



**Plan de negocios para el estudio de factibilidad de la creación
de la empresa distribuidora de mariscos “Mariscos del
Pacífico” en restaurantes ubicados Vía Samborondón.**

Dayanara Lilibeth Álava Loor

Tutor:

Ing. Jose Macuy, MBA

UEES

Diciembre 2015

	Páginas
1) Índice General	2 - 3
2) Justificación	4
3) Problema a resolver	4 - 5
4) Objetivo General	5
5) Resumen Ejecutivo	5 - 6
6) Misión y Visión	6 - 7
7) Metas	7
8) Viabilidad legal	7 - 8
9) Análisis de mercados	8
9.1) Mercado Objetivo	8
9.2) Análisis PESTAL	9 - 12
9.3) Análisis FODA	12 - 13
9.4) Análisis de las 4 P's	13 - 17
9.5) Análisis de la demanda y oferta	17 - 18
9.6) Estrategia de diferenciación	18
9.7) Acciones de promoción	19
9.8) Canal de distribución	19

10) Análisis Operativo.	
10.1) Localización y descripción de las instalaciones.	19
10.2) Método de producción y Capacidad instalada	20
10.3) Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA	20
10.4) Recursos humanos	21
11) Análisis Financiero	
11.1) Estados de resultados proyectados a 5 años	22 - 23
11.2) Flujo de caja proyectado a 5 años	23
11.3) Análisis del punto de equilibrio	24
11.4) Análisis de sensibilidad	24 - 25
11.5) Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión	26
12) Viabilidad del proyecto	27
13) Bibliografía	28
14) Anexos	29 - 49

2. Justificación

Debido a la gran demanda que existe en la región costera por los mariscos se busca conocer cada uno de los rubros que se incurrirían en la compra y distribución de mariscos frescos a nueve restaurantes situados Vía Samborondón, para de esta manera saber a qué precio se debería comprar y luego vender a nuestros clientes, en que volúmenes y cada que tiempo se deberá abastecer al cliente con el fin de saber que tan rentable es el negocio en cuestión.

El plan de negocios se basa en la compra de mariscos a empresas situadas en la ciudad de Manta y que además cuentan con las respectivas certificaciones para luego distribuir a cada cliente el producto según los requerimientos de cada uno, brindándoles calidad, buenos precios y servicio a domicilio.

3. Problema a resolver

Cada día el sector de servicios alimenticios crece en Guayaquil, y con este la demanda de mariscos, sin embargo hasta el momento no se ha implementado un servicio eficiente para proveer a aquellos restaurantes, dándoles producto de calidad, frescos, a buen precio y con servicio a domicilio, a partir de esta idea se crea Mariscos del Pacífico.

En la ciudad de Guayaquil existen lugares donde se pueden adquirir mariscos en cualquier día del año, sin embargo muchas veces las medidas higiénicas no son las correctas, y en otras ocasiones el problema que resulta a la hora de ir a comprar hasta el mercado de la Caraguay es algo que limita a los restaurantes. Es por esto que se desea

tener una relación directa con los proveedores de Mariscos del Pacífico para así poder

Slogan:
distribuirlos a todos los restaurantes de la vía Samborondón con precios del mercado.
“Del mar a la mesa”

Se desea llegar a un mercado de restaurantes de alta importancia dentro de los varios sitios de recreación de la vía Samborondón, con el fin que sea fácil de acceder a los mariscos sin tener que atravesar toda la ciudad y con precios altamente competitivos con relación a los que existen en el mercado, certificando calidad y frescura semana a semana.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad de crear una empresa de distribución de mariscos frescos a domicilio a restaurantes ubicados en la vía Samborondón.

4.2 Objetivos Específicos

- Establecer la oferta y demanda para distribuir mariscos frescos a restaurantes.
- Realizar un esquema operativo que ayude a alcanzar una ágil comercialización y distribución de los productos que ofrece la empresa.
- Determinar la rentabilidad de la creación de una empresa de distribución de mariscos.

5. Resumen Ejecutivo

Los productos marinos, son pescados y comercializados en diferentes países de todo el mundo. A pesar de tener una relativamente pequeña flota pesquera, Ecuador es

el segundo país más grande en términos de procesamiento y exportación de precocinados de mariscos para ser envasados y presentados a los consumidores.

La industria pesquera es un contribuyente enorme para los medios de vida en todo el mundo, y crea miles de oportunidades de empleo, especialmente en los países en desarrollo. Aparte de la pesca, la economía de los mariscos ofrece puestos de trabajo en el procesamiento, empaque, transporte, comercio y restaurantes, proporcionando cerca de 11000 de puestos de trabajo en el Guayas, para aquellos que dependen directamente de la pesca oceánica. El pescado es la principal fuente de proteína en la dieta de unos 950 millones de personas en todo el mundo, que representan el 16% de la proteína animal consumida. La industria pesquera es una fuente importante del PIB de muchos países de todo el mundo. La exportación de productos del mar ofrece valiosas divisas para el Ecuador, ya que son exportadores netos de productos de la pesca.

6. Misión y Visión

Misión:

Mariscos del Pacífico es una empresa que se encarga de la venta y distribución de mariscos frescos y congelados de alta calidad a precios competitivos. La variedad de productos que se ofrecen trata de satisfacer las necesidades de los hoteles, restaurantes, pequeños comerciantes y clientes en general.

Visión:

Mariscos del Pacífico se ve posicionada como una empresa líder en la distribución de mariscos congelados en el país, alcanzando un reconocimiento a nivel

nacional por los altos niveles de calidad de los productos que se ofrecen, su valor agregado y el compromiso firme del cliente con el producto

7. Metas

- Conseguir en el primer año de creación un volumen de ventas aproximado a los \$1.109.376,00
- Esquematizar los procesos distributivos con el fin de realizar las entregas una vez por semana.
- Lograr un crecimiento del 10% por año en ventas gracias al reconocimiento de la calidad y servicios ofrecidos.

8. Viabilidad legal

La empresa Mariscos del Pacífico se constituirá bajo la razón de Persona Natural, realizando el proceso predeterminado por el Servicio de Rentas Internas para su creación, a continuación se listan los documentos que solicita la entidad nombrada anteriormente para la creación del RUC:

- Cédula de Identidad
- Certificado de votación
- Planilla de servicios básicos
- Factura o estados de cuenta de otros servicios
- Pago predial
- Pago de factura de servicio básico
- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito

- Escritura de compra venta del inmueble o certificado del registrador de la propiedad

9. Análisis de mercados

En esta sección del informe se analizará el tamaño y el alcance que tienen los restaurantes ubicados en la Vía Samborondón de marisco fresco envasados al vacío. El enfoque principal será sobre los volúmenes comerciales actuales.

Para este trabajo se realizará la técnica de las encuestas a profundidad a 9 potenciales clientes, estos restaurantes tienen como mercado meta a personas de clase media-alta y alta, todos están situados en diferentes plazas pero las mismas ubicadas dentro del perímetro de la Vía Samborondón.

9.1 Mercado Objetivo

La Vía Samborondón es conocida por sus lujosos sitios de recreación, además por sus plazas que albergan cientos de tiendas, supermercados, gimnasios y restaurantes. Con el tiempo en este sector se fueron edificando plazas comerciales como Bocca, La Piazza, Las Terrazas, Plaza Navona, Plaza Lagos, entre otros.

Actualmente se calcula que de toda la población del Cantón unos 35000 habitantes viven en esta parroquia en donde la mayoría es de estrato social alto. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)

Son cerca de 300 restaurantes que existen alrededor de este sector, lo cual hace muy atractivo para la creación de este proyecto, además la falta de un supermercado con

variedad de mariscos frescos hace que el acceso a ellos sea un proceso dificultoso, ya que el más cerca es el conocido mercado de la Caraguay ubicado en el sur de la ciudad.

9.2 Análisis PESTAL

Político

Ecuador es una república unitaria que consta de 3 ramas gubernamentales: el ejecutivo, legislativo y judicial. Todavía en las primeras etapas de la democracia, el Ecuador no ha visto la consolidación de los partidos políticos. El país cuenta con una población de cerca de 16 millones de habitantes en un perímetro de 283.561 kilómetros cuadrados. El presidente es el Eco. Rafael Correa.

Bajo su gobierno, Ecuador ha incrementado sus esfuerzos para fortalecer y diversificar sus relaciones políticas y económicas con los países de América Latina, Europa y Asia. Con este gobierno ha firmado acuerdos para promover la cooperación económica.

Ecuador se divide en provincias, en total son 24, las mismas se dividen en 4 regiones: Costa, Sierra, Amazonía e Insular. Cada provincia tiene sus cantones, que en otras palabras son pequeñas ciudades regidas por gobiernos autónomos descentralizado y la persona que rige dentro de esos gobiernos autónomos es el Alcalde.

Económico

Actualmente Ecuador es el cuarto país con el PIB más alto en Latinoamérica. El Banco Central del Ecuador manifiesta que se ha alcanzado un crecimiento del 5.1% en comparación a años anteriores. (2015)

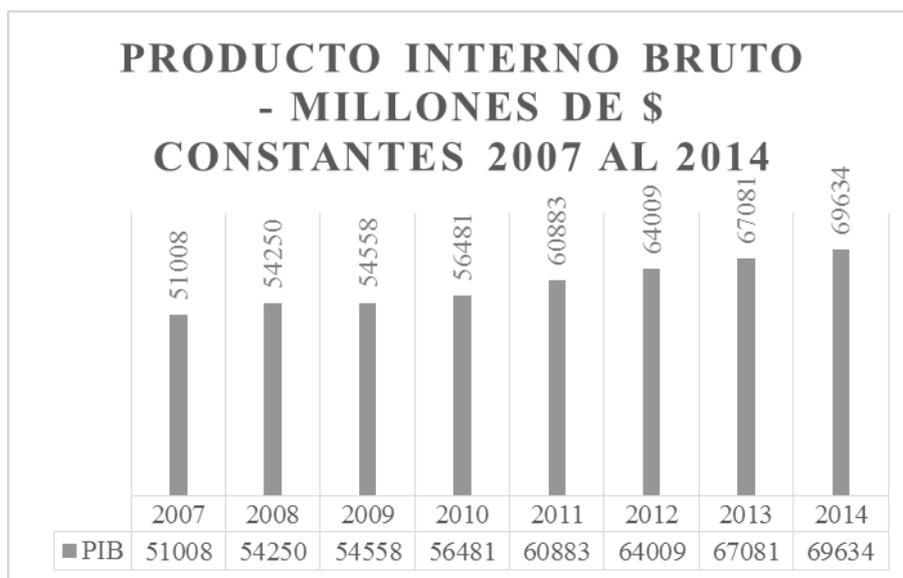


Figura 1. Producto Interno Bruto en millones de \$

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

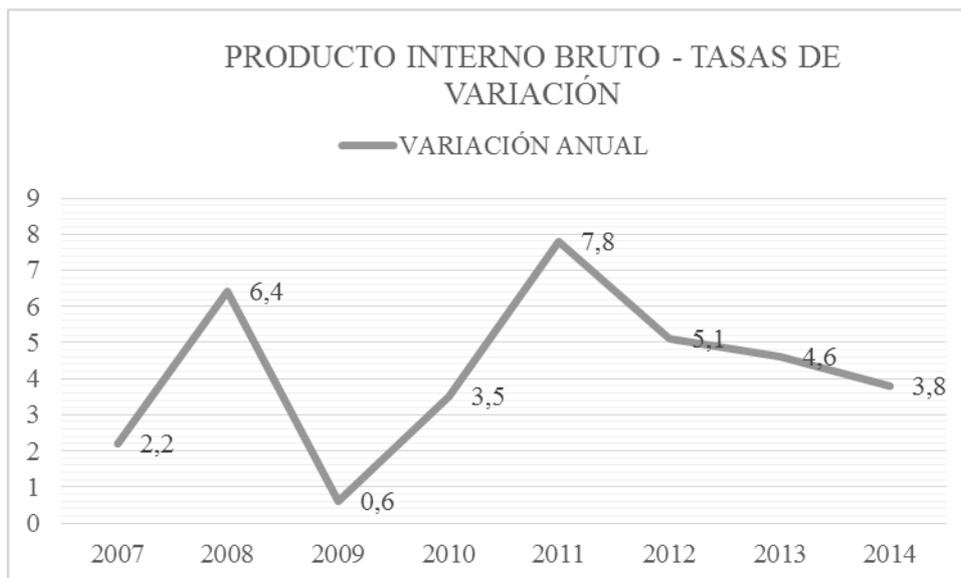


Figura 2. Tasa de Variación del PIB

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

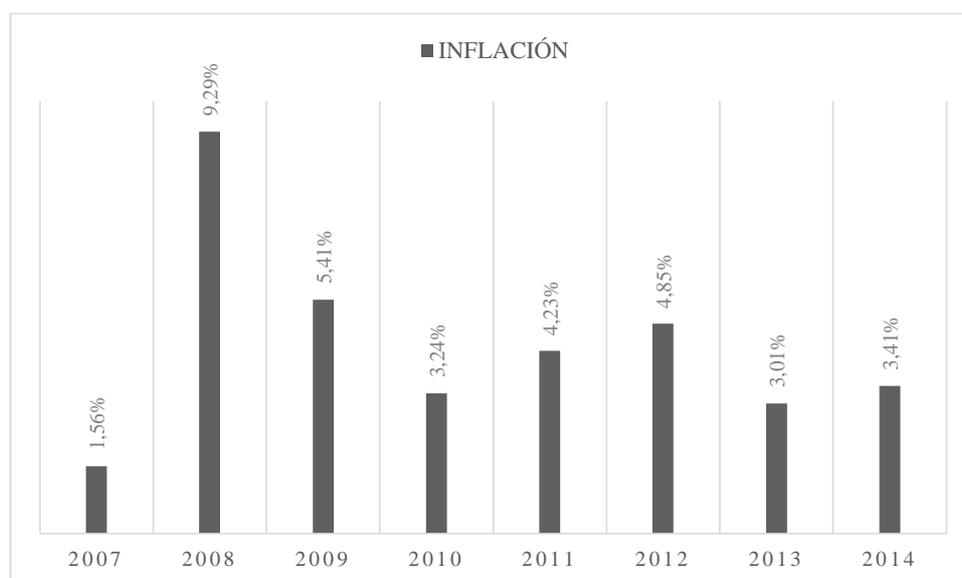


Figura 3. Inflación Anual

Elaborado por: Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

Social

Según lo consultado en la página web oficial del Instituto Nacional Estadísticas y Censos (INEC) el Cantón Samborondón se encuentra conformado por tres parroquias

La Puntilla (urbana), Tarifa (rural) y Samborondón (rural). La población total es de 67,600 habitantes este valor representa alrededor del 2,3% de la Provincia del Guayas. El 63,1% de su población pertenece al sector urbano, mientras que el 36,9% al sector rural. El 50,4% de sus habitantes son mujeres y el 49,6% son hombres. La cantidad de establecimientos económicos en este Cantón es de 1500, lo que genera un ingreso por ventas de \$542 millones de dólares al año y teniendo como personal ocupado alrededor de 9400 personas. Dentro de las actividades económicas que mayores ingresos representan dentro del Cantón se encuentran las de comercio al por mayor y menor con un 52,1%, contando con un personal ocupado de 32,2% y un 54,4% de establecimientos. En cuanto a las actividades de alojamiento y de servicio de comidas, éstas generan alrededor del 3,6% de los ingresos por ventas totales con un 11% de establecimientos. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015)

Ambiental

Ecuador es un país considerado como productor de materia prima, ya que es reconocido como primer exportador de banano, cacao, flores y mariscos, es por esto que en la parte ambiental es tomada con gran importancia ya que depende de eso la economía del país. En el sector pesquero existen varias regulaciones que hacen que la pesca sea segura y eco amigable, existen las vedas para ciertos mariscos para no generar una extensión de alguna especie, como también son tomadas en cuenta las medidas de higiene al realizar los procesos de pesca.

9.3 Análisis FODA

Fortalezas

- Precios competitivos.

- Producto que se distribuye cuenta con grandes estándares de calidad.
- Entregas a domicilio sin recargo alguno.

Oportunidades

- Tendencia creciente en el sector de restaurantes.
- Existen varios proveedores de mariscos en Ecuador.
- El gobierno incentiva la producción de mariscos para exportación y consumo interno.
- Nicho de mercado desatendido

Debilidades

- Nuevos en el negocio.
- Inseguridad que existe en el país.
- Alta dependencia de los proveedores.

Amenazas

- Competencia de mercados u otros distribuidores.
- Alza en los precios de los insumos.

9.4 Análisis de las 4 P's

9.4.1 Plaza

La oficina de la empresa Mariscos del Pacífico estará ubicada en la Urbanización Entre Ríos, vía a Samborondón. La ubicación fue escogida estratégicamente puesto que las entregas a domicilio serán realizados en el mismo sector, lo que facilitaría a los clientes a que se dirijan a nuestra oficina para firmar contratos, entrega de documentaciones, etc.

<u>Macrolocalización</u>	<u>Microlocalización</u>
País: Ecuador	Cantón: Samborondón
Provincia: Guayas	Parroquia: La Puntilla
Cantón: Samborondón	Dirección: Km 0,5 vía a Samborondón avenida principal
	Urbanización: Entre Ríos
	Oficina: Edificio Topacio Piso 3, oficina 2

9.4.2 Precio

La empresa Mariscos del Pacífico se diferencia especialmente de su competencia por su estrategia de liderazgo en costos. El precio al que podrán adquirir nuestros productos nuestros potenciales clientes se detallan en la siguiente tabla:

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio Regular	Precio al por mayor
Albacora grande	libra	1	\$ 4,00	\$ 3,70
Albacora pequeña	libra	1	\$ 3,40	\$ 3,10
Almejas sacadas	libra	1	\$ 4,50	\$ 3,50
Camarón 31-36	libra	1	\$ 4,25	\$ 3,90
Camarón 41-47	libra	1	\$ 3,75	\$ 3,50
Conchas sacadas	funda	1	\$ 5,30	\$ 4,45
Corvina en plancha	libra	1	\$ 5,35	\$ 4,95
Corvina plateada	libra	1	\$ 6,50	\$ 6,10
Filete dorado	libra	1	\$ 4,50	\$ 4,10
Filete espada	libra	1	\$ 4,50	\$ 3,90

Langostinos	libra	1	\$ 7,10	\$ 6,85
Lomo albacora	libra	1	\$ 4,80	\$ 4,40
Mejillones	funda	1	\$ 4,50	\$ 3,50
Pulpo	libra	1	\$ 4,80	\$ 4,45
Salmón filete	libra	1	\$ 9,50	\$ 8,50
Tilapia	libra	1	\$ 6,00	\$ 5,70
Picudo	libra	1	\$ 6,00	\$ 5,70
Calamar al vacío	libra	1	\$ 3,10	\$ 2,80
Dorado Buffet	libra	1	\$ 3,50	\$ 3,10
Calamar	libra	1	\$ 2,50	\$ 2,20
Patas de Calamar	libra	1	\$ 3,30	\$ 2,80

Es necesario especificar que los precios ofrecidos pueden variar de acuerdo al mercado

Estos a su vez se encuentran basados en los costos de adquisición de los mariscos, los gastos de ventas, gastos de administración, entre otros. Además para aquellas empresas que nos compren al por mayor hemos puesto una tarifa de “mayorista”.

9.4.3 Producto

El mar del Ecuador es codiciado por muchos países y es considerado como biodiverso gracias a sus privilegiadas condiciones climáticas y territoriales brindando una gran variedad de especies y recursos acuáticos, ofreciendo alrededor de 6000 tipos de mariscos. Es por este motivo que Mariscos del Pacífico ofrece una alta gama de productos, los mismos que son vendidos en presentaciones por libra y envasados al vacío lo que permite que el producto se conserve fresco por más tiempo.



9.4.3.1 Logotipo de la empresa



9.4.3.2 Slogan

“Del mar a la mesa”

9.4.4 Promoción

Básicamente al ser Mariscos del Pacífico una empresa que se encarga de la distribución de sus productos a cadenas de restaurantes, se centrará principalmente en realizar una promoción en ventas, ofreciendo paquetes promocionales a sus clientes. La publicidad se la realizará a través de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram debido a que es una herramienta actualmente muy utilizada y gratuita, en la cual se encontrarán toda la información de los productos y el servicio que la empresa ofrece, además de la localización, contactos, fotos, videos, artículos, entre otros.

Otra forma de dar a conocer la empresa será por medio de ferias relacionadas con el sector en el que se está participando y en donde la empresa puede establecer contactos con potenciales clientes y profesionales interesados en el área. Además se entregarán tarjetas de presentación para que las personas puedan ponerse en contacto en el momento que deseen.

9.5 Análisis de la demanda y oferta

Demanda:

Para este trabajo se usó la técnica de las entrevistas a profundidad, las cuales se les realizó a 9 restaurantes ubicados en la vía Samborondón, los mismos están en diferentes centros de entretenimiento como Plaza Lagos, Terrazas, entre otros.

Los restaurantes a los que se les realizó las entrevistas fueron los siguientes:

- Red Crab (Samborondón)
- A la Mar
- Embarcadero 41
- Alago
- Carlo e Carla

- Sion Lung Mariscos
- CasaMar
- La Balandra
- Otabe

Ver Anexo 1

Oferta:

Ecuador es un país netamente productor de mariscos, alrededor de toda su zona costera se realizan actividades de pesca y cultivo de mariscos. Básicamente la oferta de mariscos se la realizará a empresas dedicadas a la preparación de mariscos. Se realizó una entrevista a profundidad a cada uno de los posibles clientes, ellos son los encargados de las compras de los respectivos restaurantes.

9.6 Estrategia de diferenciación

Los nueve clientes que la empresa Mariscos del Pacífico posee son restaurantes de alto nivel ubicados en la Vía Samborondón, destinado para clientes de clase media, media alta y alta, partiendo de esto, se ha tomado en cuenta que el nivel de calidad debe ser la estrategia que diferenciación de la empresa con el resto.

Gracias a los ágiles procesos logísticos que se siguen, la empresa se destaca por su rapidez en la entrega del producto, más la frescura del marisco y la calidad del mismo, ya que algunos de los proveedores que tiene Mariscos del Pacífico son empresas exportadoras, es por esto que poseen altos estándares de calidad, es decir que tienen certificaciones tanto de higiene como de calidad.

9.7 Acciones de promoción

Como acciones de promoción se realizarán tarjetas de contacto en donde se encuentren cada uno de los teléfonos de la empresa para así poder tener una comunicación más directa con el cliente. De la misma manera al final del mes, una de las secretarias de la empresa visitará a cada uno de los restaurantes con el fin de certificar que la calidad y su entrega se estén llevando de la manera esperada, esto se realiza con la finalidad de darle al cliente una venta más personalizada.

Los trípticos serán parte indispensable del negocio, además de las muestras gratis, para que así el cliente conozca qué adquirirá semana a semana desde el momento que se cierre el contrato, además se contará con hieleras de la empresa, que serán dadas cuando se alcance cierto valor comprado.

9.8 Canal de distribución

El canal de distribución empleado es un canal detallista en el que el proveedor nos entrega su producto y la empresa lo distribuye a restaurantes en donde ellos los comercializan como productos más especializados.



10. Análisis Operativo.

10.1 Localización y descripción de las instalaciones

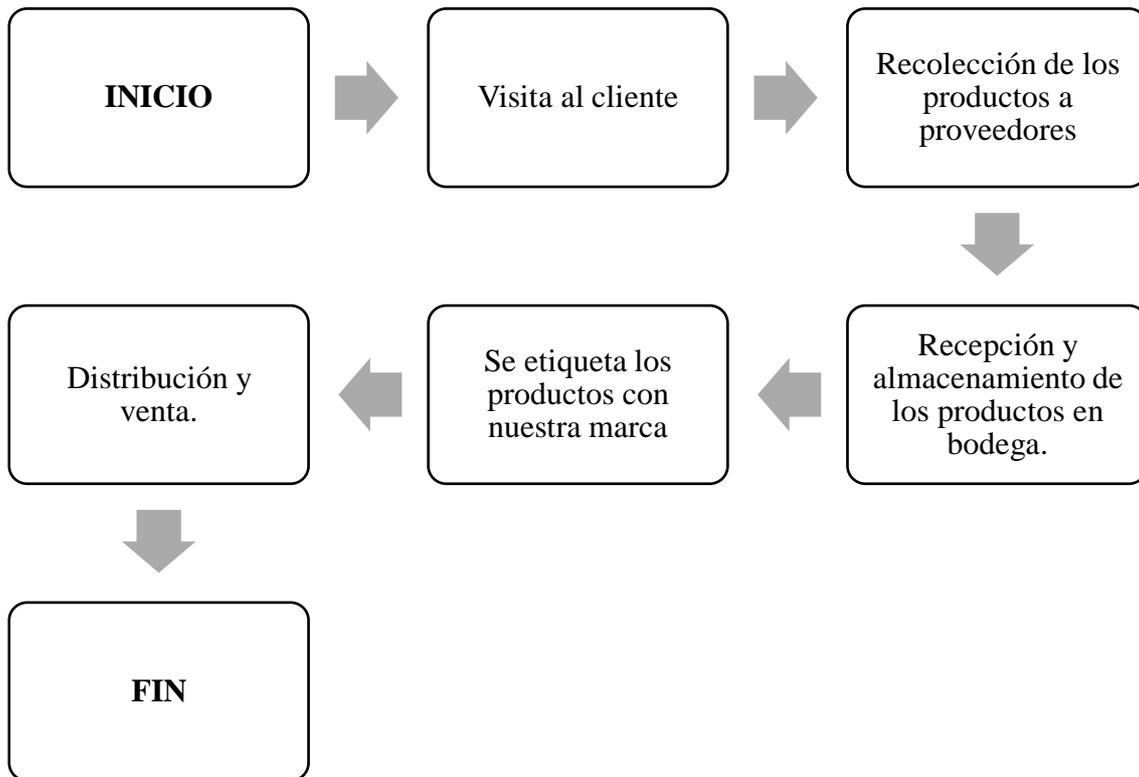
La oficina de la empresa Mariscos del Pacífico se encuentra ubicada en vía a Samborondón puesto las entregas son dentro de esta área. En primer lugar se escogió esta área por la cercanía de la misma con los restaurantes a los que se les distribuirá el producto, logrando una facilidad a la hora de realizar las entregas, además de que por temas financieros resulta conveniente.

El tamaño de la oficina es de 6m de largo y 5m de ancho dando cabida para dividir una sección para oficina de gerencia y área administrativa y otra parte que funcionará como bodega en la que se encuentran ubicadas 3 frigoríficos para almacenar los productos en caso de que no se pueda hacer la entrega del producto en la fecha pactada.

10.2 Método de producción y Capacidad instalada

El negocio consiste en conseguir de pequeños y medianos proveedor la cantidad de mariscos suficiente para satisfacer los pedidos de los 9 clientes a los que se les entrega el producto semanal. Los proveedores son provenientes de la Provincia de Manta en donde ellos nos entregan los productos envasados al vacío, los mismos que una vez transportados a Guayaquil se etiquetan y envasan, quedando listos para la distribución y venta.

10.3 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA



Elaborado por: Autora

1. Visita al cliente

Se acude a los restaurantes a tomar el pedido de los productos que desean se les entregue durante la semana.

2. Recolección de los productos

Se recoge los productos en las bodegas de los proveedores, las mismas que están ubicadas en la ciudad de Manta.

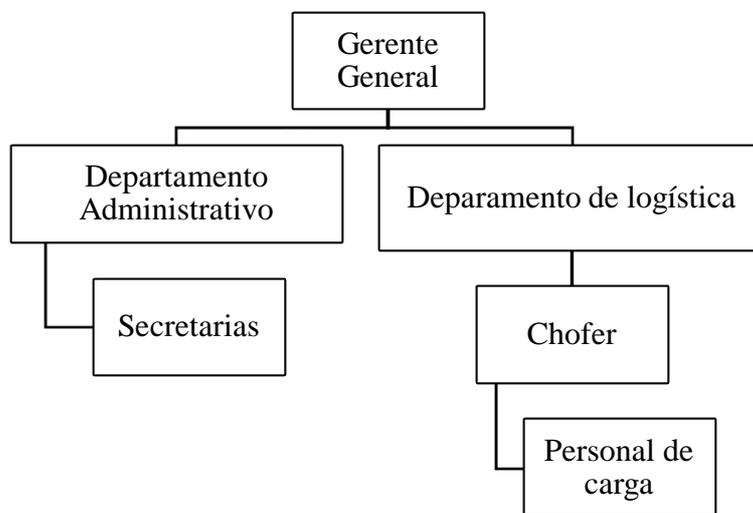
3. Recepción y almacenamiento de los productos

Se reciben los productos en las bodegas y se les etiqueta y empaca de acuerdo al pedido que será entregado a cada cliente.

4. Distribución y venta

Una vez empacado el producto proceden el chofer y el ayudante a realizar la entrega del pedido.

10.4 Recursos humanos



Elaborado por: Autora

Descripción de los puestos del equipo de trabajo

➤ **Gerente General**

El Gerente General está encargado de cerrar los contratos con las empresas o clientes a los que se les va a distribuir los mariscos, además de supervisar que todo el sistema bajo el cual funciona la organización realicen su función de manera eficaz para llegar a conseguir las metas establecidas,

➤ **Secretarias**

Se encargan de monitorear al chofer desde su salida a recoger los productos hasta el momento en que realiza la entrega, realizarán las facturas y se encargarán de las cobranzas a los clientes, además de cumplir con las funciones que el Gerente General les designe semanalmente.

➤ Chofer

Este se encarga de manjar el camión frigorífico para recolectar el producto y trasladarlo a la ciudad de Guayaquil, en donde empezará la distribución a los clientes.

➤ Personal de carga

Trabjará en conjunto con el chofer, receptando y almacenando el producto dentro del camión y también realizará el despacho y entrega de los productos en las instalaciones del cliente.

11. Análisis Financiero

11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años

En este caso el estado de resultados se lo está proyectando a un periodo de 5 años, en como se puede ver año a año incrementan las ganancias puesto que se está obteniendo un crecimiento del 5% porque según el INEC el sector de restaurantes y hotelería crece en un 10% anualmente. En cuanto al precio de venta este también se ve modificado debido a la inflación anual del país del 4,87% y de igual manera los gastos en los que se está incurriendo.

MARISCOS DEL PACIFICO						
S.A						
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 1.109.376,00	\$ 1.164.844,80	\$ 1.223.087,04	\$ 1.284.241,39	\$ 1.348.453,46
(-) Costo de Venta		\$ (1.016.385,44)	\$ (1.045.973,73)	\$ (1.084.360,97)	\$ (1.124.157,02)	\$ (1.165.413,58)
(=) Utilidad Bruta		\$ 92.990,56	\$ 118.871,07	\$ 138.726,07	\$ 160.084,38	\$ 183.039,88
(-) Gastos Administrativos		\$ (54.162,86)	\$ (54.984,61)	\$ (56.947,86)	\$ (58.983,17)	\$ (61.093,17)
(-) Gastos de Ventas		\$ (960,00)	\$ (995,23)	\$ (1.031,76)	\$ (1.069,62)	\$ (1.108,88)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 37.867,70	\$ 62.891,22	\$ 80.746,45	\$ 100.031,59	\$ 120.837,84
(-) Gastos Financieros		\$ (6.624,61)	\$ (4.234,60)	\$ (1.562,73)	\$ -	\$ -
(=) UAIT		\$ 31.243,09	\$ 58.656,63	\$ 79.183,73	\$ 100.031,59	\$ 120.837,84
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (4.686,46)	\$ (8.798,49)	\$ (11.877,56)	\$ (15.004,74)	\$ (18.125,68)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (5.842,46)	\$ (10.968,79)	\$ (14.807,36)	\$ (18.705,91)	\$ (22.596,68)
UTILIDAD NETA		\$ 20.714,17	\$ 38.889,34	\$ 52.498,81	\$ 66.320,94	\$ 80.115,49
		\$ 1.726,18	\$ 3.240,78	\$ 4.374,90	\$ 5.526,75	\$ 6.676,29

Elaborado por: Autora

11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años

A través del flujo de caja realizado se puede analizar la liquidez que tiene el negocio y llegar a tomar futuras decisiones empresariales.

MARISCOS DEL PACIFICO						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (51.396,80)					
UAIT		\$ 31.243,09	\$ 58.656,63	\$ 79.183,73	\$ 100.031,59	\$ 120.837,84
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.686,46)	\$ (8.798,49)	\$ (11.877,56)	\$ (15.004,74)
Pago de IR		\$ -	\$ (5.842,46)	\$ (10.968,79)	\$ (14.807,36)	\$ (18.705,91)
EFFECTIVO NETO		\$ 31.243,09	\$ 48.127,70	\$ 59.416,44	\$ 73.346,67	\$ 87.127,19
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00
(+) Aporte Accionistas	\$ 10.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 68.250,00	\$ (20.266,03)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 26.853,20	\$ 16.627,06	\$ 53.777,70	\$ 65.066,44	\$ 78.996,67	\$ 92.777,19
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 26.853,20	\$ 43.480,26	\$ 97.257,96	\$ 162.324,41	\$ 241.321,08
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 26.853,20	\$ 43.480,26	\$ 97.257,96	\$ 162.324,41	\$ 241.321,08	\$ 334.098,27

Elaborado por: Autora

11.3 Análisis del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es de gran ayuda al momento de realizar un análisis financiero puesto que por medio de este se puede calcular el volumen de ventas que

que el Payback disminuya a 1,26 años lo que es muy satisfactorio puesto que el negocio está proyectado a un periodo de 5 años, haciéndolo ser aceptado bajo cualquier ámbito.

MARISCOS DEL PACIFICO						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (78.512,40)					
VENTAS		\$ 1.187.032,32	\$ 1.246.383,94	\$ 1.308.703,13	\$ 1.374.138,29	\$ 1.442.845,20
(-) Costo de Venta		\$ (1.053.686,78)	\$ (1.084.360,97)	\$ (1.124.157,02)	\$ (1.165.413,58)	\$ (1.208.184,26)
(=) Utilidad Bruta		\$ 133.345,54	\$ 162.022,97	\$ 184.546,12	\$ 208.724,71	\$ 234.660,95
(-) Gastos Administrativos		\$ (54.162,86)	\$ (54.984,61)	\$ (56.947,86)	\$ (58.983,17)	\$ (61.093,17)
(-) Gastos de Ventas		\$ (960,00)	\$ (995,23)	\$ (1.031,76)	\$ (1.069,62)	\$ (1.108,88)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 78.222,68	\$ 106.043,12	\$ 126.566,50	\$ 148.671,92	\$ 172.458,90
(-) Gastos Financieros		\$ (6.624,61)	\$ (4.234,60)	\$ (1.562,73)	\$ -	\$ -
(=) UAIT		\$ 71.598,07	\$ 101.808,53	\$ 125.003,77	\$ 148.671,92	\$ 172.458,90
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (10.739,71)	\$ (15.271,28)	\$ (18.750,57)	\$ (22.300,79)
Pago de IR		\$ -	\$ (15.214,59)	\$ (21.634,31)	\$ (26.563,30)	\$ (31.592,78)
EFFECTIVO NETO		\$ 71.598,07	\$ 75.854,23	\$ 88.098,18	\$ 103.358,05	\$ 118.565,33
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 23.146,80
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 26.043,60
(+) Préstamo concedido		\$ (20.266,03)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (78.512,40)	\$ 56.982,03	\$ 81.504,23	\$ 93.748,18	\$ 109.008,05	\$ 173.405,74
TIR	93,29%	EXTREMADAMENTE SENSIBLE A CAMBIOS EN LOS INGRESOS				
VAN	\$ 202.082,55	SEAN POR PRECIO O CANTIDADES				
Pay Back	1,26	años				

Elaborado por: Autora

11.4.2 Escenario Negativo

Se estima que en este escenario el crecimiento de las ventas decrezca a 3% anualmente y que los costos de venta se mantengan con la inflación actual de 4,87%, obteniendo como resultado una Tasa Interna de Retorno de 42,18%, que el Valor Actual Neto disminuya a \$66373,15 y que el periodo de recuperación aumente a 2,82 años. A pesar de haber disminuido el crecimiento en ventas y de haber aumentado el costo de venta el proyecto sigue siendo rentable y de mucha atracción para cualquier inversionista.

MARISCOS DEL PACIFICO						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (78.512,40)					
VENTAS		\$ 1.142.657,28	\$ 1.199.790,14	\$ 1.259.779,65	\$ 1.322.768,63	\$ 1.388.907,07
(-) Costo de Venta		\$ (1.065.883,41)	\$ (1.096.912,65)	\$ (1.137.169,35)	\$ (1.178.903,46)	\$ (1.222.169,22)
(=) Utilidad Bruta		\$ 76.773,87	\$ 102.877,49	\$ 122.610,30	\$ 143.865,17	\$ 166.737,85
(-) Gastos Administrativos		\$ (54.162,86)	\$ (54.984,61)	\$ (56.947,86)	\$ (58.983,17)	\$ (61.093,17)
(-) Gastos de Ventas		\$ (960,00)	\$ (995,23)	\$ (1.031,76)	\$ (1.069,62)	\$ (1.108,88)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 21.651,01	\$ 46.897,65	\$ 64.630,68	\$ 83.812,38	\$ 104.535,80
(-) Gastos Financieros		\$ (6.624,61)	\$ (4.234,60)	\$ (1.562,73)	\$ -	\$ -
(=) UAIT		\$ 15.026,40	\$ 42.663,05	\$ 63.067,96	\$ 83.812,38	\$ 104.535,80
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (2.253,96)	\$ (6.399,46)	\$ (9.460,19)	\$ (12.571,86)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.193,11)	\$ (9.065,90)	\$ (13.401,94)	\$ (17.810,13)
EFFECTIVO NETO		\$ 15.026,40	\$ 37.215,98	\$ 47.602,60	\$ 60.950,25	\$ 74.153,81
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 23.146,80
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 26.043,60
(+) Préstamo concedido		\$ (20.266,03)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (78.512,40)	\$ 410,37	\$ 42.865,98	\$ 53.252,60	\$ 66.600,25	\$ 128.994,22
TIR	42,18%		EXTREMADAMENTE SENSIBLE A CAMBIOS EN LOS INGRESOS			
VAN	\$ 66.373,15		SEAN POR PRECIO O CANTIDADES			
Pay Back	2,82	años				

Elaborado por: Autora

11.5) Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión

Analizando la TIR, el VAN y el periodo de recuperación se demuestra que el proyecto es financieramente viable según la ley de aceptación de cada uno de estos índices.

MARISCOS DEL PACIFICO						
CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (78.512,40)					
UAIT		\$ 31.243,09	\$ 58.656,63	\$ 79.183,73	\$ 100.031,59	\$ 120.837,84
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.686,46)	\$ (8.798,49)	\$ (11.877,56)	\$ (15.004,74)
Pago de IR		\$ -	\$ (5.842,46)	\$ (10.968,79)	\$ (14.807,36)	\$ (18.705,91)
EFFECTIVO NETO		\$ 31.243,09	\$ 48.127,70	\$ 59.416,44	\$ 73.346,67	\$ 87.127,19
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00	\$ 4.160,00
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00	\$ 1.490,00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						23146,8
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 26.043,60
(+) Préstamo concedido		\$ (20.266,03)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (78.512,40)	\$ 16.627,06	\$ 53.777,70	\$ 65.066,44	\$ 78.996,67	\$ 141.967,60
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (78.512,40)	\$ (61.885,34)	\$ (8.107,64)			
TIR	56,06%					
VAN(valor actual neto)	\$128.253,020					
Pay Back	2,15	años				

Elaborado por: Autora

12. Viabilidad del proyecto

El mercado de restaurantes es atractivo, las estadísticas son claras y el crecimiento esta dado por un 10% anual, los clientes a los que se les realizó las entrevistas, exigen calidad y precio, gracias a los proveedores que tiene Mariscos del Pacífico estos estandares se adecuan a los requerimientos del clientes. Una de las limitantes que se pueden considerar es nuestro máximo competidor el Mercado de la Caraguay, casi todos los clientes adquieren sus mariscos desde ese lugar, es por esto que le añadimos un plus al producto y es el servicio a domicilio, tener un producto de calidad, con un precio de mercado desde la comodidad de sus intalaciones.

Saber a fondo del tema de la logistica es muy importante, ya que en costos de transporte se podrían ahorrar tiempo y dinero, elaborar rutas para ya tener estandarizados los procesos serían ideales para agilizar las entregas a cada uno de los

clientes. De igual manera, sobre los mariscos se deben saber los grados de conservación en los que los mismos puedan llegar a sus destinos finales frescos.

El negocio es viable, con una inversión alcanzable, las ganancias desde el primer año son alentadoras, en cuanto a los gastos de transporte, es recomendable que se elaboren procesos de distribución que envuelvan tanto la recolección del producto en las empresas exportadoras, como la distribución a los clientes, si estas rutas son las correctas se llegará a ahorrar dinero y tiempo, lo cuál son dos factores importantes para la rentabilidad y viabilidad de la empresa.

13. Bibliografía

Araujo Arevalo, D. (2012). *Proyectos de Inversión: análisis, formulación y evaluación práctica*. España: Editorial Trillas.

Banco Central del Ecuador. (2015). Banco Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>

Ehrhardt, M., & Brigham, E. (2006). *Finanzas Corporativas*. Vancouver: Cengage Learning.

Horgren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. Monterrey: Prentice Hall.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Peterson, G. (2002). *Contabilidad de costos por procesos*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.

14. Anexos

Entrevistas a profundidad

Entrevista realizada a: Master Roberto Lascano

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de Red Crab

- a. En una breve respuesta ¿Qué considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?**

Red Crab es un restaurante que está considerado con un alto estándar de calidad, ubicado en la Vía Samborondón, existe mucha competencia, por lo tanto este factor es lo primordial.

- b. ¿Qué mariscos compra?**

Como restaurantes de propiamente de mariscos compramos albacora, corvinas, conchas, pulpo, salmón, camarones, langostinos, picudo, dorado, calamar, entre otros.

- c. ¿A quién le compra en la actualidad?**

No le compramos a una sola persona, ya que sería depender toda nuestra producción en una sola fuente, en cierta parte vamos al mercado, otra parte nos manejamos con proveedores.

- d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?**

Como somos un restaurante tenemos que fijarnos en el precio, porque depende de eso nuestra rentabilidad, sin embargo más que el precio nos sentimos guiados por la

calidad, ya que nuestros clientes pagan un poco más que el precio promedio porque lo que buscan en nosotros es EXCELENCIA.

e. ¿Por qué razón se cambiaría de proveedor?

Por la impuntualidad, por la baja calidad o por los precios no competitivos que maneje.

f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?

Producto	Cantidad Libras
Albacora grande	100
Albacora pequeña	40
Almejas sacadas	40
Camarón 31-36	80
Camarón 41-47	60
Conchas sacadas	150
Corvina en plancha	400
Corvina plateada	100
Filete dorado	160
Filete espada	-
Langostinos	250
Lomo albacora	-
Mejillones	35
Pulpo	200
Salmón filete	270
Tilapia	150
Picudo	100
Calamar al vacío	150
Dorado Buffet	300
Calamar	150
Patas de Calamar	170

g. ¿Con qué frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

Semanalmente, porque no todas las épocas son las mismas, habrá épocas en donde se venda más comida, y otras en la que se venda menos, pero haciendo un

promedio esos serían más o menos los valores, con opción a cambio ya sea una disminución o exceso del producto.

h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?

Producto	Precio por libras
Albacora grande	3,75
Albacora pequeña	3,00
Almejas sacadas	3,75
Camarón 31-36	3,80
Camarón 41-47	3,60
Conchas sacadas	4,50
Corvina en plancha	5,00
Corvina plateada	6,20
Filete dorado	4,15
Filete espada	-
Langostinos	6,70
Lomo albacora	-
Mejillones	3,55
Pulpo	4,50
Salmón filete	8,70
Tilapia	5,60
Picudo	5,75
Calamar al vacío	2,95
Dorado Buffet	3,25
Calamar	2,40
Patas de Calamar	2,75

i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?

Quincenales y mensuales, en la actualidad la forma de pago que más se usa es la tarjeta de crédito, por esa razón pagar cada 15 días a nuestro proveedor sería lo ideal.

Elaborado por: Autora

Entrevista realizada a: Ing. Jorge Murillo

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de Alamar

a. En una breve respuesta ¿Que considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?

Calidad y sabor, en definitiva el sabor es la única razón por la que el cliente regresará, luego a eso se le une el servicio o la experiencia que tenga dentro del restaurante.

b. ¿Qué mariscos compra?

Compramos camarones, almejas, conchas, peces como salmón, corvina, picudo, albacora, dorado, entre otros.

c. ¿A quién le compra en la actualidad?

Por lo general vamos al mercado de la Caraguay en Guayaquil, sin embargo muchas veces es tedioso ya que hay compras de último minuto que al hacerlas toma mucho tiempo al volver al mercado.

d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?

La frescura del marisco.

e. ¿Por qué razón se cambiaría de proveedor?

Si hubiera un proveedor que me certifique frescura, y que me deje el producto en el restaurante para no tener que ir hasta el mercado, y con precios como en el mercado, sería la razón ideal para cambiar de proveedor.

f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?

Producto	Cantidad Libras
-----------------	------------------------

Albacora grande	60
Albacora pequeña	20
Almejas sacadas	20
Camarón 31-36	60
Camarón 41-47	40
Conchas sacadas	130
Corvina en plancha	200
Corvina plateada	80
Filete dorado	130
Filete espada	150
Langostinos	150
Lomo albacora	20
Mejillones	30
Pulpo	160
Salmón filete	250
Tilapia	100
Picudo	70
Calamar al vacío	170
Dorado Buffet	200
Calamar	-
Patas de Calamar	130

g. ¿Con qué frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

Semanales, de ser necesario diario también sería aceptable.

h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?

Producto	Precio por libras
Albacora grande	3,60
Albacora pequeña	3,20
Almejas sacadas	3,60
Camarón 31-36	3,85
Camarón 41-47	3,55
Conchas sacadas	4,50
Corvina en plancha	5,10
Corvina plateada	6,00
Filete dorado	4,20
Filete espada	3,85
Langostinos	7,00

Lomo albacora	4,50
Mejillones	3,65
Pulpo	4,60
Salmón filete	8,55
Tilapia	5,75
Picudo	5,70
Calamar al vacío	2,80
Dorado Buffet	3,20
Calamar	
Patas de Calamar	2,75

i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?

Cada quince días.

Elaborado por: Autora

Entrevista realizada a: Señor Wilson Vijay

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de Embarcadero 41

a. En una breve respuesta ¿Que considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?

El sabor de la comida.

b. ¿Qué mariscos compra?

Almejas, calamares, camarones, salmón, tilapia, conchas, tenemos un menú muy amplio por lo tanto debemos tener de todo en stock.

c. ¿A quién le compra en la actualidad?

Vamos al mercado por las mañanas, y en ciertos productos tenemos proveedores que nos dejan en el restaurante.

d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?

Que el precio y calidad estén acorde a las expectativas del restaurante.

e. ¿Por Qué razón se cambiaría de proveedor?

Por el precio o la mala calidad del producto.

f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?

Producto	Cantidad Libras
Albacora grande	100
Albacora pequeña	-
Almejas sacadas	50
Camarón 31-36	80
Camarón 41-47	70
Conchas sacadas	150
Corvina en plancha	420
Corvina plateada	120
Filete dorado	150
Filete espada	-
Langostinos	200
Lomo albacora	50
Mejillones	55
Pulpo	250
Salmón filete	300
Tilapia	130
Picudo	110
Calamar al vacío	250
Dorado Buffet	280
Calamar	170
Patas de Calamar	120

g. ¿Con qué frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

Semanales, si nos llegase a faltar producto, debido al incremento de ventas, se pediría en el momento más mariscos.

h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?

Producto	Precio por libras
Albacora grande	3,75
Albacora pequeña	-
Almejas sacadas	3,45
Camarón 31-36	3,90
Camarón 41-47	3,40
Conchas sacadas	3,50
Corvina en plancha	5,00
Corvina plateada	6,00
Filete dorado	4,25
Filete espada	-
Langostinos	6,80
Lomo albacora	4,50
Mejillones	3,60
Pulpo	4,40
Salmón filete	8,45
Tilapia	5,75
Picudo	5,80
Calamar al vacío	2,90
Dorado Buffet	3,15
Calamar	2,25
Patas de Calamar	2,90

i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?

Quincenales.

Elaborado por: Autora

Entrevista realizada a: Señor Francisco Suarez

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de Alago

a. En una breve respuesta ¿Que considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?

Sabor de la comida.

b. ¿Qué mariscos compra?

Camarones, conchas, salmón, corvina, pulpo, calamares, etc.

c. ¿A quién le compra en la actualidad?

Vamos al mercado a diario.

d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?

La calidad que tenga el producto, esto encierra a la frescura y apariencia que tenga el mismo.

e. ¿Por Qué razón se cambiaría de proveedor?

Por alguien que me vaya a dejar al restaurante los mariscos conservando los precios del mercado en el que adquirimos el producto.

f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?

Producto	Cantidad Libras
Albacora grande	30
Albacora pequeña	10
Almejas sacadas	-
Camarón 31-36	-
Camarón 41-47	90
Conchas sacadas	30
Corvina en plancha	310
Corvina plateada	50
Filete dorado	80
Filete espada	40
Langostinos	120
Lomo albacora	30
Mejillones	20
Pulpo	180
Salmón filete	230
Tilapia	150
Picudo	70
Calamar al vacío	150
Dorado Buffet	250
Calamar	70

Patas de Calamar	80
------------------	----

g. ¿Con qué frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

Semanalmente.

h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?

Producto	Precio por libras
Albacora grande	3,90
Albacora pequeña	3,10
Almejas sacadas	-
Camarón 31-36	-
Camarón 41-47	3,45
Conchas sacadas	4,50
Corvina en plancha	4,80
Corvina plateada	6,15
Filete dorado	4,10
Filete espada	4,00
Langostinos	6,75
Lomo albacora	4,50
Mejillones	3,60
Pulpo	4,50
Salmón filete	8,50
Tilapia	5,65
Picudo	5,75
Calamar al vacío	2,80
Dorado Buffet	3,10
Calamar	2,30
Patas de Calamar	2,85

i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?

Mensuales.

Elaborado por: Autora

Entrevista realizada a: Ing. Luis Salas

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de Carlo y Carla

- a. En una breve respuesta ¿Que considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?**

Calidad del plato. (Sabor)

- b. ¿Qué mariscos compra?**

Por lo general compramos más salmón, pero en nuestro menú tenemos mucha variedad que compramos siempre camarón, calamar, pulpo, etc.

- c. ¿A quién le compra en la actualidad?**

Mercado y ciertos proveedores que nos vienen a dejar a domicilio camarones.

- d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?**

Nos importa mucho la relación calidad-precio del producto.

- e. ¿Por qué razón se cambiaría de proveedor?**

Porque existe uno que mejoró su propuesta en cuanto a precios, o porque nos lo viene a dejar a domicilio el marisco.

- f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?**

Producto	Cantidad Libras
Albacora grande	30
Albacora pequeña	20
Almejas sacadas	30
Camarón 31-36	75
Camarón 41-47	40
Conchas sacadas	40
Corvina en plancha	180
Corvina plateada	60
Filete dorado	70

Filete espada	50
Langostinos	160
Lomo albacora	20
Mejillones	35
Pulpo	150
Salmón filete	200
Tilapia	100
Picudo	60
Calamar al vacío	130
Dorado Buffet	180
Calamar	60
Patas de Calamar	60

g. ¿Con qué frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

A diario, pero si se programa las ventas podría convertirse en semanal.

h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?

Producto	Precio por libras
Albacora grande	3,75
Albacora pequeña	3,20
Almejas sacadas	3,55
Camarón 31-36	4,00
Camarón 41-47	3,50
Conchas sacadas	4,60
Corvina en plancha	4,90
Corvina plateada	6,10
Filete dorado	4,20
Filete espada	3,95
Langostinos	6,90
Lomo albacora	4,50
Mejillones	3,50
Pulpo	4,50
Salmón filete	8,60
Tilapia	5,75
Picudo	5,80
Calamar al vacío	3,00
Dorado Buffet	3,25
Calamar	2,30

Patatas de Calamar	2,85
--------------------	------

i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?

Cada quince días.

Elaborado por: Autora

Entrevista realizada a: Sr. Carlos Vinueza

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de Sion Lung Mariscos

a. En una breve respuesta ¿Que considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?

La calidad tanto del plato como del restaurante.

b. ¿Qué mariscos compra?

Pulpo, mejillones, conchas, calamar, camarones, pescado de algunas variedades, cangrejo. El Sion Lung se divide en dos partes, mariscos y comida china, pero para ambas ramas usamos mariscos.

c. ¿A quién le compra en la actualidad?

Siempre vamos al mercado de la Caraguay.

d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?

Calidad del mismo

e. ¿Por qué razón se cambiaría de proveedor?

Porque me da mejores precios con la misma calidad.

f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?

Producto	Cantidad Libras
Albacora grande	50
Albacora pequeña	30
Almejas sacadas	30
Camarón 31-36	60
Camarón 41-47	50
Conchas sacadas	130
Corvina en plancha	130
Corvina plateada	90
Filete dorado	130
Filete espada	100
Langostinos	180
Lomo albacora	30
Mejillones	50
Pulpo	200
Salmón filete	210
Tilapia	100
Picudo	90
Calamar al vacío	220
Dorado Buffet	200
Calamar	120
Patas de Calamar	80

g. ¿Con qué frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

Semanal.

h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?

Producto	Precio por libras
Albacora grande	3,80
Albacora pequeña	3,10
Almejas sacadas	3,60
Camarón 31-36	3,90
Camarón 41-47	3,50
Conchas sacadas	4,50
Corvina en plancha	5,00
Corvina plateada	6,15
Filete dorado	4,10

Filete espada	3,80
Langostinos	6,80
Lomo albacora	4,50
Mejillones	3,65
Pulpo	4,50
Salmón filete	8,40
Tilapia	5,70
Picudo	5,85
Calamar al vacío	2,90
Dorado Buffet	3,10
Calamar	2,15
Patas de Calamar	2,90

i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?

Mensual.

Elaborado por: Autora

Entrevista realizada a: Sr. Francisco Mosquera

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de Casa Mar

a. En una breve respuesta ¿Qué considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?

Calidad del marisco.

b. ¿Qué mariscos compra?

Camarones, langostinos, calamares, salmón, corvinas, etc.

c. ¿A quién le compra en la actualidad?

Ciertas cosas en el Supermaxi, otras en el mercado de la Caraguay y ciertas en el mercado de Sauces.

d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?

La frescura que tenga el marisco, y la higiene en que se encuentre.

e. ¿Por qué razón se cambiaría de proveedor?

Porque me da mejor calidad, al mejor precio.

f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?

Producto	Cantidad Libras
Albacora grande	80
Albacora pequeña	20
Almejas sacadas	35
Camarón 31-36	50
Camarón 41-47	30
Conchas sacadas	50
Corvina en plancha	280
Corvina plateada	70
Filete dorado	120
Filete espada	100
Langostinos	100
Lomo albacora	40
Mejillones	30
Pulpo	120
Salmón filete	200
Tilapia	80
Picudo	70
Calamar al vacío	130
Dorado Buffet	150
Calamar	80
Patas de Calamar	80

g. ¿Con que frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

Semanal.

h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?

Producto	Precio por libras
Albacora grande	3,50
Albacora pequeña	3,25
Almejas sacadas	3,55

Camarón 31-36	3,90
Camarón 41-47	3,75
Conchas sacadas	4,60
Corvina en plancha	4,80
Corvina plateada	6,15
Filete dorado	4,00
Filete espada	3,90
Langostinos	6,90
Lomo albacora	4,50
Mejillones	3,50
Pulpo	4,60
Salmón filete	8,50
Tilapia	5,85
Picudo	5,70
Calamar al vacío	2,85
Dorado Buffet	3,15
Calamar	2,20
Patas de Calamar	2,85

i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?

Quincenal.

Elaborado por: Autora

Entrevista realizada a: Sr. Boris Ojeda

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de La Balandra

a. En una breve respuesta ¿Qué considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?

Calidad tanto del servicio como de la comida.

b. ¿Qué mariscos compra?

Todos los que Mariscos del Pacífico tienen en su tabla, pero con prioridad compramos la corvina.

c. ¿A quién le compra en la actualidad?

Mercado de la Caraguay.

d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?

El precio.

e. ¿Por qué razón se cambiaría de proveedor?

Porque me da facilidades de pago, mejor calidad a precio de mercado.

f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?

Producto	Cantidad Libras
Albacora grande	60
Albacora pequeña	40
Almejas sacadas	45
Camarón 31-36	70
Camarón 41-47	40
Conchas sacadas	70
Corvina en plancha	410
Corvina plateada	80
Filete dorado	130
Filete espada	120
Langostinos	160
Lomo albacora	40
Mejillones	30
Pulpo	160
Salmón filete	220
Tilapia	100
Picudo	100
Calamar al vacío	120
Dorado Buffet	120
Calamar	100
Patas de Calamar	95

g. ¿Con que frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

Semanales.

h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?

Producto	Precio por
-----------------	-------------------

	libras
Albacora grande	3,75
Albacora pequeña	3,20
Almejas sacadas	3,50
Camarón 31-36	3,80
Camarón 41-47	3,60
Conchas sacadas	3,50
Corvina en plancha	4,90
Corvina plateada	6,25
Filete dorado	4,10
Filete espada	4,00
Langostinos	6,90
Lomo albacora	4,50
Mejillones	3,50
Pulpo	4,40
Salmón filete	8,50
Tilapia	5,75
Picudo	5,80
Calamar al vacío	2,80
Dorado Buffet	3,00
Calamar	2,40
Patas de Calamar	2,80

i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?

Cada mes.

Elaborado por: Autora

Entrevista realizada a: Ing. Alberto Chacón

Cargo en la empresa: Jefe de Compras de Otabe

a. En una breve respuesta ¿Qué considera que es lo más importante que el restaurante debe cuidar?

Higiene tanto del establecimiento como las medidas de higiene que se tomen al cocinar.

b. ¿Qué mariscos compra?

Casi todos excepto por calamar y conchas.

c. ¿A quién le compra en la actualidad?

Mercado de la Caraguay y ciertos proveedores.

d. ¿Qué valora más al momento de la compra de mariscos?

Frescura y precio

e. ¿Por qué razón se cambiaría de proveedor?

Porque me mejoran ya sea calidad, precio o formas de pago.

f. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar a Mariscos del Pacífico?

Producto	Cantidad Libras
Albacora grande	-
Albacora pequeña	50
Almejas sacadas	-
Camarón 31-36	50
Camarón 41-47	20
Conchas sacadas	-
Corvina en plancha	120
Corvina plateada	50
Filete dorado	60
Filete espada	60
Langostinos	100
Lomo albacora	30
Mejillones	20
Pulpo	80
Salmón filete	190
Tilapia	-
Picudo	50
Calamar al vacío	100
Dorado Buffet	100
Calamar	-
Patas de Calamar	30

g. ¿Con que frecuencia quisiera que sus pedidos sean entregados?

Semanales.

- h. Según la tabla presentada, ¿Cuánto sería el valor dispuesto a pagar en cada ítem?**

Producto	Precio por libras
Albacora grande	-
Albacora pequeña	3,15
Almejas sacadas	-
Camarón 31-36	4,00
Camarón 41-47	3,50
Conchas sacadas	-
Corvina en plancha	4,90
Corvina plateada	6,10
Filete dorado	4,15
Filete espada	4,00
Langostinos	6,90
Lomo albacora	4,50
Mejillones	3,50
Pulpo	4,40
Salmón filete	8,50
Tilapia	-
Picudo	5,75
Calamar al vacío	2,90
Dorado Buffet	3,10
Calamar	-
Patas de Calamar	2,80

- i. ¿Cómo le interesaría realizar los pagos?**

Mensual.

Elaborado por: Autora