito en la ciudad de Quito. El problema clave que se pretende abordar es la falta de restaurantes que ofrezcan a los clientes la posibilidad de personalizar su ceviche y pagar por peso, dependiendo de la cantidad de ingredientes que elijan. En la actualidad, la mayoría de los establecimientos ofrecen menús fijos que limitan la capacidad de los consumidores para adaptar sus platos a sus gustos y necesidades, las variantes que ofreceremos será ceviche de camarón, pescado, mixto (pescado – camarón), champiñones, hongos ostra, palmito y portobello. Además, el restaurante proporcionará la opción de seleccionar la cantidad y variedad de acompañantes como canguil, tostado, arroz o chifles y elegir el tamaño de las bebidas igualmente por peso (volumen), que varían entre gaseosa, limonada, agua o té. Este enfoque no solo atraerá a un público diverso, sino que también permitirá a los clientes tener un control total sobre lo que desean comer y pagar, ya que el costo dependerá de la cantidad y tipo de productos seleccionados. A futuro se piensa expandirse y brindar servicio a domicilio, por el momento será únicamente en el restaurante.

Estamos enfocados en brindar nuestro servicio a trabajadores de la zona, residentes, visitantes y público en general que cuiden su salud y valoren la calidad, frescura y la autenticidad en sus alimentos.

1.2. Tema

El tema central es: “Plan de negocios para la elaboración y comercialización de ceviches frescos y personalizados en la ciudad de Quito.”.

Es importante el uso de recetas las recetas tradicionales y los ingredientes saludables de primera

calidad, también tomaremos en cuenta la amplia variedad gastronómica ecuatoriana, con un enfoque particular en el ceviche como plato emblemático del país. La personalización de la comida permite a nuestros clientes seleccionar los ingredientes y sus cantidades, además, pueden elegir los acompañantes y la bebida que deseen. Con esto, buscamos que nuestros clientes tengan una mejor experiencia cuando coman un ceviche, ya que todos pueden optar por lo que les gusta y también gastar según su presupuesto. Los ceviches no están clasificados como comida rápida, pero su preparación, se hace en poco tiempo, lo que nos permite competir en este mercado.

CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme):

El CIIU, o Clasificación Internacional Industrial Uniforme, es el sistema que organiza y clasifica las actividades económicas de las empresas según su sector. Lo usan en muchos países para facilitar la comparación y análisis estadísticos. La CIIU permite agrupar empresas con actividades similares, esto ayuda a comprender mejor la estructura económica de un país.

Importancia del CIIU:

Para este proyecto, el CIIU se encuentra ubicado en la sección 1, división 56, grupo 561 y clase 5610 según el CIIU Rev. 4.0 (ver Cuadro # 1).

Cuadro # 1: Clasificación Internacional Industrial Uniforme para el presente plan.

CLASIFICACIÓN NACIONAL DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (CIIU Revisión 4.0)		
CODIGO	DESCRIPCION	NIVEL
5610.01	Restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido comida para llevar.	6

Fuente: Documento de Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU 4.0).

La clase 5610 del CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme) Rev. 4.0 se refiere a "Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.". Esta clasificación incluye las actividades económicas relacionadas con la preparación y venta de alimentos y bebidas, tanto en establecimientos de comida como a través de servicios de catering y entrega.

Esta clasificación sirve para que las empresas y los gobiernos puedan analizar los mercados y desarrollen sus estrategias para que puedan seguir creciendo.

1.3. Antecedentes y contexto

Cuando hablamos de ceviche, se nos viene a la mente un plato tradicional ecuatoriano que ha cambiado en el tiempo y se ha vuelto popular aquí como en otras partes del mundo. Según Martínez (2021), “el ceviche ha trascendido su origen costeño para convertirse en un símbolo de la gastronomía ecuatoriana, apreciado por su frescura y versatilidad”.

Iñaquito, es una área de mucho tráfico porque existen muchos negocios y es el centro financiero de la ciudad, por esta razón existe un incremento en la demanda, especialmente de comida rápida, debido a oficinas y visitas de personas que quieren comer algo rápido, que sea saludable y a un bajo costo.

A pesar de la popularidad del ceviche, la oferta en Quito solo incluye menús fijos. Este proyecto busca llenar el vacío donde el cliente puede elegir lo que come tanto en cantidad, variedad y precio, dando la oportunidad de que el cliente que sea el diseñador y autor de su comida, escogiendo los acompañantes y su bebida. La ventaja es que el cliente puede pagar por el peso de los ingredientes que el selecciono lo que da un control adicional del presupuesto a los clientes.

1.4. Justificación

Este proyecto quiere cubrir la demanda de comida rápida y saludable, con ceviches de camarón, pescado y de vegetales como champiñón, hongos ostra, palmito y chochos, dando también la opción de poder mezclar los ingredientes como el cliente decida. Esta personalización puede aumentar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad a la marca.

La ubicación en Iñaquito, una zona de alta afluencia y con un perfil demográfico diverso, garantiza un flujo constante de clientes potenciales. La alta densidad de oficinas, colegios y comercios en

la zona hace que este restaurante pueda captar tanto a trabajadores que buscan un almuerzo rápido y saludable, como a estudiantes y familias que desean disfrutar de una buena comida. Según Pérez (2023), ofrecer experiencias gastronómicas personalizables es una tendencia creciente en el sector, lo que refuerza la relevancia de este proyecto; además, el 66% de los consumidores prestan más atención a lo que consumen en términos de alimentos y bebidas. Según el Publiirreportaje de La Tercera (Estudio revela preferencia por alimentos saludables a pesar de desafíos económicos - La Tercera), ese es uno de los datos del estudio global “Índice Tetra Pak 2023”, que proporciona información sobre las conductas actuales de los consumidores y cómo la industria de alimentos y bebidas está respondiendo ante el incremento de los precios y las preocupaciones en torno al sistema alimentario.

Experiencia Personalizada: Al ofrecer ceviches personalizados, se mejora la experiencia del consumidor y se fomenta la lealtad.

Frescura y Calidad: La utilización de ingredientes de primera calidad y la preparación al momento garantizan un producto fresco que destaca en sabor y presentación.

1.5. Objetivos de la Investigación

Los objetivos son el norte y nos dicen a donde queremos llegar.

1.5.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios sostenible para crear un restaurante de ceviches donde la gente pueda escoger los ingredientes y pagarlos al peso, que sea diferente, rico y rápido dedicado a todas las personas que quieran comer sano y decidir cuanto pagar y cuanto comer.

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Realizar un Análisis de Mercado:

Investigar e identificar 3 opciones de comida que los clientes puedan personalizar en los restaurantes en Iñaquito.

2. Evaluar la Competencia:

Identificar 5 competidores directos e indirectos en la zona de Iñaquito.

3. Desarrollar Proyecciones Financieras:

Hacer un Evaluador Financiero para 5 años para saber si el proyecto es rentable y en cuanto tiempo vamos a recuperar la inversión.

4. Definir la Propuesta de Valor:

Identificar como "Ceviche Lab" se diferenciará de su competencia.

5. Establecer Estrategias de Marketing:

Crear estrategias de marketing para tener objetivos claros y atraer al público objetivo.

6. Evaluar la Viabilidad Económica:

Realizar el análisis del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) para saber si el proyecto es rentable.

1.6. Impactos

1.6.1. Social

El restaurante va a ser el lugar perfecto para que las personas se junten a comer y compartir. Como tienen la posibilidad de armar sus propios platos, podrán conversar, probar y discutir sobre las preferencias de cada uno y decidiendo cual combinación fue la más rica. No solo van a comer, sino van a disfrutar de un lindo momento.

1.6.2. Económico

La creación del restaurante busca dar empleo a la gente del sector y hacer que los inversionistas ganen dinero. La idea de que los clientes puedan elegir los ingredientes y cuanto van a comer ayuda también a que ellos controlen sus gastos.

1.6.3. Innovación Tecnológico

La implementación de un sistema que permita facturar y garantizar el peso y combinación que cada cliente solicite facilitará la interacción de manera más eficiente con el restaurante. Esta innovación no solo moderniza la forma en que se ofrece el servicio, sino que también se alinea con las expectativas de los consumidores actuales, quienes valoran la conveniencia y la personalización en su experiencia gastronómica (Pérez, 2023). Además, este sistema dará el seguimiento de las preferencias de los clientes, lo que permitirá al restaurante ajustar su oferta y promociones en función de los hábitos de consumo.

1.7. Beneficiarios

1.7.1. Directos

Con la implementación de un sistema de pedidos por WhatsApp y a futuro una APP para que la gente arme su comida a su gusto va a ser que todo sea más fácil.

La gente puede pedir rápido y lo que quiera, en menos tiempo y con el costo que ellos quieran pagar.

Va a ser una forma cómoda y a su manera para pedir y también nos dará luces de que promociones aplicar según lo que prefieran comer.

“Esta innovación no solo moderniza la forma en que se ofrece el servicio, sino que también se alinea con las expectativas de los consumidores actuales, quienes valoran la conveniencia y la personalización en su experiencia gastronómica” (Pérez, 2023).

Los beneficiarios claves son tres: los propietarios y socios que invierten tiempo y capital. Ganarán más mientras más crezca el negocio.

Los segundos son los empleados que tendrán estabilidad, capacitación y un pago justo.

Tercero, los clientes, que disfrutaran de comida fresca, al peso que decida y los ingredientes que más les guste, lo que les permite controlar los costos y los gustos personales.

1.7.2. Indirectos.

Son grupos que no están involucrados en la operación, pero se benefician de sus actividades e impactos en la comunidad.

La comunidad local: Más clientes en Iñaquito mueven la economía de la zona, ayudan a los negocios. Si usamos ingredientes sostenibles, también cuidamos el medio ambiente.

Proveedores: Pescadores y granjeros que pueden ganar con nuestros pedidos, construyen lazos con nosotros y crecen si el negocio crece.

Contratistas, Los que nos ayudan con servicios como marketing encuentran oportunidades de colaborar con el negocio y ganan en conjunto. Ganar-ganar.

“Ceviches-Lab” no solo es ceviches, es un impulso para todos alrededor.

2. CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Resultados esperados del estudio de mercado

Lo principal de este estudio es entender si el restaurante de ceviches tiene futuro, queremos saber si la gente quiere nuestros platos, cual es su interés, cuanto están dispuestos a pagar y cual es nuestro mercado al que no vamos a dirigir. También queremos saber que opinan de poder armar sus propio ceviche y si les gustaría tener opciones vegetarianas.

2.2. Demanda

La demanda por los ceviches ha crecido, especialmente en Quito, porque es fresco, saludable y rápido. Cada vez mas personas quieren comer saludable y sentirse en forma nos ayuda para nuestro propósito de venta de ceviches vegetarianos. El Ceviche ya es un clásico y si lo ponemos con el peso y elegir los ingredientes nos abre una puerta muy grande en donde podemos competir. En un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Quito, se concluyó que "el ceviche es uno de los platos más consumidos en el país, destacando su popularidad entre jóvenes y adultos, especialmente en zonas urbanas" (Cámara de Comercio de Quito, 2023). Este dato es relevante al considerar que Iñaquito es una de las zonas de mayor afluencia de personas jóvenes y trabajadoras que buscan opciones frescas y rápidas para su alimentación.

También, según Diario el Comercio del 17 de septiembre de 2021, en la zona viven 150 000 personas, pero su población flotante es muy grande ya que recibe cerca de 450.000 visitantes al día.

Según Pérez (2022), "los consumidores buscan cada vez más opciones que se alineen con sus valores de salud y sostenibilidad", lo que crea un espacio propicio para innovaciones en la gastronomía local.

2.3. Oferta

Para nosotros entender cuanto producto podemos vender es clave, además esto nos permite conocer que cosas debemos hacer para prepararnos para ofrecer un buen producto. Si vemos, en la zona existen varios locales de comida típica, incluido los ceviches, pero ninguno de ellos ofrece la opción de escoger los ingredientes por peso y pagar por esto. Esto nos diferencia de todos los restaurantes.

2.4. Ficha de observación

Este instrumento permite observar y registrar información relevante que ayudará a entender mejor

el entorno competitivo en el que se desarrollará el presente plan de negocio.

Para esto, hemos desarrollado una ficha de observación para los 5 principales competidores que se encuentran en el sector con el fin de evaluar los productos ofrecidos en términos de calidad, presentación, precios, el servicio, opción de pago al peso y experiencia del cliente. Se visitaron varios establecimientos para recopilar información que permite identificar las fortalezas y debilidades de los competidores siendo 4 lo mejor y 1 lo peor. (véase Cuadro # 2).

Cuadro # 2: Ficha de observación

LOCAL	PRODUCTO	CALIDAD	VARIEDAD	PRECIO CON IVA	PERSONALIZACIÓN	OPCIÓN DE PAGO POR PESO	EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN EL LOCAL
	Ceviche de camarón	4	4	\$ 10,64	1	0	4
	Ceviche de Pescado	4	4	\$ 10,64	1	0	4
	Ceviche Mixto	4	4	\$ 11,79	1	0	4
	Ceviches vegetarianos	0	0	\$ -	0	0	0
	Ceviche de camarón	4	4	\$ 11,44	1	0	4
	Ceviche de Pescado	4	4	\$ 11,44	1	0	4
	Ceviche Mixto	4	4	\$ 11,44	1	0	4
	Ceviches vegetarianos	0	0	\$ -	0	0	0
	Ceviche de camarón	3	4	\$ 10,70	1	0	3
	Ceviche de Pescado	3	4	\$ 10,70	1	0	3
	Ceviche Mixto	3	4	\$ 10,70	1	0	3
	Ceviches vegetarianos	0	0	\$ -	0	0	0
	Ceviche de camarón	3	4	\$ 11,95	1	0	4
	Ceviche de Pescado	3	4	\$ 11,95	1	0	4
	Ceviche Mixto	3	4	\$ 11,95	1	0	4
	Ceviches vegetarianos	0	0	\$ -	0	0	0
	Ceviche de camarón	3	4	\$ 9,55	1	0	3
	Ceviche de Pescado	3	4	\$ 9,55	1	0	3
	Ceviche Mixto	3	4	\$ 12,80	1	0	3
	Ceviches vegetarianos	0	0	\$ -	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Nota: en el cuadro se evaluaron los siguientes aspectos:

Calidad de los Ingredientes: Frescura, origen y tipo de ingredientes utilizados.

Variedad de Opciones: Tipos de ceviches ofrecidos y si permiten personalización.

Precios: Comparación de precios con el servicio propuesto.

Personalización: Que tan posible es personalizar los ceviches según la preferencia del cliente.

Opción Vegetariana: si disponen de algún ceviche para personas con preferencias alimenticias

Pago por peso: Si disponen de alguna forma de pagar por peso dependiendo de la cantidad que elija el cliente.

Experiencia del Cliente: Atención al cliente, tiempos de espera y ambiente del lugar.

A continuación, se presenta el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para cada uno de los competidores mencionados en el mercado de ceviches ubicados en la zona donde se competirá este plan de negocios en Quito.

1. Cebiches de la Rumiñahui

Fortalezas:

Variedad de ceviches.

Buena reputación entre los clientes locales.

Oportunidades:

Posibilidad de expandir la oferta con nuevos sabores y presentaciones.

Participación en eventos gastronómicos para aumentar la visibilidad.

Debilidades:

Limitaciones en marketing digital y presencia en redes sociales.

Espacio físico reducido que puede afectar la atención al cliente durante horas pico.

Amenazas:

Competencia creciente de otras cevicherías en la zona.

Cambios en las preferencias del consumidor hacia opciones más innovadoras.

Aumento en los costos de los ingredientes frescos.

2. Ecuaviche

Fortalezas:

Fuerte enfoque en la calidad de los ingredientes.

Buen reconocimiento de marca en la comunidad.

Oportunidades:

Creciente interés en el delivery de alimentos.

Posibilidad de alianzas con proveedores locales para mejorar la frescura.

Debilidades:

Puede carecer de opciones de personalización.

Precios relativamente altos en comparación con algunos competidores.

Amenazas:

Competencia de cevicherías más innovadoras.

Fluctuaciones en la disponibilidad y precios de mariscos.

3. Las Palmeras

Fortalezas:

Ambiente acogedor que atrae a familias y grupos.

Buena atención al cliente y experiencia gastronómica.

Oportunidades:

Expansión de la oferta de menú para incluir más opciones saludables.

Aumento de la demanda de comida a domicilio.

Debilidades:

La personalización de ceviches puede no ser una opción disponible.

Puede no ser reconocida como la mejor opción en calidad de ceviches.

Amenazas:

Cambios en las tendencias de consumo hacia opciones más rápidas o innovadoras.

Impacto económico que puede afectar el poder adquisitivo de los clientes.

4. Manabiche

Fortalezas:

Buen reconocimiento entre los amantes del ceviche en Quito.

Variedad de opciones de ceviche y otros platos del mar.

Oportunidades:

Creciente demanda por opciones de comida a domicilio.

Creación de promociones para atraer a más clientes.

Debilidades:

Limitada presencia en redes sociales y marketing digital.

Poca flexibilidad en el menú en comparación con competidores más adaptativos.

Amenazas:

Cambios en las preferencias del consumidor hacia opciones más saludables.

Aumento de costos de mariscos frescos que podría afectar la rentabilidad.

5. Jocay Marisquería

Fortalezas:

Precios competitivos

Establecimiento bien ubicado con alta visibilidad.

Oportunidades:

Aumento del interés en comida a domicilio y pedidos en línea.

Posibilidad de diversificar el menú con opciones innovadoras.

Debilidades:

No personalización de los ceviches, lo que puede desincentivar a algunos clientes.

Dependencia de un flujo constante de clientes locales.

Amenazas:

Cambios en el comportamiento del consumidor hacia opciones más saludables.

Variaciones en la disponibilidad y precios de mariscos que pueden afectar costos.

En conclusión, este análisis FODA de cada cevichería proporciona una visión clara de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el mercado. Esta información es crucial para identificar áreas donde el plan de negocio de ceviches personalizados al peso puede diferenciarse y aprovechar las oportunidades del mercado, asegurando así su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

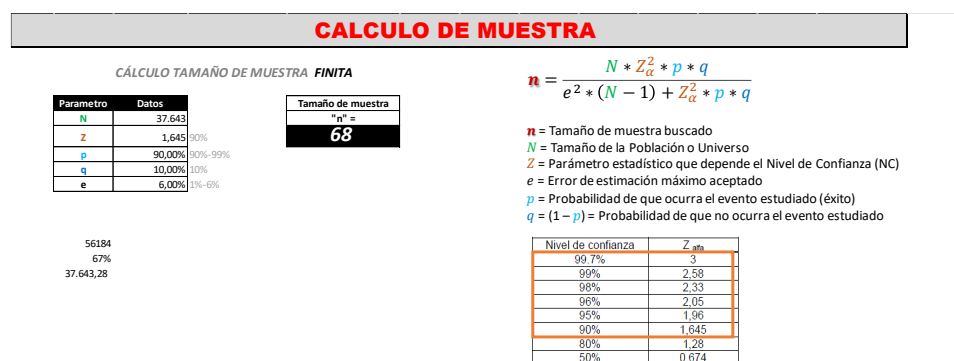
2.5. Encuestas y presentación de resultados

Una encuesta es una herramienta para investigar con varias preguntas y obtener un resultado para poder analizarlo. Con esto podemos entender lo que piensa la gente, que les gusta y que les mueve al momento de realizar la compra.

Encuesta Ceviches personalizados

El tamaño de la muestra es de 68 encuestas (Ver Figura # 1)

Figura # 1: Calculo de la muestra



Fuente: Visor Geográfico SHOT. Elaboración Propia.

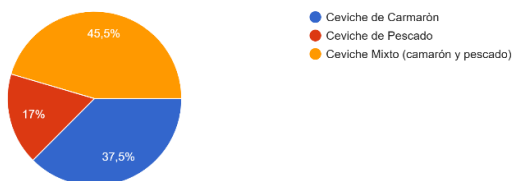
Se diseño una encuesta que permite recopilar datos sobre las preferencias de los consumidores respecto a los ceviches. Al hacer el cálculo para saber cuál es la muestra nos dio 68 encuestas, pero logramos aplicar en 88 personas, con los siguientes resultados:

Análisis de Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta realizada, estos resultados proporcionan una visión general de las preferencias de un grupo de consumidores. (Véase Figuras # 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 y 13)

Figura # 2:

1. ¿Cuál es su tipo de ceviche favorito? (Selecciona uno)
88 respuestas

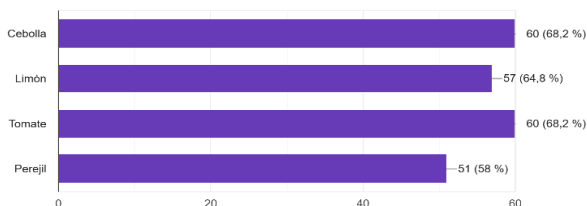


Fuente: Elaboración Propia.

En Ceviche mixto fue el preferido en los encuestados con el 45.5%

Figura # 3:

2. ¿Qué ingredientes le gustaría que se incluyeran en su ceviche? (Puedes seleccionar más de uno)
88 respuestas

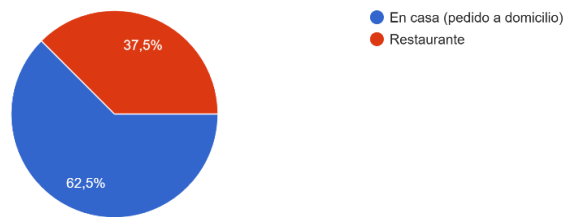


Fuente: Elaboración Propia.

El Tomate y la Cebolla son los ingredientes preferidos por el 68% de encuestados

Figura # 4:

3. ¿Dónde prefiere consumir ceviches?
88 respuestas

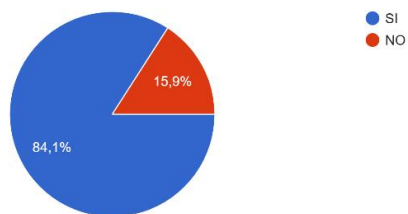


Fuente: Elaboración Propia.

El 62.5% de los encuestados prefiere realizar pedidos a domicilio.

Figura # 5:

4. ¿Le gustaría crear su propio ceviche al peso?
88 respuestas

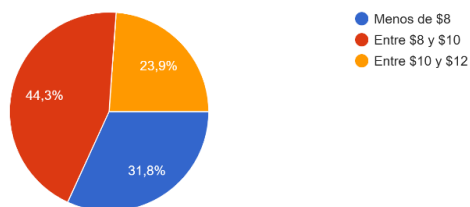


Fuente: Elaboración Propia.

Al 84.1% de los encuestados les gustaría crear su propio ceviche

Figura # 6:

5. ¿Cuál es su rango de precio que ha pagado por un ceviche?
88 respuestas

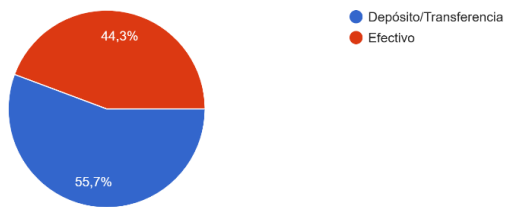


Fuente: Elaboración Propia.

El 44.3% de los encuestados ha pagado entre \$8.00 y \$10.00 dólares

Figura # 7:

6. ¿Cuál es su método de pago preferido?
88 respuestas

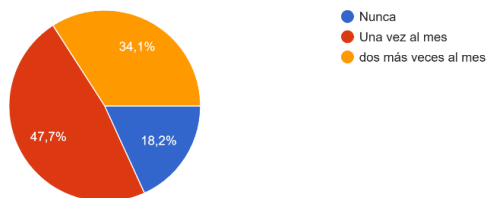


Fuente: Elaboración Propia.

El 55.7% de los encuestados prefiere pagar por medio de transferencia o depósito.

Figura # 8:

7. ¿Qué tan seguido come ceviche?
88 respuestas

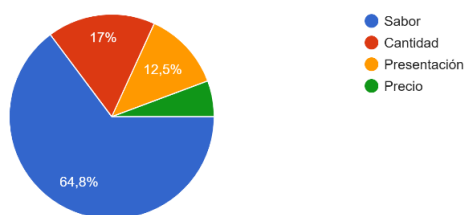


Fuente: Elaboración Propia.

El 47.7% de los encuestados comen ceviche al menos 1 vez al mes.

Figura # 9:

8. ¿Qué aspecto valora más al elegir un ceviche?
88 respuestas

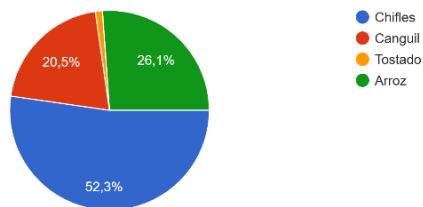


Fuente: Elaboración Propia.

El 64.8% de los encuestados valoran el sabor sobre otros aspectos.

Figura # 10:

9. ¿Con que te gusta acompañar tu ceviche?
88 respuestas

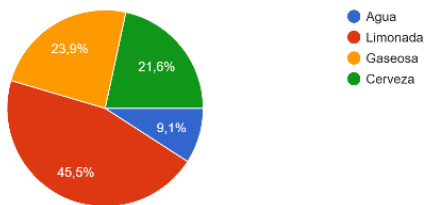


Fuente: Elaboración Propia.

Los chifles son los preferidos en el 52.3% d ellos encuestados.

Figura # 11:

10. ¿Con que bebida acompañas tu ceviche?
88 respuestas

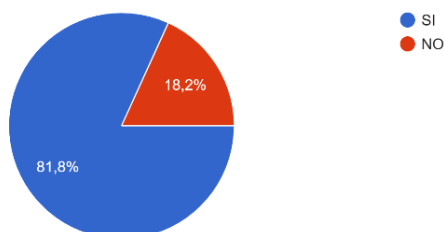


Fuente: Elaboración Propia.

La mayoría de los encuestados prefieren la limonada a cualquier otra bebida en un 45.5%.

Figura # 12:

11. ¿Le gustaría tener una opción vegetariana?
88 respuestas

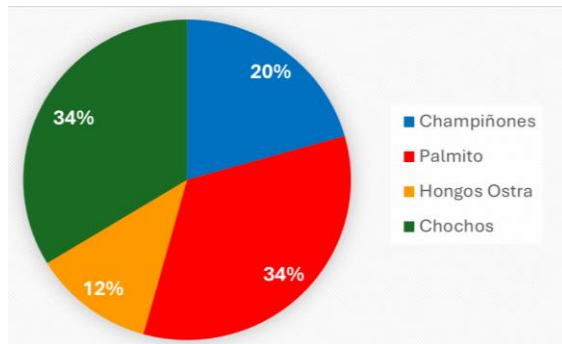


Fuente: Elaboración Propia.

Figura # 13:

12. ¿Qué tipo de ceviche vegetariano prefiere?

83 respuestas



Fuente: Elaboración Propia.

En conclusión, los resultados de la encuesta indican que la mayoría de los encuestados consume ceviche con frecuencia y que hay una clara preferencia por el ceviche mixto (de camarón y pescado). La opción de personalización al peso es muy valorada con un 84%, la encuesta permite ver la preferencia de ingredientes que los clientes prefieren y el sabor es considerado esencial para el 80% de los participantes. Además, el 62% prefiere consumir ceviche en casa y el 44% está dispuesta a pagar entre \$8 y \$10 por un ceviche.

También podemos ver que un 52% prefieren los chifles y el 45% prefiere la limonada como bebida acompañar su ceviche. Para los ceviches vegetarianos los encuestados prefieren los de chocho y palmito con 33% cada uno, y al 81% de encuestados le gustaría tener una opción vegetariana.

La información recopilada será útil para ajustar la oferta de ceviches y mejorar la experiencia del cliente, asegurando que se satisfagan sus preferencias y expectativas.

2.6. Estrategias de mercado

Estrategias de Promoción

Para posicionar adecuadamente el restaurante, se implementarán las siguientes estrategias:

1. Marketing Digital: Utilización de redes sociales para promocionar nuestro menú y la personalización de los ceviches, creando campañas visuales atractivas que resalten la frescura de los ingredientes. Martínez (2023) afirma que "las redes sociales son una herramienta poderosa para conectar con los consumidores y generar interés en la gastronomía local, especialmente entre un público joven". Esto sugiere que una presencia activa en plataformas como Instagram y Facebook será esencial para atraer a nuestro público objetivo.
2. Promociones de Lanzamiento: Como se dice, “vamos a tirar la casa por la ventana” generaremos ofertas de apertura, dando la limonada incluida en la compra o un adicional de acompañante como chifles o canguil.
3. Colaboraciones Locales: Vamos a establecer buenas relaciones con nuestros proveedores para tener productos frescos, queremos que nos haga ver como un negocio que le mete corazón y ganas.
4. Eventos y Degustaciones: Queremos que la gente se enganche, realizando eventos de degustación donde la gente pueda probar nuestro producto, buscamos que se prefieran nuestro ceviche.
5. Programa de Fidelización: Queremos hacer un programa de recompensas, para que nuestros clientes vengan más seguido. Algo sencillo que los motive a regresar y sentirse parte de nuestro negocio, que se pongan la camiseta. Según González (2023), "los programas de fidelización aumentan la tasa de retención y el valor de por vida del cliente", lo que es crucial para el crecimiento sostenible del negocio.

2.7. Propuesta de valor digital

Porque una persona elegiría tu negocio en lugar de otro dentro del mundo online. Para esto vamos a generar una página web que tenga toda la información y actuaremos continuamente en redes

sociales como Instagram, faebook y X.

Aquí recibirán promociones, comentarios y podrán ineteractuar con nosotros de manera sencilla y amigable, sin tener que poner ninguna pose o comportamiento especial,

Enlace Página Web: <https://ceviches-lab.weebly.com> (Ver Figura # 14, 16, 17, 18, 19 Pagina Web)



15,

Figura # 14: Inicio página Web



Fuente: Elaboración Propia

Figura # 15: Enlaces redes sociales



¡TE ESPERAMOS!
HORARIOS Y UBICACIÓN



Lunes — Viernes
10am — 06pm

Ceviches Lab
Plataforma Gubernamental Norte
Av. Jose Maria Ayora y Av. Rio
Amazonas
Quito - Ecuador
(593) 998 99 39 83
-0.173011, -78.484139



Ceviches Lab

Plataforma Gubernamental Norte
Av. Jose Maria Ayora y Av. Rio
Amazonas

Quito - Ecuador

(593) 998 99 39 83

-0.173011, -78.484139



Redes Sociales:

Facebook:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61572291124845>

Instagram:

https://www.instagram.com/cevicheslabquito?igsh=MXZpem9lcHpzcXhxMw%3D%3D&utm_source=qr

X:

[\(3\) Ceviches-lab \(@CevichesLab\) / X](#)

Fuente: Elaboración Propia

Figuras # 16 y 17: Quienes Somos y Menú Ceviches Lab



CEVICHES PESCETARIANOS

Quedarse con ganas de pescetarianismo con una deliciosa opción para aquellos que buscan sabores frescos y saludables en armonía con la naturaleza. Con ingredientes como atún, champiñones, aceituna y hongos secos, cada ceviche está meticulosamente elaborado para ofrecer una experiencia de sabores y texturas. La combinación de la acidez del limón con la suavidad de los ingredientes crea una experiencia refrescante y satisfactoria. ¡Champiñones de salada perfecta! ¡Peperoni, nuestros ceviches pescetarianos son perfectos para quienes desean explorar nuevos sabores sin perder esencia de la cocina del mar! Cada plato es una invitación a disfrutar de los mejores de la naturaleza, con un enfoque en la frescura y la salud.

Ceviche de Champiñones

\$ 6.50

Ceviche con 100 gr. de champiñones, 30 gr. de salada perfecta, 30gr. de limón y 60 gr. de fonda de ceviche.



Ceviche de Hongos Ostra

\$ 6.50

Ceviche con 100 gr. de hongos ostra, 30 gr. de salada perfecta, 30gr. de limón y 60 gr. de fonda de ceviche.



Ceviche de Chuchas

\$ 6.50

Ceviche con 100 gr. de chuchas, 30 gr. de salada perfecta, 30gr. de limón y 60 gr. de fonda de ceviche.



Ceviche de Palmito

\$ 6.50

Ceviche con 100 gr. de palmito, 30 gr. de salada perfecta, 30gr. de limón y 60 gr. de fonda de ceviche.



Fuente: Elaboración Propia

Figuras # 18 y 19: Menú de autor

MENÚ DE AUTOR					
Bienvenidos a la Experiencia de Sabor de "Coviches Lab" En "Coviches Lab", cada plato de nuestro menú de autor es más que una simple comida; es una celebración de la frescura, la creatividad y la cultura que nos une. Aquí, te invitamos a ser parte de una experiencia culinaria única, donde cada ceviche cuenta una historia y cada bocado es una invitación a explorar. La magia de nuestros ceviches radica en tu elección. Utilizamos solo los ingredientes más frescos y vibrantes, seleccionados con amor y cuidado, para que puedas crear un ceviche que refleje tu estilo y tus deseos. Desde el mar hasta tu mesa, cada ingrediente ha sido seleccionado para ofrecerte lo mejor de nuestra tierra y el océano que nos rodea. Pero más allá de la comida, "Coviches Lab" es un lugar de encuentro. Un espacio donde amigos y familiares se reúnen para compartir risas, momentos y recuerdos. Queremos que cada visita sea inolvidable, que cada plato despierte emociones y que cada sorbo de nuestras bebidas te lleve a un lugar de frescura y alegría. Te invitamos a dejarte llevar por la experiencia, a ser el autor de tu propia creación y a disfrutar de la frescura del mar en cada bocado. Bienvenido a "Coviches Lab", donde la gastronomía se convierte en arte y cada comida es una celebración de la vida. ¡Disfruta de tu viaje culinario!					
10 gr. de Camarón	\$ 0.40		10 gr. de Palmito	\$ 0.40	
10 gr. de Pescado	\$ 0.40		10 gr. de Tomate Riñón	\$ 0.06	
10 gr. de Champiñones	\$ 0.40		10 gr. de Cebolla Paiteña	\$ 0.06	
10 gr. de Hongos Ostra	\$ 0.40		5 gr. de Limón	\$ 0.05	
10 gr. de Chochos	\$ 0.40		10 gr de Guarnición (Tostado, Chifle, Canguil o Arroz)	\$ 0.13	
			Recuerda que el Perejil y el fondo de ceviche va por nuestra cuenta hasta que completes tu plato.		

Fuente: Elaboración Propia

3. CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Localización

Este entorno urbano, donde residen numerosos estudiantes y trabajadores, crea un mercado ideal para un restaurante que ofrezca ceviches personalizados. (Ver Cuadro # 3)

Cuadro # 3: Factor de Localización

PUNTAJE PONDERADO								
FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN DEL FACTOR	ALTERNATIVAS						
		PLATAFORMA GUBERNAMENTAL NORTE		VERACRUZ Y CARONDELET		MAÑOSCA Y VASCO DE CONTRERAS		
Accesibilidad	20,00	5	100	3	60	2	40	
Flujo Peatonal	30,00	5	150	2	60	3	90	
Competencia	10,00	1	10	4	40	5	50	
Sistema de Transporte	15,00	5	75	4	60	4	60	
Costo de Alquiler	12,00	1	12	5	60	3	36	
Ubicación Comercial	13,00	5	65	3	39	4	52	
TOTAL	100,00	22	412	21	319	21	328	

VALORACIÓN
5 EXCELENTE
4 MUY BUENO
3 BUENO
2 MALO
1 PÉSIMO

Fuente: Elaboración Propia.

Ventajas de la Localización en Iñaquito:

1. Accesibilidad: Tenemos una zona por donde pasa transporte público y vías principales.
2. Flujo Peatonal: Existen colegios, la Plataforma Gubernamental Norte, oficinas públicas y privadas y centros comerciales que tienen muchos trabajadores y personas que todos los días deben caminar por el lugar y almorzar.
3. Competencia: Si hay varios locales, pero ninguno ofrece a sus clientes que escojan los ingredientes y compren al peso, eso nos vuelve únicos.

Estudios de la Cámara de Comercio de Quito subrayan que "la elección de la ubicación es esencial para el rendimiento de los restaurantes, ya que influye directamente en el flujo de clientes" (Cámara de Comercio de Quito, 2023). Por lo tanto, elegir un local en una calle principal o en una zona con alto tránsito peatonal es fundamental para maximizar la visibilidad y atraer al público objetivo.

3.2. Tamaño óptimo

Tamaño óptimo: "El tamaño óptimo de una empresa es aquel que permite alcanzar la máxima eficiencia en la producción, minimizando costos y maximizando beneficios" (Garrison, Noreen, & Brewer, 2018).

Capacidad máxima instalada: "La capacidad máxima instalada se refiere a la cantidad máxima

de producción que una instalación puede alcanzar bajo condiciones normales de operación" (Garrison, Noreen, & Brewer, 2018). (Ver Figura # 20)

Figura # 20: Capacidad Máxima Instalada

# mesas	8				
# sillas	36				
Horas día	8				
Horas día real	1,32				
Cientes diaria	47,52				
Cientes Semanal	237,60				
Cientes Mes	1.045,44				
Cientes Año	12.545,28				
Precio Promedio	\$ 8,50				
TOTAL INGRESO BRUTO ANUAL	\$ 106.634,88				

Horas	desde		hasta	% aforo
1	9	a	10	5%
2	10	a	11	17%
3	11	a	12	27%
4	12	a	13	35%
5	13	a	14	30%
6	14	a	15	15%
7	15	a	16	3%
8	16	a	17	0%
Promedio Aforo diario				17%
Indice de Horas reales				1,32

Fuente: Elaboración Propia

Nuestra capacidad máxima instalada la realizamos con un aforo ponderado promedio que tendríamos de ocupación durante el día, teniendo como resultado un total de 1.32 horas reales para trabajar, con este índice calculamos que tendríamos un aproximado de 48 platos diarios, 238 platos semanales, 1.046 platos mensuales y 12.545 platos al año. Si consideramos un precio promedio de \$ 8.50 dólares por ceviche, más la bebida alcanzaríamos un ingreso mensual de \$ 10.372,86 dólares, lo que significa un ingreso anual de \$ 124.474,27 dólares.

Para poder atender esta cantidad de clientes a diario necesitamos un local de entre 80 a 120 metros cuadrados, este espacio sería adecuado para garantizar una experiencia cómoda a los clientes, así como para facilitar el trabajo del personal, y nos permitirá:

- Un área de comedor que acomode 36 comensales. La disposición debe ser flexible, permitiendo reconfiguraciones según la demanda. Se pueden incluir mesas para dos, cuatro y seis personas, así como algunas opciones de mesas comunitarias para fomentar un ambiente

social.

- Un área de cocina de al menos 30 a 40 metros cuadrados, que cumpla con todas las normativas sanitarias y de salud. Esta área debe estar equipada para la preparación de ceviches y otros platillos, con suficiente espacio para el almacenamiento de ingredientes y utensilios.
- Espacios de almacenamiento para insumos secos, refrigerados y congelados, además de un área para el equipo de limpieza y desinfección.

De acuerdo con la literatura sobre diseño de restaurantes, "un espacio bien diseñado no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también optimiza la eficiencia del personal" (González, 2023). Por lo tanto, la planificación meticulosa del tamaño y la distribución del local es esencial para garantizar un funcionamiento fluido.

3.3. Distribución

La distribución del restaurante está diseñada para maximizar la eficiencia operativa y mejorar la experiencia del cliente. Para esto realizaremos la Planeación Sistemática de Distribución, con esto conseguiremos tener un buen flujo dentro de nuestro local y saber que zonas son compatibles entre sí, a que áreas las necesitamos cerca para mejorar el negocio y cuales son las zonas o áreas que deben estar separadas. (Ver Figura # 21)

Figura # 21: Planificación Sistemática de Distribución.

SYSTEMATIC LAYOUT PLANING (SLP)

		1	2	3	4	5	6	7
		Cocina	Servicio de armado y Pesaje	Caja	Restaurante	Baño	Bodega	Zona de Desechos temporal
1	Cocina	Ø	A-3	I-5	O-4	XX-2	A-3	I-3
2	Servicio de armado y Pesaje	A-3	Ø	I-1	O-4	XX-2	E-3	O-3
3	Caja	I-5	I-1	Ø	O-4	X-4	O-1	O-2
4	Restaurante	O-4	O-4	O-4	Ø	I-4	O-4	X-2
5	Baño	XX-2	XX-2	X-4	I-4	Ø	XX-2	U-2
6	Bodega	A-3	E-3	O-1	O-4	XX-2	Ø	X-2
7	Zona de Desechos temporal	I-3	O-3	O-2	X-2	U-2	X-2	Ø

LETRA	ORDEN DE PROXIMIDAD
A	Absolutamente Necesario
E	Especialmente Importante
I	Importante
O	Ordinario
U	Sin importancia
X	Indeseable
XX	Muy Indeseable

CODIGO	RAZÓN
1	Por Control
2	Por Higiene
3	Por Proceso
4	Por Conveniencia
5	Por Seguridad

Fuente: Elaboración propia.

Con esta información procedemos a detallar la distribución propuesta: (Ver Figura # 22)

1. Zona de Cocina:

- Estaciones de Trabajo: Dividida en áreas específicas para la preparación de ceviches, cocción de acompañantes (como arroz y patacones) y almacenamiento. Esto incluye una zona de lavado separada para utensilios y equipos.

- Flujo de Trabajo: El diseño debe permitir un flujo de trabajo eficiente; por ejemplo, la zona de preparación debe estar cerca de la zona de servicio para minimizar el tiempo de espera.

2. Zona de Armado (emplatado) y Pesaje:

En esta zona realizamos el emplatado y pesaje de los ingredientes según las instrucciones del cliente, esto permite tener una experiencia diferente y única de personalización de su ceviche permitiéndole al cliente ser el autor de su comida.

- Flujo de Trabajo: El diseño permite tener un flujo de trabajo constante, rápido y efectivo. Se

pesa en cada estación los ingredientes y estos pasan a alimentar el sistema de facturación y cobro, lo que garantiza la cantidad exacta de ingredientes y valor a cobrar.

3. Caja:

- Ubicación Estratégica: Situada en el final de la línea para facilitar el cobro de los pedidos. Este espacio debe ser atractivo y acogedor, dando la seguridad al cliente que está pagando por lo que compro y con la mejor calidad de servicio y atención.
- Digitalización: Implementar un sistema de punto de venta (POS) que permita una gestión rápida y eficiente de las ventas.

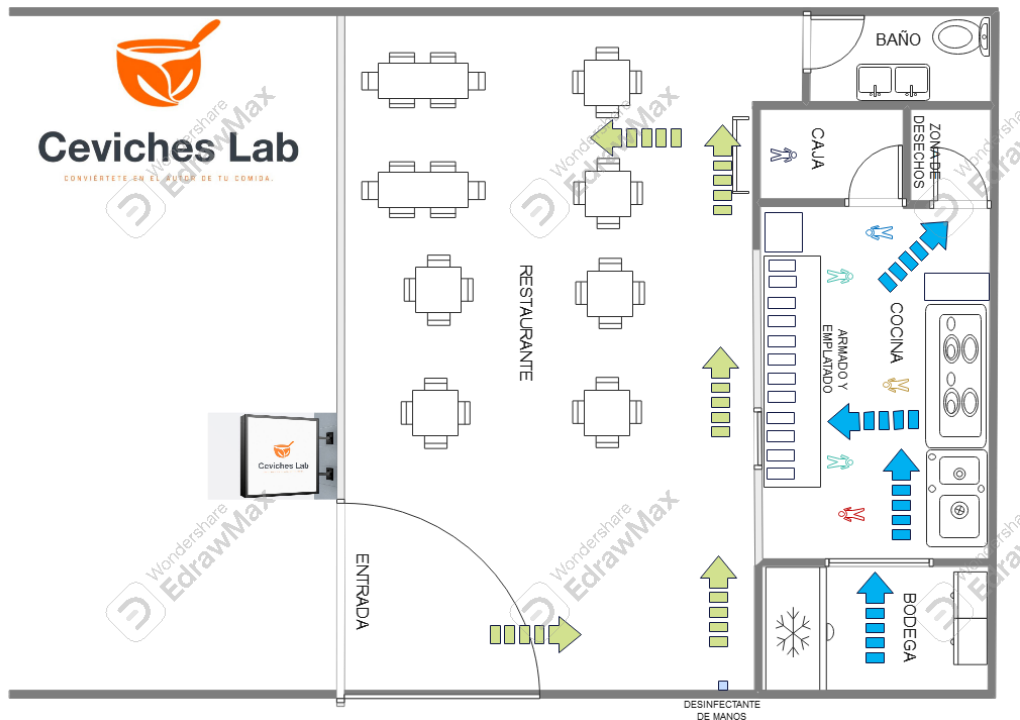
4. Zona de Comedor:

- Diseño Acogedor: Mesas distribuidas de manera que se facilite la circulación de los clientes. Esta zona tendrá una decoración que refleje la identidad cultural ecuatoriana y la frescura del mar, generando que el cliente se sienta a gusto en un ambiente muy acogedor
- Capacidad de Flexibilidad: Mesas que se puedan unir para grupos más grandes y separarse para parejas o grupos pequeños.

5. Baños:

- Accesibilidad: Los baños deben ser accesibles y separados por género, ubicados en una zona discreta pero conveniente para los clientes. La limpieza y mantenimiento de estas áreas son cruciales para la satisfacción del cliente.

Figura # 22: 13 Diseño de flujo y posiciones del local físico Ceviche Lab.



Fuente: Realizado en EdrawMax, creación propia

3.4. Ingeniería del Proyecto

"La ingeniería de proyectos es una disciplina que se encarga de la planificación, ejecución y control de proyectos, asegurando que se cumplan los objetivos definidos en términos de tiempo, costo y calidad" (Project Management Institute, 2023).

3.4.1. Identificación de Recursos Humanos

La estructura del equipo humano es vital para el correcto funcionamiento del restaurante. Se propone la siguiente organización (Ver Cuadro # 4):

- Cocinero Principal Administrador: Encargado de la creación y supervisión del menú, así como del control de calidad en la cocina y el restaurante
- Asistente de cocina y servicios (polifuncional): Cocineros y ayudantes, responsables de la preparación de ceviches y otros platillos. Se buscará personal con experiencia en cocina de mariscos. Además, se encargarán de los cobros en la caja y lavado de la vajilla durante la atención.

- Polifuncional asistente auxiliar de servicios generales: Personal encargado del mantenimiento del local, mesas, basura en su lugar, lavado de platos y apoyo a los cocineros en todo lo relacionado con limpieza, asegurando un ambiente higiénico.

Hay que tener en cuenta que la capacitación del personal será fundamental para asegurar que todos comprendan la importancia de la atención al cliente y la calidad del producto.

Cuadro # 4: Cálculo preliminar de Roles de pago Nomina Ceviche Lab.

ÁREAS	Cargo	No. De Colaboradores	Sueldo	13ero	14to SBU /12 \$ 470,00/12	Fondos de Reserva (8.33%)	Vacaciones (24)	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL ROL DE PAGOS
Cocina	COCINERO PRINCIPAL / ADMINISTRADOR	1	476,49	39,71	39,17	39,69	19,85	57,89	672,80
Cocina	ASISTENTE DE SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS / POLIFUNCIONAL	1	475,08	39,59	39,17	39,57	19,80	57,72	670,93
Cocina	ASISTENTE DE SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS POLIFUNCIONAL	1	475,08	39,59	39,17	39,57	19,80	57,72	670,93
Servicios Generales	POLIFUNCIONAL/ ASISTENTE / AYUDANTE / AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	1	470,04	39,17	39,17	39,15	19,59	57,11	664,23
TOTAL		6	2.871,77	239,31	235,00	239,22	119,66	348,92	2.678,89

Fuente: Elaboración Propia

3.4.2. Identificación de Recursos Materiales.

Los recursos materiales son esenciales para el funcionamiento del restaurante. Se requiere:

- Equipamiento de Cocina:
- Mesas de trabajo de acero inoxidable, que son fáciles de limpiar y resistentes.
- Refrigeradores y congeladores para la conservación de mariscos y otros ingredientes.
- Utensilios de cocina (cuchillos, tablas de cortar, recipientes) de alta calidad para asegurar la seguridad alimentaria.
- Equipos de cocción (cocinas, freidoras) eficientes que minimicen el consumo energético.
- Mobiliario:
- Mesas y sillas para el área de comedor, que deben ser cómodas y estéticamente agradables.

- Elementos decorativos que reflejen la identidad del restaurante y la cultura ecuatoriana.
- Tecnología:
 - Sistema de punto de venta (POS) para el registro de ventas, que debe ser fácil de usar y permitir la integración con otros sistemas de gestión.
 - Software de gestión para el control de inventarios, reservas y la administración de la relación con los clientes (CRM).

Según Pérez (2022), "la inversión en equipamiento adecuado es fundamental para garantizar la eficiencia operativa y la calidad del servicio", lo que refuerza la necesidad de seleccionar cuidadosamente cada uno de los recursos materiales. (Ver Cuadro # 5)

Cuadro # 5: Recursos Materiales y activos

Cant.	Nombre	Area	Valor Unitario	Valor Total
1	Compra menaje cevicheria Costa Marinera	COCINA	6.449,11	6.449,11
15	juegos de platos, vasos, cubiertos	COCINA	144,00	2.160,00
15	basculas electronicas	COCINA	29,00	435,00
1	Computador	CAJA	650,00	650,00
1	Silla	CAJA	50,00	50,00
2	Datafast	CAJA	160,00	320,00
1	Sistema de facturación al peso	CAJA	1.800,00	1.800,00
10	Juego de mesas con sillas 70x70 y 90x60	RESTAURANTE	132,00	1.320,00
1	Decoración	RESTAURANTE	7.161,00	7.161,00
1	Computador	OFICINA	650,00	650,00
1	impresora	OFICINA	350,00	350,00
1	imprevistos	OFICINA	2.134,51	2.134,51
TOTAL				23.479,62

Fuente: Elaboración Propia

Nota: compraremos menaje usado en excelente estado de la Cevichería Costa Marinera en 6.45K ya que no ofertaremos por las mesas, sillas y otros equipos que no requerimos, lo que bajaría los costos de implementación.

La decoración de “Ceviche Lab” debe crear un ambiente cálido y sofisticado que refleje la frescura de sus productos y la cultura ecuatoriana, utilizando tonos de azul, verde y naranja. Con estos

pasos, se logrará una experiencia gastronómica inolvidable. (Ver Cuadro # 6)

Cuadro # 6: Cuadro de Resumen de costos estimados para decoración.

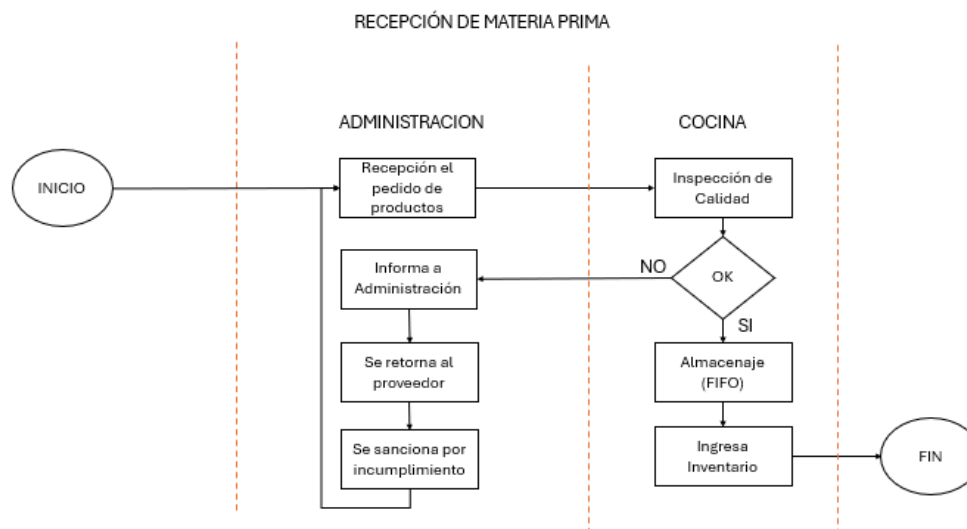
Resumen de Costes Estimados Decoración	
Elemento	Costo Estimado promedio
Consultoría de diseño interior	\$ 800,00
Pintura y acabados	\$ 610,00
Mobiliario	\$ 2.800,00
Iluminación	\$ 600,00
Elementos decorativos	\$ 1.000,00
Detalles de la experiencia	\$ 300,00
Transporte e instalación	\$ 400,00
Subtotal	\$ 6.510,00
Contingencia (10%)	\$ 651,00
Total Estimado	\$ 7.161,00

Fuente: Elaboración Propia.

3.5. Proceso Productivo

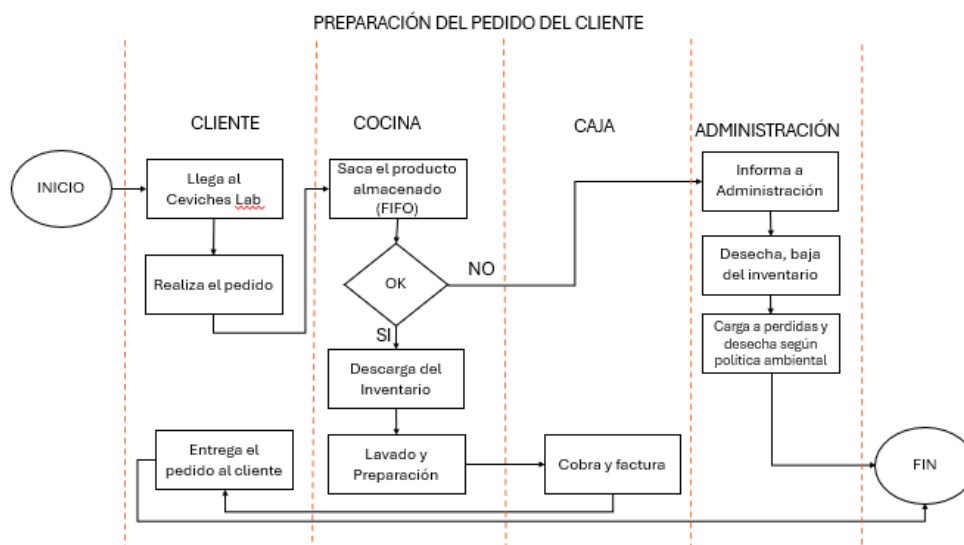
Básicamente es como transformamos un producto el algo para vender, para esto tenemos varias etapas dentro de las principales podemos citar las siguientes:

1. Compra y Recepción de Insumos: Trataremos de que todos los ingredientes sean frescos, especialmente mariscos, los recibiremos diariamente y llevaremos el control. Este debe ser riguroso para que los ingredientes sean frescos y conserven su sabor y sean saludables. (Ver Figura # 23).

Figura # 23: Flujo de procesos de Compra de materia prima

Fuente: Elaboración propia.

2. Almacenamiento: Guardaremos los ingredientes en congeladores usando método FIFO
3. Preparación: La cocina se organizará en estaciones para la preparación de ceviches, salsas y acompañantes. La preparación debe realizarse en un ambiente controlado, siguiendo las normas de higiene y manipulación de alimentos. (Ver Figura # 24)

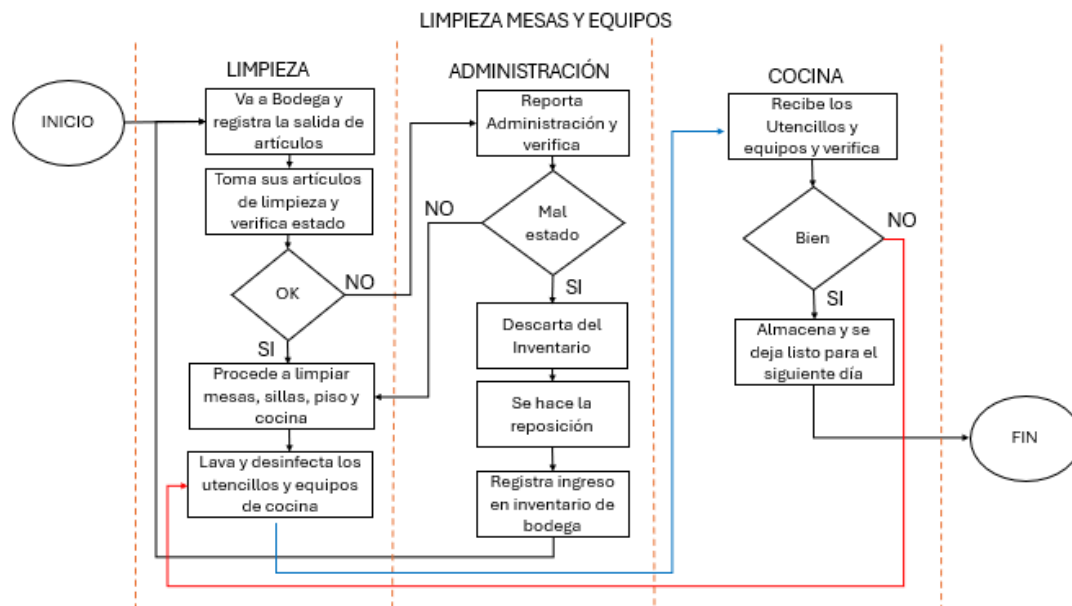
Figura # 24: Flujo de proceso de preparación de pedido de cliente.

Fuente: Elaboración Propia

4. Servicio: El Cliente va avanzando y va preparando su comida a su gusto con los ingredientes y el peso que desee.

5. Limpieza y Mantenimiento: Se tendrá un procedimiento para limpieza que garantice la higiene en la cocina y el área de servicio. (Ver Figura # 25)

Figura # 25: Limpieza de mesas y equipos



Fuente elaboración Propia.

3.6. La Casa de la Calidad

"La casa de la calidad es una herramienta que permite asegurar que lo que haces importa para quien lo va a usar. También puede definir y priorizar las necesidades del cliente.

En nuestra casa de la calidad mediremos:

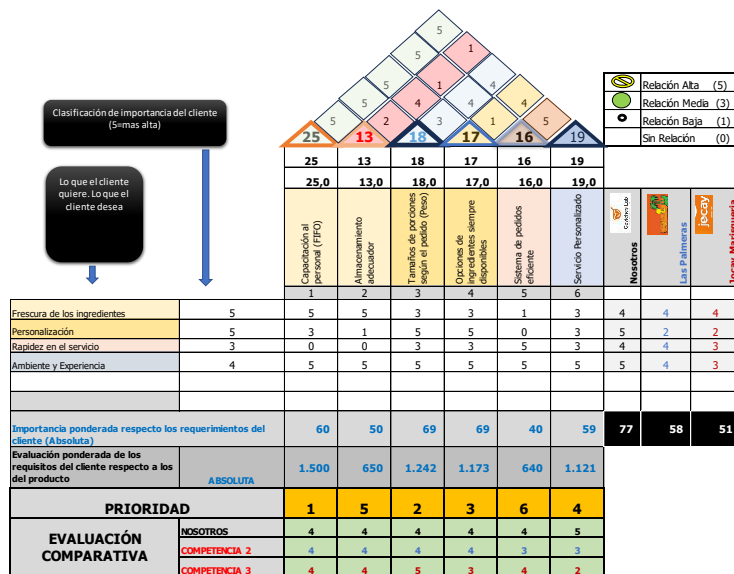
- Frescura de los Ingredientes.
- Personalización.
- Rapidez en el Servicio
- Ambiente y Experiencia.

Esto permitirá adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y mejorar la satisfacción

general. (Ver Figura # 26)

Figura # 26: Casa de la Calidad Ceviche Lab.

Casa de la Calidad Ceviche Lab.



Fuente: Elaboración Propia.

Con estos resultados nos enfocaremos en 3 puntos principales que son: 1. Capacitación al personal (FIFO), 2. Mantener el Peso Correcto Según las Porciones y Deseos del Cliente y 3. Mantener Siempre la Disponibilidad de Ingredientes Frescos y de Primera Calidad.

Estrategias Claves para Cumplir con la Demanda de Clientes en “Ceviche Lab”

1. Capacitación al Personal (FIFO, Almacenamiento y Manejo de Productos, frecuencia trimestral completa y semanal con charlas de recordación)

Estrategia 1: Programa de Capacitación Continua

Estrategia 2: Protocolos de Almacenamiento Estandarizados

Estrategia 3: Auditorías Internas y Retroalimentación

2. Mantener el Peso Correcto Según las Porciones y Deseos del Cliente

Estrategia 1: Balanzas Digitales y Herramientas de Medición

Estrategia 2: Capacitación en Técnicas de Porcionado

Estrategia 3: Feedback del Cliente

3. Mantener Siempre la Disponibilidad de Ingredientes Frescos y de Primera Calidad

Estrategia 1: Relación con Proveedores Locales

Estrategia 2: Planificación de Inventario y Compras

Estrategia 3: Almacenamiento y Conservación Eficiente

4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1. Direccionamiento Estratégico

El direccionamiento estratégico es fundamental para el éxito de cualquier negocio, nos ayuda a a saber hacia dónde vamos y como llegar ahí, establecer el rumbo y las metas. Este enfoque no solo proporciona claridad en la toma de decisiones, sino que también alinea a todo el equipo hacia un objetivo común.

4.1.1. Misión, Visión y Valores

Misión:

"En Ceviches Lab, nos apasiona hacer ceviches frescos y deliciosos que cualquiera puede hacer a su manera, queremos que te sientas como es casa, en un lugar cálido, donde tu decides los sabores y cada bocado te deja con ganas de volver por más "

Visión:

"Queremos ser el lugar que todos en Quito piensen cuando quieran un ceviche increíble. Soñamos con ser lo numero uno mientras cuidamos el planeta y hacemos que cada visita sea especial y diferente. "

Valores:

- Frescura: Solo usamos lo mejor.

- Creatividad: Nos encanta que juegues con los sabores y que cada ceviche tenga tu toque.
- Sostenibilidad: Nos importa el futuro, buscamos hacer las cosas bien, cuidando el ambiente.
- Compromiso: Estamos aquí para que salgas feliz, con nuestro servicio que te haga sentir bienvenido siempre.

4.1.2. Logotipo, Slogan

Logotipo: (Ver Figura # 27)

El diseño del logo de Ceviches Lab, tiene mucho que contar con solo verlo, combina las tenazas de un cangrejo, unas hojas frescas y la silueta de un bowl además tiene un mazo como un matraz de laboratorio lo que te da la idea de que puedes experimentar con los ingredientes. varios conceptos clave:

1. Frescura y Naturalidad: Las hojas frescas nos hacen ver los ingredientes naturales, saludables, frescos y de calidad.
2. Creatividad y Originalidad: Habla de como la cocina juega con ideas nuevas haciendo de cada ceviche algo nuevo y único.
3. Experiencia Gastronómica: El bowl con la cuchara te invitan a mezclar los ingredientes como tu desees, y formar así un plato para disfrutarlo. Es como si el logo te estuviera sirviendo un ceviche.
4. Identidad Visual Atractiva: Los colores tomate y blanco no pasan desapercibidos, son vivos, te abren el apetito y hacen que quieras saber que hay detrás del menú, Para nosotros el anzuelo visual que te invita a entrar.

Figura # 27: Logotipo



Fuente: Elaboración propia

EL Logo captura lo que es Ceviches Lab: un lugar donde la frescura, la creatividad y el placer de comer se juntan para enganchar a cualquiera que busca algo más que comida.

Slogan: (Ver Figura # 28)

Y luego está el slogan "Conviértete en el autor de tu comida" esta frase tiene su magia y dice mucho:

1. Personalización y Experiencia Única: Te está invitando a que hagas el ceviche a tu manera, como si fueras el chef. Esto hace que cada visita sea especial, porque tú decides como sabe tu plato hoy.
2. Empoderamiento del Cliente: Llamarte “autor” no es poca cosa, te da el poder de elegir y sentir que es tuyo. Es una conexión especial que no encuentras en cualquier restaurante.
3. Creatividad y Diversión: Hay algo divertido en esto de mezclar ingredientes y probar combinaciones locas, te empuja a soltar la imaginación y pasarla bien mientras comes.
4. Identidad de Marca: Con esas palabras, se planta como un sitio diferente accesible, donde la comida es más que una comida: es algo que tú creas.
5. Recuerdos y Fidelidad: Cuando tú haces tu propio ceviche, te llevas un recuerdo. Esas experiencias siempre quedaran contigo, las cuentas a tus amigos, y sin darte cuenta ya estas pensando en volver para probar algo nuevo.

Figura # 28: Slogan

Ceviches Lab

CONVIÉRTETE EN EL AUTOR DE TU COMIDA.

Fuente: Elaboración propia

Esto crea una identidad de marca que se asocia con la originalidad y la experimentación. (Ver Figura # 29)

Figura # 29: Logotipo y Slogan



Fuente: Elaboración Propia

Los colores de Marca para su manejo serán los siguientes y así quedaría el rótulo (Ver Figura # 30)

Figura # 30: Paleta de Colores y Rótulo

Paleta de colores



Rótulo



Fuente: Elaboración Propia

4.2. Análisis FODA

El análisis FODA te ayuda a poner las cartas sobre la mesa, saber donde eres fuerte, donde puedes crecer, que te esta frenando y que podría complicarte.

Fortalezas:

- Personalización: Aquí los clientes no solo comen, sino que también arman su ceviche como quieren, eso no encuentras en cualquier lado y hace que venir sea algo especial. Con esto, vamos a hacer con esto, campañas que muestren lo genial que es personalizar tu ceviche, que la gente vea y sienta que ellos aquí mandan en la cocina.

Oportunidades:

- Crecimiento del Turismo: Quito recibe cada día mas turistas que quieren una experiencia nueva y probar cosas nuevas, esto es oro para nosotros. Para aprovecharlo, podemos hacer convenios con agencias de turismo ofreciendo promociones que hagan que los turistas no se vayan sin probar lo nuestro a su manera.

Debilidades:

- Falta de Reconocimiento de Marca Inicial: Somos nuevos y aun no nos conocen, Construir una clientela fiel va a tomar su tiempo. Para esto, armaremos un programa de fidelización para que los que vengan, se queden y hablen de nosotros.

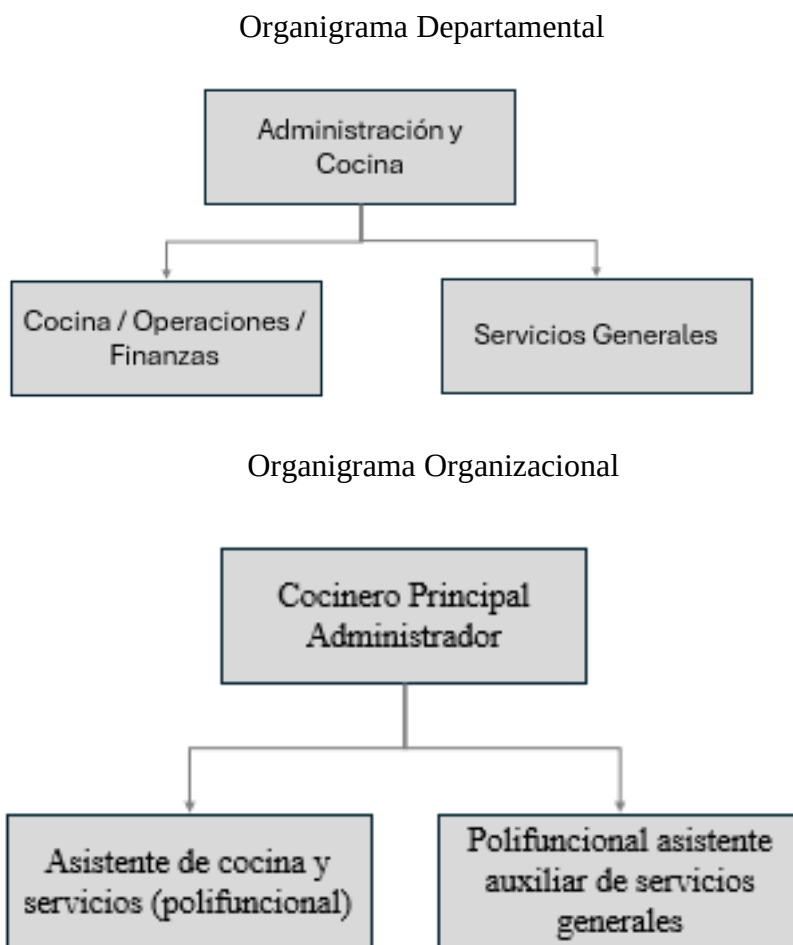
Amenazas:

- Competencia Establecida: Restaurantes con clientela fija y no va a ser fácil quitarles el puesto. Para esto nuestros ingredientes y la posibilidad de mezclarlos y pesarlos serán nuestra carta para ganar.

4.3. Estructura Organizacional y Funcional

Una estructura organizacional bien definida es vital para el funcionamiento eficiente de un restaurante. Cada puesto tiene un papel específico que contribuye al éxito global del establecimiento. En “Ceviche Lab”, hemos diseñado una estructura que facilita la comunicación, la colaboración y el servicio excepcional al cliente. (Ver Figura # 31)

Figura # 31: Organigrama Departamental y Organizacional



Fuente: Elaboración Propia

- Cocinero Principal Administrador: Encargado de la creación y supervisión del menú, así como del control de calidad en la cocina y el restaurante
- Asistente de cocina y servicios (polifuncional): Cocineros y ayudantes, responsables de la

preparación de ceviches y otros platillos. Se buscará personal con experiencia en cocina de mariscos. Además, se encargarán de los cobros en la caja y lavado de la vajilla durante la atención.

- Polifuncional asistente auxiliar de servicios generales: Personal encargado del mantenimiento del local, mesas, basura en su lugar, lavado de platos y apoyo a los cocineros en todo lo relacionado con limpieza, asegurando un ambiente higiénico.

4.4. Estudio Legal

El cumplimiento de las normativas legales y la obtención de los permisos necesarios son aspectos fundamentales para la operación exitosa de cualquier restaurante. En “Ceviche Lab”, nos comprometemos a seguir todos los requisitos legales para garantizar una operación responsable y sostenible.

4.4.1. Tipo de empresa de acuerdo con el aspecto legal

“Ceviches Lab” se registrará como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL). Este tipo de estructura legal limita la responsabilidad de los socios y facilita la gestión administrativa del negocio. Ceviches Lab pertenecerá al sector terciario de la economía y se considera una pequeña empresa.

4.4.2. Permisos necesarios

Para operar legalmente, “Ceviches Lab” debe obtener una serie de permisos y licencias:

1. Licencia Municipal de Funcionamiento (LUAE):

- Trámite: Solicitar en la municipalidad correspondiente.
- Costo: Aproximadamente \$21.89, dependiendo de la localidad.
- Requisitos: Documentación del establecimiento, plano del local y cumplimiento de normativas de seguridad.

2. Registro Sanitario:

- Trámite: Solicitar a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

- Costo: \$50.

- Requisitos: Certificados de higiene, análisis de agua y calidad de ingredientes.

3. Permiso de Funcionamiento de Bomberos:

- Trámite: Solicitar en la entidad de bomberos local.

- Costo: se encuentra dentro del trámite de LUAE.

- Requisitos: Inspección del local para verificar medidas de seguridad. Se requiere un plan de emergencia y señalización adecuada. Para la inspección, se debe tener un extintor de incendios, salidas de emergencia claramente señalizadas y un plan de evacuación visible.

4. Registro de Marca (Se lo obtendrá posteriormente):

- Trámite: Registrar la marca ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI).

- Costo: Aproximadamente \$100.

- Requisitos: Documentación que respalde la creación de la marca.

5. Patente:

- Trámite: Solicitar la patente de funcionamiento en la municipalidad.

- Costo: Varía según la localidad. (\$30 aprox.)

- Requisitos: Documentación de la empresa y cumplimiento de normativas fiscales.

6. Registro Para obtención de RUC en el SRI (Servicio de Rentas Internas):

- Trámite: Realizar el registro ante el Servicio de Rentas para obtener el RUC (Registro Único de Contribuyente).

- Costo: Gratis.

- Requisitos: Cumplimiento de normativas

7. Licencia Ambiental:

- Trámite: Solicitar a la Secretaría del Ambiente de la localidad.
- Costo: entre \$50 y \$1,000.
- Requisitos: Estudio ambiental.

4.5. Estudio Ambiental

"Un estudio ambiental permite evaluar las implicaciones que un proyecto puede tener sobre el medio ambiente" (Ministerio del Ambiente, 2023).

4.5.1. Licencias Ambientales

El Permiso Ambiental de Funcionamiento es esencial para garantizar que las operaciones de “Ceviches Lab” se alineen con las normativas ambientales locales.

El estudio ambiental de “Ceviche Lab” tiene como objetivo evaluar el impacto en el entorno y establecer prácticas para disminuir este impacto.

4.5.2. Alineación del proyecto con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible)

“Ceviches Lab” no solo quiere hacer ceviches ricos, sino queremos dejar huella positiva. Aquí nuestra alineación:

ODS 1: Fin de la Pobreza

- Descripción: Objetivo super ambicioso, busca erradicar la pobreza en todas partes, asegurando que nadie se queda atrás y que todos tengan acceso a lo básico para vivir bien.s
- Metas Relacionadas:
 - Meta 1.1: Erradicar la pobreza extrema para todas las personas en el mundo, actualmente medida como las personas que viven con menos de 1,25 dólares al día.

Acciones a Implementar:

- Capacitación: Vamos a buscar talento entre personas vulnerables que hayan pasado por programas de cocina o servicios en ONG's y los vamos a incluir en nuestros procesos de selección para darles una oportunidad real.

- Empleo: Ofrecemos trabajos con salarios justos y todos los beneficios que manda la ley. Porque creemos que un buen empleo puede cambiar vidas.

- Meta 1.4: Que todos tengan acceso igual a recursos y servicios básicos.

Acciones a Implementar:

- Oportunidades Locales: Queremos contratar gente de la comunidad darles capacitación y ayudarles a crecer económicamente.

- Programa de Inclusión: Tendremos políticas que abran la puerta a la diversidad para que nuestro equipo refleje lo variado que es el mundo. Dependerá del talento de cada persona.

ODS 12: Producción y Consumo Responsables

Descripción: Hacer las cosas de forma sostenible, cuidando lo que usamos y como lo usamos.

- Meta 12.3: Cortar a la mitad el desperdicio de comida por persona en el mundo..

Acciones a Implementar:

- Sistema de Gestión de Residuos: Pondremos un sistema para separar lo que sobra.

- Control de Inventario: Comprar solo lo que se necesita.

- Porciones Ajustadas: son personalizados para que nadie deje comida en el plato.

- Capacitación del Personal: Enseñar trucos para no desperdiciar el alimento y aprovecharlo al máximo.

- Meta 12.5: Reducir los residuos en serio y rápido.

Acciones a Implementar:

- Fomentar la Separación de Residuos: Sistema para separar la basura en el restaurante
- Uso de Productos Reciclables: Vamos a usar envases y materiales biodegradables y reciclables.
- Concienciación entre Clientes: Sumar gente, les contaremos en redes sociales porque es importante reducir el desperdicio.

ODS 13: Acción por el Clima

Descripción: Entender y actuar frente al cambio climático, desde como enseñamos a como afrontamos.

- Meta 13.2: Integrar medidas relacionadas con el cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.

Acciones a Implementar:

- Prácticas de Sostenibilidad: Uso de envases biodegradables y buscaremos que la cocina gaste menos energía.
- Auditorías Energéticas: Revisaremos como usamos la energía periódicamente para ver donde podemos mejorar.
- Capacitación Continua: Hablaremos con el equipo sobre cambio climático y como podemos ayudar desde nuestro rincón.

- Meta 13.3: Hacer que todos entiendan y se involucren con el tema del clima

Acciones a Implementar:

- Talleres Educativos: Charlas sostenibles para el equipo y la comunidad. Saber es el primer paso.
- Publicaciones en Redes Sociales: Compartiremos tips e ideas sobre como vivir mas sostenible, para que todos se enteren.
- Campañas de Sensibilización: Colocaremos mensajes para que los clientes consuman con cabeza y entiendan como esto ayuda al planeta.

Implementar los ODS no solo hace que nos veamos bien, sino que ayudemos de verdad, nos da un lugar especial en el juego.

En resumen , “Ceviches Lab” no se trata solo de servir ceviches espectaculares, Queremos hacerlo bien, respetando las leyes cuidando el ambiente y ofreciendo algo único, que puedes mezclarlo a tu gusto y con ingredientes frescos. Queremos crear momentos que la gente no olvide.

5. CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversión Inicial

La inversión inicial es el dinero que se pone de entrada para arrancar un proyecto o un negocio, es lo que se necesita para que empiece a girar la rueda.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2021), realizar este tipo de análisis permite a los emprendedores identificar áreas de riesgo y preparar estrategias de mitigación. (Ver Cuadro # 7)

Cuadro # 7: Detalle de Inversión

Detalle	Valores
1.1 Inversión en activos fijos	20.195,11
1.2 Inversión en Intangibles	501,89
1.3 Capital de trabajo	25.743,25
(=) Total Inversión	46.440,25
(-) Financiamiento	32.508,17
(=) Inversión Neta	13.932,07

Fuente elaboración Propia.

Nuestra inversión Inicial será de \$13.932,07 tomando en cuenta que la inversión en activos es de \$20.195,11, en intangibles será \$501,89 con un Capital de trabajo de \$25.743,25 y un financiamiento de \$ 32.508,17

5.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el dinero que se tiene a la mano para mantener el negocio rodando día a día, es el combustible que necesitas para pagar las cosas que no esperas, como sueldos, ingredientes, etc... hasta que el negocio empiece a marchar y generar por si solo. Un análisis del capital de trabajo debe considerar:

- Inventarios.
- Cuentas por cobrar.
- Cuentas por pagar.

Según la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV, 2022), un análisis minucioso del capital de trabajo puede ayudar a anticipar problemas de liquidez y a implementar estrategias adecuadas para mantener un equilibrio financiero. (Ver Cuadro # 8)

Cuadro # 8: Capital de trabajo

Detalle	Valor mensual
Costos	6.375,93
Gastos Adm y Ventas	2.205,15
Total costo y gastos (mensuales)	8.581,08
Total Capital de trabajo previsto	25.743,25

Fuente elaboración Propia.

Aquí podemos ver con \$ 24.743,25 dólares como capital de trabajo podremos operar aproximadamente 3 meses antes de necesitar más financiamiento.

5.3. Identificación de Ingresos

Identificar y proyectar ingresos es rastrear y apuntar todo el dinero que genera con lo que se ofrece, hay que entender que te esta dando ganancia y cuanto aporta cada cosa. Algunos puntos para considerar:

- Productos y servicios.
- Diversificación de ingresos.
- Estacionalidad y tendencias del mercado.

Según el Banco Mundial (2023), la identificación precisa de ingresos, junto con la comprensión de las tendencias del mercado, es esencial para el desarrollo de un modelo de negocio sostenible.

(Ver Cuadro # 9)

Cuadro # 9: Proyectado de Ingresos

# Item	Detalle Producto / Servicio	Cantidad	P. Unitario	Proyección Mensual	Proyección Anual
1	Ceviche de Camarón	314	8,50	2.332,64	27.991,66
2	Ceviche de pescado	274	8,50	1.057,46	12.689,55
3	Ceviche Mixto	124	8,50	2.830,27	33.963,21
4	Ceviche de Champiñon	333	6,50	407,72	4.892,66
5	Ceviche de Hongos Ostra	63	8,50	319,90	3.838,86
6	Ceviche Chochos	38	6,50	693,13	8.317,52
7	Ceviche Palmito	107	6,50	693,13	8.317,52
8	Bebida 300 ml (30%)	314	1,50	470,45	5.645,38
9	Bebida 500 ml (60%)	627	2,00	1.254,53	15.054,34
10	Bebida 1000 ml (10%)	105	3,00	313,63	3.763,58
	Total ingresos ingresos proyectados			10.372,86	124.474,27

Fuente elaboración Propia.

Según nuestras proyecciones de ventas tendremos un ingreso de \$10.372,86 mensuales, dando un valor de \$ 124.474,27 anual.

5.4. Costos y Gastos Administrativos

Los costos y gastos administrativos es todo el dinero que se necesita desembolsar para que el negocio funcione, pero que no está ligado directamente a hacer ceviches. Estos pueden incluir:

- Sueldos y salarios.
- Gastos generales.
- Marketing y publicidad.

El Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP, 2022) destaca que una gestión eficiente de estos costos puede mejorar la rentabilidad a largo plazo de la empresa. (Ver Cuadro # 10 y 11)

Cuadro # 10: Proyectado de Costos

# Item	Detalle Productos y/o servicios	Materiales	Mano de obra	Indirectos	Total costo	Cantidad	Proyectado Costo Mensual	Proyectado Costo Anual
1	Ceviche de Camarón	3,70	1,93	-	5,62	274,43	1.543,18	18.518,15
2	Ceviche de pescado	4,74	1,93	-	6,66	124,41	828,98	9.947,78
3	Ceviche Mixto	4,22	1,93	-	6,14	332,97	2.045,57	24.546,82
4	Ceviche de Champiñón	1,89	1,93	-	3,82	62,73	239,71	2.876,54
5	Ceviche de Hongos Ostra	3,14	1,93	-	5,07	37,64	190,66	2.287,87
6	Ceviche Chochos	2,02	1,93	-	3,94	106,63	420,47	5.045,60
7	Ceviche Palmito	1,93	1,93	-	3,86	106,63	411,11	4.933,31
8	Bebida 300 ml (30%)	0,49	-	-	0,49	313,63	153,68	1.844,16
9	Bebida 500 ml (60%)	0,69	-	-	0,69	627,26	432,81	5.193,75
10	Bebida 1000 ml (10%)	1,05	-	-	1,05	104,54	109,77	1.317,25
	Costo Total						6.375,93	76.511,22

Fuente elaboración Propia.

El costo mayor en materia prima es para la elaboración del ceviche de pescado con \$6.66 dólares por platillo vs. \$3.82 dólares del ceviche de Champiñón.

Cuadro # 11: Proyectado de Gastos Administrativos y ventas.

Gastos de administración y ventas.			
Item	Rubro	V Mensual	Anual
1	arriendo	\$ 800,00	\$ 9.600,00
2	Sueldo	\$ 664,23	\$ 7.970,71
3	Mantenimiento	\$ 95,00	\$ 1.140,00
4	Servicios Básico	\$ 300,00	\$ 3.600,00
5	Seguros	\$ 50,00	\$ 600,00
6	Tasas	\$ -	\$ -
7	Asistente Contable	\$ 70,00	\$ 840,00
8	Internet	\$ 35,00	\$ 420,00
15	Imprevistos (10%)	\$ 190,92	\$ 2.291,07
	Totales	\$ 2.205,15	\$ 26.461,78

Fuente elaboración Propia.

El arriendo corresponde al 36% del gasto seguido de los sueldos y salarios con un 30% que corresponde al 66% del total del gasto.

5.5. Financiamiento

El financiamiento es crucial para cubrir tanto la inversión inicial como el capital de trabajo. Las principales fuentes de financiamiento incluyen:

- Capital propio: Inversión realizada por los fundadores o socios del negocio. Este tipo de financiamiento no implica deudas, pero puede diluir la propiedad.
 - Préstamos bancarios: Una opción común para obtener recursos. Es esencial comparar tasas de interés y plazos, así como entender los requisitos de colateral.
 - Inversores externos: Buscar capital a través de inversores ángeles o capital de riesgo. Estos inversores pueden aportar no solo capital, sino también experiencia y conexiones en la industria.
- Según la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP, 2023), es vital evaluar las condiciones de cada fuente de financiamiento, ya que esto impactará en los costos de capital y en la rentabilidad del proyecto. (Ver Cuadro # 12)

Cuadro # 12: Financiamiento

Financiamiento						
Monto a financiar:	27.864,15					
Tasa:	17%					
Nro. Años (Máximo 5 años)	4					
Total periodos	48					
Periodos de gracia	0					
Total periodos a amortizar	48					
Valor dividendo	\$ 804,02					
Valor Intereses	10.728,87					

Detalle de la amortización						
Concepto	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Totales
Pago Capital	5.312,69	6.289,64	7.446,26	8.815,56	-	27.864,15
Pago Interes	4.335,57	3.358,61	2.202,00	832,69	0,00	10.728,87
Dividendo	9.648,25	9.648,25	9.648,25	9.648,25	0,00	38.593,02

Fuente elaboración Propia.

Se puede determinar que el financiamiento es por un valor de \$27.864,15 dólares a 4 años plazo (48 meses) con una tasa de 17% anual. Se opto por una tabla de amortización Francesa (Véase anexo # 1) para tener un dividendo fijo de \$804,02 dólares mensuales.

5.6. Flujo de Caja

El flujo de caja muestra cuánto dinero entra y cuánto sale en un determinado tiempo. Debe incluir:

- Flujos de efectivo entrantes.

- Flujos de efectivo salientes.

La Asociación Mexicana de Instituciones Bursátiles (AMIB, 2022) menciona que un flujo de caja positivo es esencial para la sostenibilidad del negocio, permitiendo a la empresa cumplir con sus obligaciones y reinvertir en su crecimiento. (Ver cuadro 13)

Cuadro # 13 Flujo de caja

Flujo de caja								
Concepto	(+/-)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Totales
Ingresos	+		124.474,27	124.488,50	124.488,50	124.488,50	124.488,50	622.428,27
Costo de Venta	-		76.511,22	76.493,32	76.493,32	76.493,32	76.493,32	382.484,50
Gastos de Administración y Ventas	-		26.461,78	26.461,78	26.461,78	26.461,78	26.461,78	132.308,91
Depreciaciones y amortizaciones	-		1.697,40	1.697,40	1.697,40	824,07	824,07	6.740,33
Gastos financieros	-		4.335,57	3.358,61	2.202,00	832,69	0,00	10.728,87
Impuestos - Utilidades	-		5.212,82	5.552,88	5.942,66	6.698,43	6.979,05	30.385,83
Ganancias netas	=		10.255,48	10.924,51	11.691,34	13.178,21	13.730,29	59.779,84
Depreciaciones y amortizaciones	+		1.697,40	1.697,40	1.697,40	824,07	824,07	6.740,33
Costos de inversión	-	46.440,25						46.440,25
Préstamo	+	27.864,15	-	-	-	-	-	27.864,15
Pago de capital	-		5.312,69	6.289,64	7.446,26	8.815,56	-	27.864,15
Recuperación del capital de trabajo	+		-	-	-	-	25.743,25	25.743,25
Valor de liquidación de activos	+		-	-	-	-	-	-
Flujo de caja Neto	=	(18.576,10)	6.640,20	6.332,26	5.942,49	5.186,72	40.297,60	45.823,17
Flujo de caja acumulado	=	(18.576,10)	(11.935,90)	(5.603,64)	338,85	5.525,56	45.823,17	

Fuente elaboración Propia.

A partir del Año 1, el flujo de caja neto se vuelve positivo, alcanzando un total de \$59,779.84 en ganancias netas lo que corresponde al 9.60% de los ingresos totales. Esto demuestra que el proyecto está generando beneficios y recuperando gradualmente la inversión inicial. También se puede ver que la recuperación de capital será en el tercer año, además tendremos un crecimiento significativo en el cuarto y quinto año debido a la recuperación del capital de trabajo.

5.7. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

El análisis financiero se centra en dos métricas clave: el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR):

- Valor Actual Neto (VAN): Se calcula descontando todos los flujos de efectivo futuros esperados a su valor presente y restando la inversión inicial. Un VAN positivo indica que el proyecto es rentable y creará valor para los accionistas (IIF, 2023).

- Tasa Interna de Retorno (TIR): Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. Una TIR que supere el costo de capital sugiere que el proyecto es atractivo y debería ser considerado para su implementación. (Ver Cuadro # 14)

Cuadro # 14: Tasa de descuento, VAN y TIR

Tasa de descuento =	12%
VAN =	\$ 22.792,63
TIR =	40,96%

Fuente elaboración Propia.

El VAN te dice si el negocio vale la pena en términos de plata trayendo los flujos a valor presente.

Con un Van de \$22.792,63 el proyecto es financieramente viable, generando un retorno positivo.

El TIR es el porcentaje que muestra cuando rinde tu inversión, como si fuera el interés que te paga el negocio. Con un TIR del 40.96% mayor a la tasa de descuento del 12% indica una alta rentabilidad y un buen retorno.

5.8. Costo Beneficio

El análisis de costo-beneficio es como poner en una balanza lo que gastas y lo que ganas para ver si el esfuerzo vale la pena. Este análisis puede estructurarse de la siguiente manera:

- Identificación de costos.
- Estimación de beneficios.

- Comparación.

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2023), “un análisis de costo-beneficio bien estructurado no solo ayuda a los inversores a tomar decisiones informadas, sino que también puede ser un requisito para la obtención de financiamiento en muchos casos”.

(Ver Cuadro # 15)

Cuadro # 15: Costo Beneficio

COSTO BENEFICIO =	\$ 2,23
--------------------------	----------------

Fuente elaboración Propia.

Si el Costo beneficio es mayor a 1 significa que los beneficios superan los costos, en este caso, por cada dólar invertido se espera \$ 2.23 dólares en beneficios. Mas información disponible en el Estado de Resultados Proyectado (Ver Anexo # 2) y Balance General (Ver Anexo # 3).

Conclusiones:

"Ceviche Lab" es un proyecto emocionante que llega a Iñaquito justo cuando la gente busca comida sana y personalizada. Con ceviches frescos que cada cliente puede armarlos a su gusto creamos una conexión especial con quienes nos visitan. Es mas que comer, es disfrutar, y sentirte parte de algo. Los números dicen que podemos crecer y ganar bien, con un buen plan de marketing, vamos a atraer y fidelizar clientes en un mercado competitivo. El FODA nos da claridad que tenemos fortalezas y oportunidades y sabemos como manejar las debilidades y amenazas. En resumen, estamos listos para ser grandes,¡El futuro se ve brillante y lleno de posibilidades!

Recomendaciones

Estas son algunas recomendaciones clave para asegurar el éxito de "Ceviche Lab":

1. Enfoque en la Calidad de Ingrediente:

- Siempre usar ingredientes frescos y de primera calidad.

2. Personalización del Menú:

- Deja que el cliente elija todo e incluye mas opciones veganas y sin gluten.

3. Experiencia del Cliente

- Haz un lugar acogedor y entrena al equipo para que brille.

4. Marketing

- Aprovecha las redes sociales y colabora con influencers o gimnasios.

5. Sostenibilidad

- Usa empaques biodegradables y habla de ello con los clientes.

6. Retroalimentación

- Pide opiniones y haz degustaciones para ajustar.

7. Monitoreo de Tendencias

- Mira que pasa en el mercado y en la competencia.

8. Finanzas

- Controla costos y revisa proyecciones seguido.

9. Innovación

- Prueba sabores nuevos y haz eventos temáticos.

10. Construcción de Comunidad

- Métete en eventos locales y premia a los fieles.

Con esto, "Ceviche Lab" va a despegar y quedarse en la mente y el corazón de todos.

Citas y Bibliografía

- Martínez, J. (2021). El Ceviche: Historia y Variedades. Guayaquil: Ediciones Sabor.
- Pérez, L. (2023). Tendencias en Restaurantes: El Futuro de la Gastronomía. Quito: Editorial Gourmet.
- Publiirreportaje de La Tercera (Estudio revela preferencia por alimentos saludables a pesar de desafíos económicos - La Tercera), ese es uno de los datos del estudio global “Índice Tetra Pak 2023”
- EL COMERCIO Medio Digital. <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/quito-inaquito-basura-comerciantes-inseguridad-ventas-informales.html>)
- Cámara de Comercio de Quito. (2023). Informe sobre el consumo de alimentos en Quito. Quito: Cámara de Comercio.
- González, A. (2023). Estrategias de fidelización en el sector gastronómico: Un análisis contemporáneo. Revista de Marketing y Ventas.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). Estadísticas sobre la población y el consumo en Quito. Quito: INEC.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). Contabilidad de costos. McGraw-Hill Education.
- Economipedia. (2021). Proceso productivo. Recuperado de [\[https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html\]](https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html)
<https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>
- MindTools. (2022). What is the Quality Function Deployment (QFD)? Recuperado de [\[https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_89.htm\]](https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_89.htm)
[\(https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_89.htm\)](https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_89.htm)

- Project Management Institute. (2023). What is Project Management? Recuperado de [https://www.pmi.org/learning/library/what-is-project-management-8322] (<https://www.pmi.org/learning/library/what-is-project-management-8322>).
- Ministerio del Ambiente, Ecuador. (2023). Estudios de Impacto Ambiental. Recuperado de [www.ambiente.gob.ec](<http://www.ambiente.gob.ec>)
- https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/
Organización de las Naciones Unidas. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de [un.org] (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>)
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). (2023). Normativas de Registro Sanitario. Recuperado de [arcsa.gob.ec] (<https://www.arcsa.gob.ec>)
- Banco Mundial. (2023). Finanzas y Desarrollo. Recuperado de [https://www.bancomundial.org/es/publications] (<https://www.bancomundial.org/es/publications>)
- CEESP. (2022). Análisis de Costos en Empresas. Recuperado de [https://www.ceesp.org.mx] (<https://www.ceesp.org.mx>)
- CNBV. (2022). Guía sobre Capital de Trabajo. Recuperado de [https://www.cnbv.gob.mx] (<https://www.cnbv.gob.mx>)
- INEGI. (2021). Estadísticas sobre Inversión. Recuperado de [https://www.inegi.org.mx] (<https://www.inegi.org.mx>)
- IIF. (2023). Indicadores Financieros Globales. Recuperado de [https://www.iif.com] (<https://www.iif.com>)

- PNUD. (2023). Análisis de Costo-Beneficio en Proyectos. Recuperado de [https://www.undp.org] (<https://www.undp.org>)
- SHCP. (2023). Opciones de Financiamiento para Empresas. Recuperado de [https://www.gob.mx/shcp] (<https://www.gob.mx/shcp>)
- AMIB. (2022). Flujo de Caja y Sostenibilidad Empresarial. Recuperado de [https://www.amib.com.mx] (<https://www.amib.com.mx>)

Anexos:

Anexo # 1: Tabla de Amortización.

Tabla de amortización					
Nro. Cuota	C. Inicial	Interés	Capital	Dividendo	C. Final
0	27.864,15	-	-	-	27.864,15
1	27.864,15	394,74	409,28	804,02	27.454,87
2	27.454,87	388,94	415,08	804,02	27.039,79
3	27.039,79	383,06	420,96	804,02	26.618,84
4	26.618,84	377,10	426,92	804,02	26.191,92
5	26.191,92	371,05	432,97	804,02	25.758,95
6	25.758,95	364,92	439,10	804,02	25.319,84
7	25.319,84	358,70	445,32	804,02	24.874,52
8	24.874,52	352,39	451,63	804,02	24.422,89
9	24.422,89	345,99	458,03	804,02	23.964,86
10	23.964,86	339,50	464,52	804,02	23.500,34
11	23.500,34	332,92	471,10	804,02	23.029,24
12	23.029,24	326,25	477,77	804,02	22.551,46
13	22.551,46	319,48	484,54	804,02	22.066,92
14	22.066,92	312,61	491,41	804,02	21.575,52
15	21.575,52	305,65	498,37	804,02	21.077,15
16	21.077,15	298,59	505,43	804,02	20.571,72
17	20.571,72	291,43	512,59	804,02	20.059,13
18	20.059,13	284,17	519,85	804,02	19.539,28
19	19.539,28	276,81	527,21	804,02	19.012,07
20	19.012,07	269,34	534,68	804,02	18.477,38
21	18.477,38	261,76	542,26	804,02	17.935,12
22	17.935,12	254,08	549,94	804,02	17.385,18
23	17.385,18	246,29	557,73	804,02	16.827,45
24	16.827,45	238,39	565,63	804,02	16.261,82
25	16.261,82	230,38	573,65	804,02	15.688,18
26	15.688,18	222,25	581,77	804,02	15.106,40
27	15.106,40	214,01	590,01	804,02	14.516,39
28	14.516,39	205,65	598,37	804,02	13.918,02
29	13.918,02	197,17	606,85	804,02	13.311,17
30	13.311,17	188,57	615,45	804,02	12.695,72
31	12.695,72	179,86	624,17	804,02	12.071,56
32	12.071,56	171,01	633,01	804,02	11.438,55
33	11.438,55	162,05	641,98	804,02	10.796,57
34	10.796,57	152,95	651,07	804,02	10.145,50
35	10.145,50	143,73	660,29	804,02	9.485,21
36	9.485,21	134,37	669,65	804,02	8.815,56
37	8.815,56	124,89	679,13	804,02	8.136,43
38	8.136,43	115,27	688,76	804,02	7.447,67
39	7.447,67	105,51	698,51	804,02	6.749,16
40	6.749,16	95,61	708,41	804,02	6.040,75
41	6.040,75	85,58	718,44	804,02	5.322,31
42	5.322,31	75,40	728,62	804,02	4.593,69
43	4.593,69	65,08	738,94	804,02	3.854,74
44	3.854,74	54,61	749,41	804,02	3.105,33
45	3.105,33	43,99	760,03	804,02	2.345,30
46	2.345,30	33,23	770,80	804,02	1.574,51
47	1.574,51	22,31	781,72	804,02	792,79
48	792,79	11,23	792,79	804,02	0,00



1%20Plantilla%20ev
aluación%20financi

Fuente elaboración Propia.

Anexo # 2: Estado de Resultados Projectados.

Estado de Resultados Projectados						
DETALLE	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Totales
Ventas	124.474,27	124.488,50	124.488,50	124.488,50	124.488,50	622.428,27
(-) Costo de ventas / Insumos	76.511,22	76.493,32	76.493,32	76.493,32	76.493,32	382.484,50
(=) Utilidad Bruta en Ventas	47.963,05	47.995,18	47.995,18	47.995,18	47.995,18	239.943,77
(-) Gastos Administrativos y ventas	26.461,78	26.461,78	26.461,78	26.461,78	26.461,78	132.308,91
(-) Depreciaciones y amortizaciones	1.697,40	1.697,40	1.697,40	824,07	824,07	6.740,33
(-) Gastos Financieros	4.335,57	3.358,61	2.202,00	832,69	0,00	10.728,87
(=) Utilidad operativa	15.468,30	16.477,39	17.634,00	19.876,64	20.709,33	90.165,66
(-) 15% Participacion empleados	2.320,25	2.471,61	2.645,10	2.981,50	3.106,40	13.524,85
(=) Utilidad despues de utilidades	13.148,06	14.005,78	14.988,90	16.895,14	17.602,93	76.640,82
(-) Impuesto a la renta (*)	2.892,57	3.081,27	3.297,56	3.716,93	3.872,65	16.860,98
(=) Utilidad Neta	10.255,48	10.924,51	11.691,34	13.178,21	13.730,29	59.779,84

(*) Tarifa de Impuesto a la renta a aplicar:

Fuente elaboración Propia.

Anexo # 3: Balance General.

Balance General						
	Año 00	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
ACTIVO CORRIENTE	25.743,25	32.383,45	38.715,71	44.658,20	49.844,91	64.399,27
Caja - bancos	-	6.640,20	12.972,46	18.914,95	24.101,66	64.399,27
Cuentas por cobrar						
INVENTARIOS						
Otros activos corrientes	25.743,25	25.743,25	25.743,25	25.743,25	25.743,25	
ACTIVO NO CORRIENTE	20.697,00	18.999,60	17.302,20	15.604,80	14.780,74	13.956,67
ACTIVOS FIJOS	20.195,11	20.195,11	20.195,11	20.195,11	20.195,11	20.195,11
ACTIVOS INTANGIBLES	501,89	501,89	501,89	501,89	501,89	501,89
(-) DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA		(1.697,40)	(3.394,80)	(5.092,20)	(5.916,26)	(6.740,33)
OTROS ACTIVOS						
TOTAL ACTIVOS	46.440,25	51.383,05	56.017,91	60.263,00	64.625,65	78.355,94
PASIVO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES (HASTA A 1 AÑO)		-	-	-	-	-
OBLIGACIONES LABORALES POR PAGAR		-				
OBLIGACIONES FISCALES POR PAGAR		-				
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (HASTA 1 AÑO)		-	-	-	-	-
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (HASTA 1 AÑO)		-	-	-	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	27.864,15	22.551,46	16.261,82	8.815,56	0,00	0,00
CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)		-	-	-	-	-
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (MÁS DE 1 AÑO)	27.864,15	22.551,46	16.261,82	8.815,56	0,00	0,00
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)		-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	27.864,15	22.551,46	16.261,82	8.815,56	0,00	0,00
PATRIMONIO	18.576,10	28.831,58	39.756,09	51.447,44	64.625,65	78.355,94
CAPITAL (APORTES)	18.576,10	18.576,10	18.576,10	18.576,10	18.576,10	18.576,10
RESULTADOS ACUMULADOS			10.255,48	21.179,99	32.871,34	46.049,55
RESULTADOS DEL PERÍODO	-	10.255,48	10.924,51	11.691,34	13.178,21	13.730,29
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	46.440,25	51.383,05	56.017,91	60.263,00	64.625,65	78.355,94

Fuente elaboración Propia.