



Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de tecnólogo en administración de empresas.

Carrera:

Administración de empresas

Tutora:

Lcda. María José Menéndez Ledesma

Tema:

Reestructuración de la microempresa “Picantería Tiburón Andrade”, ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil.

Autor:

Douglas Alex Andrade Toral

Año:

2021



Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de tecnólogo en administración de empresas.

Carrera:

Administración de empresas

Tutora:

Lcda. María José Menéndez Ledesma

Tema:

Reestructuración de la microempresa Picantería “EL Tiburón Andrade”,
ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil.

Autor:

Douglas Alex Andrade Toral

Año:

2021

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, **Douglas Alex Andrade Toral**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración, titulado: **“Reestructuración de microempresa “Picantería Tiburón Andrade” ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

Douglas Alex Andrade Toral

CI:0919218891

Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaria).

Copia a color de: Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.

Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Lcda. Ma. José Menéndez Ledesma, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración, cuyo tema es **Reestructuración de microempresa “Picantería Tiburón Andrade” ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil**”, fue elaborado por el Sr. Douglas Alex Andrade Toral, ha sido debidamente revisada y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Lcda. Ma. José Menéndez L.
Tutor de Trabajo de Titulación

Dedicatoria

Dedico mi tesis a mi Señora Madre por a ver sido y ser mi mayor motivación, por ser parte de esta lucha en verme alcanzar el éxito al haberme inculcado los mayores valores y ser una persona de bien para que de esta manera ser un gran aporte para mi familia y mi país.

Douglas Andrade T.

Agradecimiento

Creo firmemente que casi todo es cuestión de actitud, no se trata de lo que ocurre, sino de cómo lo afrontas.

Agradezco principalmente a mi Madre Ángela Toral la cual fue pieza fundamental desde mis inicios para lograr alcanzar mis metas, gracias a mi padre por darme ese apoyo en enfocarme en mis estudios y finalmente le doy gracias a mi esposa Jossiana Jiménez por que juntos logramos lo que nos proponemos dándonos el apoyo y valorándonos mutuamente conseguimos el éxito en nuestras vidas.

Agradezco a mis profesores por haber compartido sus conocimientos y experiencias académicas al a ver cosechado en mi ideas y resultados extraordinarios.

Agradezco a mi docente tutor por haber sido guía de uno de mis objetivos alcanzados en mi carrera profesional.

Douglas Andrade T.

Índice

| | |
|---|----|
| Introducción..... | 1 |
| Capítulo I. Fundamentación | 8 |
| 1.1 Marco histórico | 8 |
| 1.2 Marco teórico | 12 |
| 1.3 Marco conceptual..... | 14 |
| 1.4 Marco Jurídico: | 16 |
| Capítulo II. Metodología empleada. | 25 |
| 2.1 Enfoque Mixto | 25 |
| 2.2 Tipos de Estudio | 25 |
| 2.3.1 Método teórico | 26 |
| 2.3.2 Método empírico | 27 |
| 2.3.3 Método Estadístico..... | 29 |
| Capítulo III. Desarrollo de la Propuesta. | 43 |
| 3.1 Análisis PEST. | 43 |
| 3.2 Análisis DAFO (FODA). | 50 |
| 3.4 Desarrollo de la propuesta: | 52 |
| 3.4.1 Título de la propuesta..... | 52 |
| 3.4.2 Objetivo de la propuesta..... | 52 |
| 3.4.3 Visión: | 52 |
| 3.4.4 Misión: | 52 |
| 3.4.5 Valores: | 52 |
| 3.5 Diseño de la marca:..... | 53 |
| 3.6 Organigrama: | 54 |
| 3.7 Diseño de la micro empresa:..... | 55 |
| 3.8 Estrategia comunicativa:..... | 56 |
| 3.9 Detallar las funciones de cada colaborador: | 57 |
| 3.10 Manual de Funciones:..... | 58 |
| 3.11 Implementar el servicio Delivery. | 63 |
| 3.12 Implementación de uniforme | 64 |
| 3.13 Creación de menú | 67 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 3.14 Creación de hoja volante | 68 |
| 3.15 Presupuesto | 69 |
| 3.16 Cronograma de trabajo..... | 70 |
| Conclusiones: | 71 |
| Recomendaciones: | 72 |
| Bibliografía..... | 73 |
| Anexos..... | 76 |

Índice De Imagen

| | |
|---|-----------|
| Imagen 1 Publicidad Competencia | 33 |
| Imagen 2 Logo..... | 53 |
| Imagen 3 Redes Sociales | 56 |
| Imagen 4 Servicio Delivery | 63 |
| Imagen 5 Uniforme | 64 |
| Imagen 6 Uniforme | 65 |
| Imagen 7 Uniforme | 65 |
| Imagen 8 Uniforme | 66 |
| Imagen 9 Propuesta de menú | 67 |
| Imagen 10 Propuesta Hoja Volante | 68 |

Índice De Tablas

| | |
|----------------------|----|
| Tabla 1 | 34 |
| Tabla 2 | 35 |
| Tabla 3 | 36 |
| Tabla 4 | 37 |
| Tabla 5 | 38 |
| Tabla 6 | 39 |
| Tabla 7 | 40 |
| Tabla 8 | 41 |
| Tabla 9 | 42 |

Índice De Gráficos

| | |
|-------------------------|----|
| Gráfico 1 | 34 |
| Gráfico 2 | 35 |
| Gráfico 3 | 36 |
| Gráfico 4 | 37 |
| Gráfico 5 | 38 |
| Gráfico 6 | 39 |
| Gráfico 7 | 40 |
| Gráfico 8 | 41 |
| Gráfico 9 | 42 |
| Gráfico 10 | 54 |
| Gráfico 11 | 55 |

Informe del Urkund

Resumen

El presente trabajo de investigación consiste en reestructurar el micro emprendimiento Picantería “El Tiburón Andrade” el cuál cuenta con 4 meses ubicado en el sector Sur de la ciudad de Guayaquil, caracterizándose en ofrecer a los clientes del sector variedades de menú como: Encebollado de albacora, guatita, bollo entre otros. Del mismo modo el presente trabajo está estructurado bajo leyes ecuatorianas y reglamentos referentes al registro sanitario por manipulación de alimentos. En cuanto a los criterios metodológicos utilizados han sido el método: teórico, empírico y estadístico, se ha realizado encuesta aplicada a 50 personas mediante una selección de muestrea aleatoria simple a los clientes que visitan el restaurante, así como también se utilizó el método de análisis y síntesis mediante los datos bibliográficos que sirvió de apoyo para la investigación. También se utilizó el método empírico, donde se realizaron entrevistas al dueño de la Picantería, a los clientes y al experto en redes sociales lo cual ayudó a obtener una mejor claridad sobre las necesidades que posee el restaurante como: Mejorar el material publicitario, estructurar un correcto plan de volanteo que genere que atraiga la mayor cantidad de clientes, fortalecer la publicidad en las redes sociales.

Palabras claves: Picantería, reestructuración, clientes.

Abstract

This research work consists of restructuring the micro venture Picantería “El Tiburón Andrade” which has 4 months located in the South sector of the city of Guayaquil, characterized in offering customers of the sector menu varieties such as: Albacora encebollado, guatita, bun among others. Similarly, this work is structured under Ecuadorian laws, regulations, ISO market standards for health registration and environment. As for the methodological criteria used have been the method: theoretical, empirical and statistical, a survey has been conducted applied to 50 people, customers visiting the restaurant, as well as the method of analysis and synthesis to carry out this analysis was based on bibliographic data that supported this research. The empirical method was also used, where interviews were conducted with the owner of the Spicy, customers and the social media expert which helped to obtain better clarity about the needs of the restaurant such as: Improve advertising material, structure a correct flyer plan that generates that attracts the most customers, strengthen advertising on social networks.

Keywords: Spicy, restructuring, customers.

Introducción

a) Descripción del tema

Desde hace mucho tiempo, la gastronomía es y sigue siendo uno de los íconos más representativos de cada país, ciudad o región el cual no tiene límite de sabores debido a la combinación de diversos ingredientes que se utilizan en la preparación de cada plato, además de ser característico de una zona específica, es parte importante de las necesidades básicas diarias de los seres humanos ya que se encuentra dirigido a todo público y puede ser consumido por todas las personas de cualquier raza, edad o sexo sin discriminación alguna.

EE. UU es un país donde existen mayores números de emprendimientos, uno de los más destacados es el de la gastronomía o emprendimientos culinarios, Uno de los restaurantes más sobresalientes es “Sabor Latino” tiene 20 años de actividad y en sus inicios fue un pequeño negocio familiar, al pasar del tiempo se vinculó un chef ecuatoriano Carlos Gallardo, quien ahora es socio del local y utiliza 100% productos ecuatorianos. Los restaurantes de comidas típicas internacionales tienen buena acogida por parte de los consumidores al ser algo innovador, platos atractivos para los consumidores por ser una cocina colorida. (Según el Diario El Comercio, 2018)

Otro restaurante internacional de comidas típicas ecuatoriano destacado es el Tostado, el cual se describe como cebiche café-bar ubicado en Londres, También según el diario el Comercio, el restaurante tuvo lugar en la revista Time Out, Revista reconocida del país antes mencionado, el cual se destacó como uno de los mejores platillos internacionales en Londres en el mes de abril del año 2016. (Según el Diario El Comercio, 2018)

La gastronomía ecuatoriana paralizó a todo el mundo con su cocina colorida, sabor y calidad gourmet, varios chefs ecuatorianos los cuales emigraron a diferentes países con el fin de dar a conocer la gastronomía ecuatoriana a todo el mundo montaron sus negocios y fueron todo un éxito con la variedad de exquisitez de platos con productos 100% ecuatorianos. (Según la página del ministerio de turismo, 2018)

Por tal motivo el Ecuador sin duda alguna es un país muy diverso lleno de riquezas, se encuentra ubicado a orillas del océano pacífico, y con sus diversas regiones, además de gastronomía abundante es una opción importante para el crecimiento empresarial. Adicional es un país dolarizado que es atractivo por su fuerte moneda internacional.

Sin embargo, lastimosamente no todos los factores son buenos, lamentablemente ha crecido la incertidumbre en cuanto a decisiones gubernamentales. Esto no empieza en corto periodo de tiempo. Particularmente en el último gobierno si bien es cierto sí se fomentó el emprendimiento, pero no se les daban a las grandes empresas muchas herramientas para que puedan crecer, es más parecían enemigos.

Es por ello que tanto el gobierno como la empresa deben ser un nexo importantísimo, deben ser socios en el crecimiento empresarial. Principalmente la ciudad de Guayaquil impacta principalmente por su amistad para el foráneo, la gente es muy simpática, además otro proyecto que ayudó al crecimiento fue la regeneración urbana. Guayaquil es una ciudad de buen comer de empuje y de desarrollo. Inclusive el gobierno seccional tubo complicaciones con el gobierno nacional por lo que no podían trabajar juntos para la ayuda de los ciudadanos, esto dio un mal aspecto a todos los ciudadanos y al mundo de lo que pasaba en el país, sin embargo, el guayaquileño sigue luchando, sigue emprendiendo.

Parte de las riquezas por la cual todos los ecuatorianos se sienten orgullosos es la gastronomía, para región o cada ciudad tiene su propia gastronomía que es reconocida inclusive mundialmente. Mediante los tratados que se han generado se puede enviar a otros países nuestros productos que son base para que se puedan realizar los platos más ricos. Antes de la crisis de coronavirus. Según (Telégrafo, 2013):

De acuerdo a un estudio realizado por el INEC señala que “Los ecuatorianos destinan un mayor número de ingresos a la compra de alimentos y bebidas no alcohólicas y gastan menos en alcohol, tabaco y estupefacientes, lo que les significa un egreso total de 2.393,5 millones de dólares mensuales”.

La cifra incluye a otros 10 bienes y servicios que figuran en la estructura de egresos de los hogares, según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2011-2012 efectuada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Inec). La última investigación se hizo en el período comprendido entre 2003 y 2004. Después de 10 años la realidad es otra: los ecuatorianos tienen una capacidad de ingresos que les permite gastar de acuerdo con sus hábitos de consumo; hay excedentes para ahorrar, pero persiste una distribución inequitativa, tanto del ingreso como del gasto.

Es decir, si se puede analizar desde un punto de vista social, el Ecuador siempre ha sido consumista es decir según las investigaciones antes mencionada los ecuatorianos gastan muchísimo dinero en cuanto a alimentación es decir el 24.23% de sus ingresos están destinados a comida. Obviamente no hay estudios actuales.

Por tal motivo el presente trabajo investigativo consiste en reestructurar la picantería Tiburón Andrade que se encuentra ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de poder lograr satisfacer las necesidades de los clientes del sector e incrementar las ventas.

Sin duda alguna los restaurantes de comida típica en la ciudad de Guayaquil tienen una gran acogida por todos sus consumidores ya sean estos nacionales o extranjeros por su gran variedad de platillos y precios accesibles a cada persona. En Ecuador en especial la ciudad de Guayaquil una de las ventajas al tener una Picantería es porque poseen un centro de distribución de venta de mariscos al mayorista o menorista en el mercado municipal “Caraguay” el cual tiene mariscos de primera calidad y también cuentan con centros de distribución más cercanos de vegetales frescos que llegan todos los días de la sierra.

A todo ello se suma el aporte de la banca privada donde otorga líneas de crédito para los emprendimientos, según el Banco del Pacífico con su eslogan Crédito Pyme Pacífico, ofrece a las pequeñas y medianas empresas poder obtener préstamos desde \$3000 con una tasa desde el 10%.

Sin embargo, para inicios del año 2020 empezó una enfermedad causada por el Coronavirus llamada “Covid 19”, donde la Organización Mundial de la Salud, muy tarde la declara pandemia, y cambia todo el panorama para el mundo. Las personas comenzaron a evitar salir, en primer lugar, y todo el mundo tuvo que ir a sus casas.

El alcance del covid fue tan fuerte que se vio en muchas partes y en muchas regiones muertos, ya sean amigos o familiares. Esta enfermedad no solamente produjo una histeria colectiva, si no que trae consigo, diferentes y nuevas maneras de hacer negocio, es decir todas las empresas empezarán a evolucionar.

Lamentablemente según encuestas Epot Report el 10% de las empresas cambian por una convicción propia, el 20% por que ven una oportunidad de cambiar y el 70% solo cuando hay crisis o están obligados a cambiar, esto invita a las empresas a ser más proactivas en sus procesos para hacer negocios.

Otro factor importante es el desempleo que empezará a pasar, ya para la época de Rafael Correa a finales de su último mandato existía un número muy alto de desempleo y adicional al subempleo, en la campaña de su predecesor se prometió disminuir el desempleo, o el trabajo informal pero no se cumplió, siguió creciendo la crisis, y aumentando el valor de las cosas, la inflación, a todo esto se sumó el problema que tuvo el gobierno con los habitantes de la región andina a tal punto que se realizó un paro en el 2019 ya que el gobierno pretendía sacar los subsidios de los combustibles.

Todos estos factores, aunque han sido tremendamente fuertes y han golpeado al país sin igual, y se provee que la crisis financiera será peor, la industria que sigue produciendo que sigue creciendo es la restaurantera. Los restaurantes, aunque han limitado su apertura y aunque han enfrentado a un sobreprecio que no se controla, siguen evolucionando, ya ahora, aunque se produce la comida, y la comida continúa consumiéndose, se cambiaron las estrategias para llegar a las empresas, es decir, ahora se facilita tanto a los clientes por los horarios que no se puede salir a la calle que hasta aparecen con gran fuerza los repartidores, los Courier.

Hoy más que nunca con todo lo que se está viviendo en el Ecuador y en el mundo, a partir de las recesiones económicas que empiezan a crear conmoción en los mercados, como por ejemplo la caída del petróleo, o el aumento del valor del dólar es imperante analizar las nuevas soluciones que se deben de crear para la mejora y creación de las empresas.

Por todos estos motivos y por el gusto de los guayaquileños de seguir comiendo bien por precios competitivos es que se planea la **“Reestructuración de la picantería El Tiburón Andrade”** ubicada en las calles francisco de marcos y esmeraldas en la ciudad de Guayaquil.

Resaltando una atención eficaz al cliente en la cual se pretenda atender de la mejor manera al público y diferenciar de la competencia.

La atención que dan aquellos restaurantes o Picanterías no son los más adecuados ya que en la actualidad es importante la rapidez en el servicio y disminuir el contacto con aquellas personas que desconocemos, mientras el servicio sea más eficiente, eficaz y 100% enfocado en la salud y bienestar de nuestros clientes ahí está la clave del éxito, no solamente hablando del servicio a domicilio si no de colocar en la picantería unos quioscos Digitales en los cuales los clientes puedan elegir su comida típica favorita y agregar a su compra lo que desee sin tener contacto mucho tiempo con una persona el cual facilitara el servicio al cliente y garantizara que la visita a nuestro establecimiento sea 100% saludable.

La Picantería “El Tiburón Andrade” contará con una gran variedad de platos típicos a gusto de todas las personas: Encebollado, ceviche, bollo, cazuela, seco de pollo, entre otros con el fin de captar rápidamente la mayor cantidad de clientes teniendo un menú variado.

Los platos serán preparados con mucho profesionalismo, utilizando las nuevas medidas sanitarias que exige el país para cuidar al público, tener cuidado de que ningún virus pueda influir en los clientes y además evolucionar como empresa. Principalmente se distinguirá producto, adecuados, como el producto estrella, el encebollado que es muy tradicional, y además acompañado de los buenos complementos se transforma en un manjar espectacular. Pero ya que el ecuatoriano tiene diferentes gustos, se debe de evolucionar en

los platos es decir utilizar la creatividad, y acompañados de una excelente estructura administrativas y en conjunto con estrategias de Marketing se realizará un emprendimiento muy interesante que sea proveedor de trabajos.

Es importante en la contextura de la empresa implementar las principales estructuras tecnológicas por medio de las TIC y las TAC para el correcto desarrollo y crecimiento el negocio que se encuentren al alcance de los inversionistas, para poder mezclar la tecnología con la comida y realizar una fuente importante de desarrollo tanto para la familia del emprendedor como para los colaboradores que a él asisten y a su vez marcando la diferencia en la categoría de mercado que participamos.

CAPÍTULO 1. Dentro del capítulo 1 se puede conocer tanto las normativas legales que influyan a la empresa, como por ejemplo las leyes que permiten crear la empresa, la Constitución de la república del Ecuador y las leyes de desarrollos de cada emprendimiento, los marcos históricos, acompañados de los marcos teóricos y conceptuales.

CAPÍTULO 2. Dentro del capítulo 2 principalmente se encontrará la metodología de la empresa, es decir cuáles son las estrategias metodológicas que se usara, los tipos de estudio de trabajo, y como se pudo elaborar el proceso de tesina que principalmente desarrollan una fuerza de crecimiento empresarial.

CAPÍTULO 3. Dentro del capítulo 3 se encontrará la propuesta, que hace mención a toda la estructura de emprendimiento, cómo se desarrolló sus puntos principales, su esquema de atención y producción entre otros detalles.

b) Problema de Investigación

De la misma manera se ha considerado realizar una reestructuración interna de la microempresa ¿Cómo atender las necesidades internas de la picantería El Tiburón Andrade ubicada al sur de Guayaquil?

c) Objetivo:

Reestructurar la microempresa “Picantería Tiburón Andrade”, ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil.

Capítulo I. Fundamentación

1.1 Marco histórico

❖ Administración

La administración al pasar de los años fue evolucionando junto al hombre a medida de cómo lo requiere, todo empezó en la civilización antigua cuando las personas tenían que juntarse en grupos para lograr subsistir por lo que se organizaban para poder tener un buen manejo de sus recursos.

En los años 1700 - 2000 a.C. el rey de babilonia Hammurabi creo leyes de carácter mercantil, el cual se basó en contratos, prestamos, acuerdos y pagares, las transacciones en esa época eran registradas en tabillas a manera de un medio de control.

Durante los años 1770 - 1850 La revolución industrial marco una etapa fundamental por el desarrollo y aparición de las máquinas de vapor Watt, primeras industrias textiles mecánicas y las iniciales maquinas modernas, que ayudo a evolucionar la norma de producción, a los que se vieron obligados a necesitar mayor número de personal, cambiar el método de comercialización y capitalización. Su evolución ayudo a que existan el comienzo aproximado de procesos. Como un cambio fundamental para de naturaleza económica pero que influye en todos los resortes de la sociedad. (García Hernán, 2007).

En la actualidad la administración es un proceso de globalización ya que ayuda a buscar un desarrollo favorable a nuevas tácticas aplicándose en diversos contextos tales como: cultura, religión, sociedad, empresa, sistema educativo y medio ambiente. Los restaurantes o picanterías son atendidos por meseros, en la antigüedad después de la segunda guerra mundial las iglesias acostumbraban refugiar a los viajeros y darles alimentos recibiendo cesión a cambio, es aquí donde arranco la idea de crear puestos de comidas y bebidas el cual fue aplicado por los comerciantes de aquellos tiempos.

❖ **Historia de Picanterías en Guayaquil**

Una de las primeras picanterías en la ciudad de Guayaquil fue la Picantería Olguita la cual tiene 60 años en el mercado, en sus inicios empezó con uno de sus platos estrellas que es el pescado frito con verde asado que se realizaba en ese tiempo en un fogón donde se cocinaba y servía el verde asado el cual luego cambio por verde troceado y en la actualidad es todo un éxito gracias a su variedad de platos típicos que ofrece con tres grandes locales ubicados donde en uno de ellos funciona su primer centro de eventos, parte del personal que labora en la picantería es homosexual con la frase de la propietaria “Un Gay trabajando era uno menos en la calle” (El Universo, 2014)

Otra picantería en la ciudad de Guayaquil con historia es la Picantería Los Arbolitos la cual tiene 49 años ya en actividad, el negocio empezó de manera informal con su primer plato que era el caldo de salchicha, luego que la principal propietaria del negocio se unió con su familia para levantar el negocio el cual prospero incluyendo más platos típicos al menú como el encebollado, ceviche, guatita y bandera. En la actualidad la picantería cuenta con tres locales que ofrecen el mismo servicio incluyendo el servicio a domicilio. (El Universo, 2014)

(Según el diario El Universo en el año 2014) En la ciudad de Guayaquil existe más de 550 huecas gastronómicas dedicadas a realizar este tipo de preparación de alimentos típicos, estudio realizado por el Municipio de Guayaquil y siete escuelas gastronómicas de la ciudad. (El Universo, 2014)

Es importante resaltar que en el centro de convenciones de Guayaquil se realiza todos los años la Feria gastronómica raíces el cual en la edición del año 2019 tuvieron un promedio de 70.000 personas en los cinco días que duró la feria las cuales degustaron los platos típicos, grandes chefs mostrando las delicias de platillos típicos que preparaban para gusto de cada consumidor, la séptima edición se realizó en septiembre del año 2020 siendo este un año complicado para todo el país por tema de pandemia se realizó de forma presencial y virtual ya que solo permitían el 30% del aforo cumpliendo estrictamente las medidas de bioseguridad. (El Comercio, 2020)

Los emprendimientos son tan antiguos como la humanidad misma, El desarrollo de un negocio o el nacimiento de un negocio va muy ligado al mismo nacimiento del ser humano. No importa la cultura o en la época siempre se ha emprendido, inclusive ya sea con agricultura, con ganadería e inclusive con los mismos humanos transformándolos en esclavos y creando grandes mercados de ventas de comercio en muchos mercados del mediterráneo.

Los principales mercaderes de norte a sur soñaban con los productos perfectos para poderlos comercializar de punta a punta, es por esto que cada vez conforme a la globalización avanzó creció el comercio y crecieron los emprendimientos en las etapas del mundo y su evolución.

Guayaquil como una de las principales ciudades del Ecuador es centro de un alto índice de migración y esto hizo que sea un lugar con un folclor impresionante en el ámbito gastronómico, una de ellas es la picantería Olguita con varias sucursales la cual tiene ya 60 años preparando estos deliciosos platos típicos, también encontramos la picantería Los Arbolitos ubicada en san Martín #702 y Rumichaca la cual tiene 40 años en actividad realizando esos deliciosos platos típicos y tiene un lema que cada cliente debe esperar solo 5 minutos para recibir su encebollado, las famosas guatitas de Guatita de Pedro Moncayo y Luque, Cevichería el grillo en Ballén y Tulcán, no podía faltar en esta lista la Cevichería Aquí esta Marcelo's ubicada hace 25 años en Esmeraldas y Vélez y en la actualidad está ubicada en Diez de Agosto y Esmeraldas.

De aquí se han apertura un sin número de zonas de alimentos que han sido en unos casos programadas y en otras no, por ejemplo, las esquinas de 4 de noviembre y los Ríos que son muy conocidas por ser un sector de comidas típicas, adicional las calles Cuenca y la 8, o en el caso de zonas ya establecidas como lugares de comida con un nivel mayor en Samborondón como Food Garden han sido baluartes fundamentales en la economía.

❖ **Historia de Picantería Tiburón Andrade**

La Picantería el “Tiburón Andrade” inicia el 15 de agosto del 2020 a deleitar el paladar de aquellos consumidores de aquel sector con el delicioso encebollado de albacora, picantería ubicada en el sector de la Isla Trinitaria Cooperativa 25 de julio, en sus inicios los trabajadores de la picantería eran los propietarios mismo del negocio aquel plus fue para enganchar y fidelizar a la clientela dándoles un excelente servicio cogido de la mano con la calidad de sus productos que ofrecían. El delicioso encebollado de albacora era preparado por el propietario, la esposa y la madre del propietario del negocio, una vez terminado el encebollado lo trasladaban hasta el local para iniciar la venta del día.

Por el tema de la pandemia que pasaba el país y el mundo entero, se implementó el servicio a domicilio el cual nos generaba el 50% de las ganancias del día, un canal indispensable para la sostenibilidad del negocio. El servicio a domicilio era realizado por el propietario del negocio.

El propietario del negocio el señor Douglas Andrade tomo la decisión en noviembre del 2020 implementar nuevos platos a su menú ya que aquellos consumidores del sector anhelaban consumir algo más, algo diferente y es ahí que implementamos la variedad de platos típicos bollo, guatita, entre otros.

A finales de noviembre del 2020 ya el negocio contaba con 2 meseros y una anfitriona colaboradores que implementaban funciones poli funcional y para llamar más la atención contábamos con uniformes propios de la picantería el cual nos ayudó a diferenciarnos de la competencia al momento de poner en marcha el plan de volanteo en el sector y manteníamos precios de valor para atraer a futuros consumidores y poder posicionarnos en el sector.

Posteriormente en enero del 2021 el negocio obtuvo más acogida y popularidad debido a saludos e invitaciones a comer a la picantería por parte de jugadores reconocidos a nivel nacional y mundial, uno de ellos el crack Gonzalo Plata, lo cual permitió que las redes sociales también tengan acogidas de posibles consumidores lo cual permitió elevar los

precios ya una vez posicionados en el sector y obtener un motorizado exclusivamente para entrega de pedidos.

No obstante, fines de enero 2021 extendimos nuestros horarios de atención especialmente el día domingo, ya que aquellos los consumidores del sector buscaban aquel plato típico hasta altas horas de la tarde y de la misma forma el local fue adecuado de la mejor manera para dar la comodidad que necesita el cliente en nuestro establecimiento.

1.2 Marco teórico

❖ Microempresa:

De la misma forma (Teo Díaz Rodríguez, 2015) indica que “Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

Según el economista (Mario Cantalapiedra, 2015) dice que la Unión Europea define “Microempresa aquella que tiene menos de 10 empleados y una cifra de negocio anual o un balance general anual no superior a los 2 millones de euros”.

De la misma forma (Merci Tapia Jaya, 2015) describe a la microempresa como una unidad económica que se encuentra operada por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de gestión empresarial, que desarrolla cualquier tipo de actividad ya sea de producción o de comercialización de bienes o prestación de servicios, en la que se puede distinguir elementos de capital trabajo y tecnología.

Según los autores (Pincay, Gardenia; Silva, Rossy; León Tomalá, Kelly, 2016) definen que “Una microempresa suele operar con menos de 10 personas y se inició con una pequeña cantidad de capital. La mayoría de las microempresas se especializan en el suministro de bienes o servicios por sus áreas locales.”

Asimismo señala (César Anselmo, 2016) que una microempresa es una pequeña unidad económica, de poca inversión con posibilidades de desarrollarse, crecer y auto sostenerse, y que en la mayoría de los casos es de pocos trabajadores siendo el dueño el encargado de administrarlo, también es común que sean negocios familiares, hay algunas distinciones en la definición de microempresa en cada país basadas en sus propias legislaciones.

Por otro lado, (Dalila Bances Acosta, 2016) explica que “La MICRO-EMPRESA es la pequeña unidad económica de subsistencia con problemas financieros, tecnológicos y de baja calificación de la mano de obra, perteneciente al sector informal de la economía, constituida entre 0 a 10 empleados”.

Según (Msc. Julio Flores Valencia , 2018) define como “micro empresa a la que tiene de 1 a 15 empleados y su volumen de negocio o balance es inferior a los \$300.000”.

Asimismo (Marta Romero, 2018) señala que “microempresa trata de una empresa pequeña que ejerce una actividad económica de forma regular y que cuenta con un reducido número de trabajadores”.

Finalmente de acuerdo a todo lo señalado en los párrafos que antecede, se ha considerado que los artículos publicados en las diferentes páginas web evidencian un mismo enfoque resaltando que las microempresas son pequeñas empresas que no requieren de mucho capital y que a su vez forman parte vital del sector empresarial de un país para ofrecer el aumento de empleos formales, los cuales contribuyen de manera baja, pero positiva al crecimiento del Producto Interno Bruto, también han sido consideradas como la principal fuente de ingreso en la gran mayoría de las familias, mejorando así la calidad de vida y disminuyendo las tasas de desempleo y los niveles de pobreza.

1.3 Marco conceptual

En este fragmento se especificará la connotación de algunos términos que no son muy habituales:

❖ Picantería:

El peruanismo picantería, (Vingerhoets Pflucker, 2018) según el Diccionario de peruanismo del especialista y diplomático Juan Álvarez Vita, alude al lugar donde se sirven picantes sean estos cusqueños, puneños o arequipeños, sin embargo, la palabra circula en nuestro medio casi siempre designando al lugar en el que se degusta la cocina arequipeña.

Las primeras picanterías estaban en el porvenir, en el distrito de la Victoria, en cuyo corazón reverberaba el trajín del mercado mayorista, más conocido como la parada, probablemente porque era el paradero final de la infinidad de camiones que hasta hoy traen los más diversos insumos del interior al país.

❖ Restaurante.

El concepto de restaurante comenzó a popularizarse en la segunda mitad del siglo XVIII, aunque antes ya existían establecimientos de este tipo. Se cree que la palabra está vinculada a que estos locales permiten “restaurar” el estómago de quien asiste. En la actualidad existe una gran cantidad de restaurantes diferentes, que ofrecen distintos servicios y especialidades. De acuerdo al tipo de cocina que sirven, puede hablarse de restaurantes chinos, restaurantes italianos, restaurantes mexicanos. Se conoce como restaurante buffet, restaurante autoservicio o tenedor libre a aquel establecimiento que pone los platos ya preparados a disposición de las personas para que éstas se sirvan. En los restaurantes tradicionales, en cambio, el cliente le pide a un camarero o mozo el plato que desea consumir y luego espera en la mesa que se lo sirvan. (Merino, 2014)

❖ Calidad

Según los autores (Gloria Ferrandis; García Aparisi, 2013) señala que actualmente, la definición de “calidad ha evolucionado a la gestión de calidad, la cual menciona a la misma como una manera de gestión que implementa la mejora continua en todos los procesos de una organización, definida como la calidad total”.

❖ **Calidad de servicio**

Asimismo, (Aby Leticia Sanchez España, 2017) explica en su tesis de grado que “La calidad del servicio es el resultado de un proceso de evaluación, en el cual los clientes comparan sus percepciones de la prestación del servicio recibido con las expectativas del mismo”.

❖ **Cliente potencial**

Según autores (Julián Pérez Porto; Ana Gardey, 2014) menciona que cliente potencial “Permite nombrar al sujeto que, de acuerdo a un análisis de mercado o estudio de marketing, podría convertirse en comprador, consumidor o usuario de un producto o servicio determinado”.

❖ **Consumidor**

Por otro lado, (Kotler Philipp; Armstrong Gary, 2007) explica que “consumidor se refiere a la forma en que compran los consumidores finales- individuos y hogares que adquieren bienes y servicios para consumo personal. Todos estos consumidores finales combinados constituyen el mercado del consumidor”.

❖ **Innovación**

Asimismo señala (Xavier Ferrás Hernández, 2014) “Innovación es explotar con éxito nuevas ideas o nuevo conocimiento, asumiendo más riesgo que los competidores, para conseguir una posición competitiva superior”.

1.4 Marco Jurídico:

a) Constitución de la República del Ecuador.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores. Concordancias: CODIFICACION DEL CODIGO DEL TRABAJO, Arts. 2, 273.

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios: 1. El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo.

2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.

3. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, estas se aplicarán en el sentido más favorable a las personas trabajadoras.

4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.

5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.

6. Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantener la relación laboral, de acuerdo con la ley.

7. Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente. De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.

8. El Estado estimulará la creación de organizaciones de las trabajadoras y trabajadores, y empleadoras y empleadores, de acuerdo con la ley; y promoverá su funcionamiento democrático, participativo y transparente con alternabilidad en la dirección.

9. Para todos los efectos de la relación laboral en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización.

10. Se adoptará el diálogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos.

11. Será válida la transacción en materia laboral siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.

12. Los conflictos colectivos de trabajo, en todas sus instancias, serán sometidos a tribunales de CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008

13. Se garantizará la contratación colectiva entre personas trabajadoras y empleadoras, con las excepciones que establezca la ley.

14. Se reconocerá el derecho de las personas trabajadoras y sus organizaciones sindicales a la huelga. Los representantes gremiales gozarán de las garantías necesarias en estos casos. Las personas empleadoras tendrán derecho al paro de acuerdo con la ley.

15. Se prohíbe la paralización de los servicios públicos de salud y saneamiento ambiental, educación, justicia, bomberos, seguridad social, energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, producción hidrocarburífera, procesamiento, transporte y distribución de combustibles, transportación pública, correos y telecomunicaciones. La ley establecerá límites que aseguren el funcionamiento de dichos servicios.

16. En las instituciones del Estado y en las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos, quienes cumplan actividades de representación, directivas, administrativas o profesionales, se sujetarán a las leyes que regulan la administración pública. Aquellos que no se incluyen en esta categorización estarán amparados por el Código del Trabajo.

(Constitución de la República del Ecuador, 2009)

b) Plan de desarrollo toda una vida:

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida

Este eje posiciona al ser humano como sujeto de derechos a lo largo de todo el ciclo de vida, y promueve la implementación del Régimen del Buen Vivir, establecido en la Constitución de Montecristi (2008). Esto conlleva el reconocimiento de la condición inalterable de cada persona como titular de derechos, sin discriminación alguna. Además, las personas son valoradas en sus condiciones propias, celebrando la diversidad. Así, nos guiamos por el imperativo de eliminar el machismo, el racismo, la xenofobia y toda forma de discriminación y violencia, para lo cual se necesita de políticas públicas y servicios que aseguren disponibilidad, accesibilidad, calidad y adaptabilidad. Los problemas de desarrollo son vistos como derechos insatisfechos y el Estado debe estar en condiciones de asumir las tres obligaciones básicas que tiene: respetar, proteger y realizar. Respetar implica que el mismo Estado no vulnere los derechos. Proteger significa que el Estado debe velar para que no se vulneren los derechos y, en caso de ocurrir, obligar el cumplimiento de las reparaciones correspondientes. Realizar conlleva que el Estado debe actuar proactivamente para garantizar plenamente los derechos, especialmente en los grupos de atención prioritaria.

Objetivos

Objetivo 1.- Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

c) Políticas y lineamientos estratégicos

Promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas.

- e. Normar y controlar la difusión de información calórica y nutricional de los alimentos, a efectos de que el consumidor conozca los aportes de la ración que consume con respecto a los requerimientos diarios recomendados por la autoridad nacional en materia de salud y nutrición.

- f. Desarrollar e implementar mecanismos que permitan fomentar en la población una alimentación saludable, nutritiva y equilibrada, para una vida sana y con menores riesgos de malnutrición y desórdenes alimenticios.
- g. Fomentar la oferta de alimentación saludable y pertinente en establecimientos públicos y privados de provisión de alimentos.
- h. Implementar mecanismos efectivos, eficientes y eficaces de control de calidad e inocuidad de los productos de consumo humano.
- i. Articular la producción local/nacional, su distribución y su consumo a las necesidades nutricionales de la población, a fin de garantizar la disponibilidad y el acceso permanente a alimentos nutritivos, sanos, saludables y seguros, con pertinencia social, cultural y geográfica, contribuyendo con la garantía de la sostenibilidad y soberanía alimentarias.

d) Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

Art. 61 lit. b.- Apoyará la soberanía alimentaria del país, por medio del fomento a la producción de alimentos para el consumo nacional, incentivando además de la productividad, la producción de bienes que favorezcan la nutrición adecuada de las familias ecuatorianas, especialmente de la niñez.

Art. 68.- Crédito para apertura de capital e inversión. -Las empresas privadas que requieran financiamiento para desarrollar nuevas inversiones, y que a su vez quisieran ejecutar un programa de apertura de su capital, en los términos de esta legislación, podrán beneficiarse de los programas de crédito flexible que implementará el gobierno nacional para la masificación de estos procesos, con tasas de interés preferenciales y créditos a largo plazo.

e) Ley de Propiedad Intelectual

De los derechos que confiere la patente

Art. 148.-El alcance de la protección conferida por la patente estará determinado por el tenor de las reivindicaciones. La descripción y los dibujos o planos y cualquier otro elemento depositado en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial servirán para interpretar las reivindicaciones.

Si el objeto de la patente es un procedimiento, la protección conferida por la patente se extiende a los productos obtenidos directamente por dicho procedimiento.

Art. 149.-La patente confiere a su titular el derecho a explotar en forma exclusiva la invención e impedir que terceras personas realicen sin su consentimiento cualquiera de los siguientes actos:

f) Cualquier otro acto o hecho que tienda a poner a disposición del público todo o parte de la invención patentada o sus efectos.

De la información no divulgada

Art.183.-Se protege la información no divulgada relacionada con los secretos comerciales, industriales o cualquier otro tipo de información confidencial contra su adquisición, utilización o divulgación no autorizada del titular, en la medida que:

- a. La información sea secreta en el entendido de que como conjunto o en la configuración y composición precisas de sus elementos no sea conocida en general ni fácilmente accesible a las personas integrantes de los círculos que normalmente manejan el tipo de información de que se trate;
- b. La información tenga un valor comercial, efectivo o potencial, por ser secreta.
- c. En las circunstancias dadas, la persona que legalmente la tenga bajo control haya adoptado medidas razonables para mantenerla secreta.

Art. 118.- Los empleadores protegerán la salud de sus trabajadores, dotándoles de información suficiente, equipos de protección, vestimenta apropiada, ambientes seguros de trabajo, a fin de prevenir, disminuir o eliminar los riesgos, accidentes y aparición de enfermedades laborales. Concordancias: CODIGO DEL TRABAJO.

Arts. 42 Art. 119.- Los empleadores tienen la obligación de notificar a las autoridades competentes, los accidentes de trabajo y enfermedades laborales, sin perjuicio de las acciones que adopten tanto el Ministerio del Trabajo y Empleo como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Concordancias: CODIGO DEL TRABAJO, Arts. 348, 386 Art. 120.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con el Ministerio del Trabajo y Empleo y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, vigilará y controlará las condiciones de trabajo, de manera que no resulten nocivas o insalubres durante los períodos de embarazo y lactancia de las mujeres trabajadoras. Los empleadores tienen la obligación de cumplir las normas y adecuar las actividades laborales de las mujeres embarazadas y en período de lactancia.

f) Ley de compañías

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajere obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Requisitos únicos para la obtención de Registro de Patente Municipal:

1. Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Guayaquil.
2. La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante.

3. Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación.
4. Declaración del Impuesto a la Renta y, a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
5. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
6. Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
7. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su fotocopia de cédula de ciudadanía y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio.

g) Tasa de habilitación

- Registrar el establecimiento en el Servicio de Rentas Internas.
- Uso de Suelo No Negativo para la Actividad Económica.
- Contar con el Certificado Definitivo del año vigente del Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- La Patente Municipal vigente.
- En caso de no ser el propietario de la edificación donde realiza la actividad deberá contar con: Contrato de Arrendamiento o Carta de Cesión de Espacio con sus documentos habilitantes (cedula de identidad del arrendador y en caso de Persona Jurídica agregar el Nombramiento como Representante Legal).
- Adicionalmente se solicitan los siguientes requisitos dependiendo del tipo de actividad económica que realice.

h) "Certificado de Trampa de Grasa de Interagua"

Sólo para locales que vayan a ser destinados para restaurantes, fuentes de soda, bares, cafés, talleres, industrias, servicentros, lubricadoras, hoteles y establecimientos que tengan cocina. Se obtiene en las Agencias de Atención al Cliente de Interagua.

i) "Pago de Tasa de Turismo"

- Solo para locales en los que se realicen actividades turísticas. Se obtiene en la Dirección de Turismo en el Palacio Municipal (10 de Agosto 112 entre Malecón y Pichincha, Piso 1).
- Previo a la obtención de este documento debe de tener el Certificado del Ministerio de Turismo.

j) Requisitos para obtener el RISE

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2011 equivale a 9210 USD
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.
- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).
- Las personas naturales nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales a excepción de los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano deben presentar el original y copia del pago de la patente municipal.

k) Gaceta oficial No 33: De la ordenanza Municipal.

Art, 4.2.- Restaurante. –

4.2.1. Definición: Locales con servicio de preparación de comidas a la carta y/o en menú con bebidas envasadas y/o naturales, incluyendo la venta de bebidas alcohólicas en forma moderada, entendiéndose como tal la que se consume acompañada de la comida.

Se incluye en estos locales: los autoservicios de alimentos preparados, parrilladas, marisquerías, pizzerías, asaderos y similares, que ofrezcan variedad de alimentos preparados y su implementación estará de acuerdo al volumen que demande esta actividad como del área requerida.

4.2.2. Requerimiento de espacios mínimos: Deben contar con espacios claramente diferenciados para cocina con espacios claramente diferenciados para cocina con materiales e instalaciones básicas (piso, paredes y mesones revestidos con material de fácil mantenimiento y limpieza; trampa de grasas; aspersores; cuarto para tanques de gas; deposito frio para desechos sólidos; espacio para instalar campanas; ductos y extractores, cisterna y demás que de acuerdo a la actividad se requiera), además de área de atención al público, oficina administrativa y servicios complementarios (Bodega, vestidor para empleados y batería sanitaria)

4.2.3.- Los locales destinados al funcionamiento de Restaurante tendrán que cumplir con las siguientes normas y características mínimas de espacio.

Capítulo II. Metodología empleada.

2.1 Enfoque Mixto

Se ha considerado importante abordar el enfoque mixto dentro del presente proyecto, donde se han utilizado los tipos de la metodología cualitativa y cuantitativa, con el propósito de obtener una visión clara respecto a la restructuración de la “Picantería Tiburón Andrade”, ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil.

a) Cualitativa

La concentración de esta técnica va en diferentes tipos de criterios de los consumidores que serán considerados importantes dentro de la segmentación del mercado, accediendo a obtener información referente a tipos de gustos y preferencia al momento de consumir un plato de comida.

b) Cuantitativa

Este tipo de enfoque se basa en los resultados numéricos mediante la tabulación de las encuestas.

2.2 Tipos de Estudio

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizará dos tipos de estudios que ayudará al desarrollo del presente tema.

a) Descriptivo:

Este método permitirá al investigador del presente proyecto conocer la descripción y evolución del tema a investigar, por tal motivo el autor del presente proyecto investigativo realizará este método para dar a conocer la problemática “No cuenta con una estructura de procesos, no cumple con las políticas de funcionamiento de local por falta de conocimiento y descuido”.

b) Explicativo:

Este tipo de método permitirá al autor del presente trabajo investigativo a encontrar cada una de las causas y razones que ha originado el problema “No cuenta con un manual de funciones y responsabilidades, no cumple con las políticas de funcionamiento de local por falta de conocimiento y descuido”

2.3 Métodos de Investigación

2.3.1 Método teórico

a) Análisis y síntesis:

El Método analítico y sintéticos fue muy importante al momento de la construcción del marco teórico ya que por el cual se revisó bibliografía de 15 libros del 1998 al 2019 aproximadamente, en el que destacó el autor Lambint, Fleitman. Se pudo analizar diversos puntos de vista de la elaboración de un plan de negocios entre ellos también destacan los latinoamericanos Esteban y Moyano con conceptos propios y un profundo análisis empresarial.

b) Histórico lógico:

Dentro del método histórico lógico, se evaluó principalmente momentos históricos que sean de principal relevancia para la formulación del presente proyecto de tesina. Es decir, como fue creado el emprendimiento, así como las principales partes de negocios en la ciudad Guayaquil, como crece la industria restaurantera en la ciudad.

c) Inductivo y deductivo:

En el método de investigación inductivo y deductivo también fue usado en el proceso de creación del presente proyecto ya que va de lo general a lo particular y de lo particular a lo general. Antes de conocer el mercado primero se empezó por saber quiénes son, es decir sus gustos y preferencias, se entiende al mismo dentro de un nivel macro para llegar al mercado meta del emprendimiento a realizar. Es decir, se estudia las motivaciones, en primer lugar, conocer la personalidad de la empresa y el producto para en base a esto realizar las estrategias que le permitirán llegar al mercado.

Por medio del mismo se conoció cual es la motivación de los consumidores para escoger un lugar de comida típica es decir los gustos y preferencias, además de datos y cifras desde el estudio general del emprendimiento hasta llegar al mismo y viceversa.

2.3.2 Método empírico

2.3.2.1 Entrevista:

Se realizó entrevistas de forma directiva y no directiva a tres personas entre ellos tenemos el dueño del negocio, el posible cliente y el profesional en manejo de redes sociales. Se realizaron varias preguntas a los distintos entrevistados para conocer su opinión en base a la experiencia profesional, estudio del negocio y la experiencia del consumidor. Es una entrevista de tipo estructurada conformada por un cuestionario de 5 preguntas abiertas para las 3 personas entrevistadas.

Fases de la entrevista

La entrevista que se realizó está constituida de la siguiente manera:

- Preparación
- Inicio o apertura
- Central
- Final

a) Preparación:

Las preguntas se realizaron a 3 personas, primero con el dueño del negocio con la finalidad de poder conocer cómo será el planteamiento del negocio ideal para los consumidores de aquel sector, otra persona que se consideró importante entrevistar fue el posible cliente con la finalidad de detectar o poder conocer los gustos o preferencias y como tercer punto se consideró importante poder entrevistar a una persona profesional en el manejo de redes sociales o más conocidos como community manager ya que el autor del presente proyecto como propuesta desea también participar como marca a través de las redes sociales.

La entrevista está constituida por cinco preguntas para poder obtener más información del entrevistado y del micro emprendimiento, por otra parte, la entrevista se llevará a cabo en el centro de la ciudad de Guayaquil.

b) Inicio o apertura:

La entrevista se la realizó al dueño del negocio, posible cliente y al profesional en el manejo de redes sociales que dieron detalles en cuanto a la experiencia y conocimiento del mercado en general.

c) Central:

La entrevista para cada uno de los involucrados se dio cita un domingo en la mañana la cual tuvo una duración aproximadamente de 10 a 15 minutos, al dueño de la empresa se lo entrevisto a las 8:00 am al posible cliente 8:45, finalmente al profesional en redes sociales a las 9:15.

d) Final:

Finalmente se desarrollaron las entrevistas en la fecha y hora establecida con cada uno de los entrevistados, este cronograma garantizó poder profundizar 100% del tema y poder obtener información certera con las personas involucradas en la entrevista.

2.3.2.2 Observación:

La observación se va a realizar de forma sistemática los días lunes, miércoles viernes y domingo con la finalidad de poder obtener la mayor información posible sobre los posibles clientes gustos y preferencia, sobre las competencias precios, publicidad y estrategias, con carácter cerrado.

2.3.2.3 Encuesta:

La encuesta está dirigida a los posibles clientes de forma combinada de forma oral como escrita, se harán preguntas abiertas y preguntas cerradas de forma dicotómicas y politómicas es decir preguntas mixtas para poder obtener mayor información de esta manera se obtendrá un mejor desarrollo del proyecto. (**Ver Anexo #1**)

2.3.3 Método Estadístico

2.3.3.1 Estadísticas descriptivas

El Método estadístico se aplicó para realizar gráficos y tablas de los resultados que arrojó cada una de las preguntas y encuestas elaboradas por el autor del presente proyecto donde se calculó por porcentajes cada una de las preguntas.

Este método también proporcionará el resultado de las encuestas en gráficos con el fin de dar a conocer los resultados de la investigación cualitativa y cuantitativa que lanzó el sistema. Se utilizó este método, aplicando la estadística descriptiva, porque se tabula, grafica y analiza los resultados que se obtuvieron en las encuestas realizadas en los puntos de ventas de la marca.

2.3.3.2 Tipos de muestreos

a) Muestreo Aleatoria Simple

El tipo de muestra seleccionada fue aleatoria simple seleccionando 50 personas.

Desarrollo de las entrevistas

Entrevistado #1

Objetivo: Conocer con claridad cómo será el planteamiento del negocio ideal para los consumidores de aquel sector.

Cargo: Dueño del negocio

1.- ¿Cuál es la especialidad que ofrece la picantería?

La picantería el Tiburón Andrade tiene como plato principal el delicioso encebollado de albacora uno de los platos típicos más solicitado por la clientela.

2.- ¿Qué horario de atención maneja al público la picantería y porque razón se maneja ese horario?

Viernes y sábado de 6:00AM a 14PM.

Domingos 7AM a 14PM.

Razón: Porque los clientes de aquel sector salen a trabajar desde muy temprano y cerca del sector existen canchas de futbol lo cual nos genera más clientela después de los entrenamientos.

3.- ¿Qué servicios ofrece la picantería?

La picantería el Tiburón Andrade ofrece servicio a la mesa y lo que hoy en día es indispensable para los negocios en general el servicio a Domicilio.

4.- ¿Conoce usted todos los reglamentos que debe llevar su negocio? Indique cuales son.

Por supuesto, siendo esta una empresa que ofrece alimentos contamos con todos los permisos de funcionamiento en especial con el permiso del Arcsa y estamos al tanto que por este año 2020 y durante el 2021 queda suspendido el pago de la tasa de turismo y la tasa de pernoctación siendo este una ayuda para reactivar los negocios ocupando el espacio público.

5.- ¿Qué protocolos de bioseguridad ha implementado en su negocio?

Se ha implementado el uso de ayudas visuales indicando el uso obligatorio de mascarillas, aforo de cantidad de personas, de distanciamiento señalados en el suelo, uso de roda pies con solución sanitizante y el uso de toma de temperaturas a todas las personas antes de tomar sus pedidos.

Entrevistado #2

Objetivo: Conocer la importancia del uso de redes sociales en los emprendimientos de la actualidad.

Cargo: Community manager

1.- ¿Qué canal de social media utilizarías para empezar a promocionar la picantería?

Para promocionar la picantería se va a utilizar Facebook ya que es una excelente estrategia para de social media el cual involucra la acción de compartir información.

2.- ¿Qué red social o material POP utilizaría para iniciar con las campañas de publicidad?

Facebook y se utilizaremos platos de valor para enganchar o llamar la atención de los posibles consumidores.

3.- ¿Qué método publicitario utilizaría ante una situación de crisis como la que vivimos en la actualidad por el tema de la pandemia?

El principal método publicitario en estos tiempos de pandemia es que a través de las redes sociales vamos a promover el pedido a domicilio y a garantizar por redes sociales lo seguro que es comer en nuestro local por las medidas de bioseguridad que daremos a conocer.

4.- ¿Utilizarías YouTube como una herramienta publicitaria para la picantería?

Si porque YouTube es uno de los sitios web más utilizados a nivel mundial.

5.- ¿Qué indicadores de medición utilizaría para saber que la administración de las redes sociales que se está manejando para la picantería están siendo exitosas?

Ver indicadores de Seguidores, alcance, engagement (interacción) y porcentajes de clics, esos datos o esa informado es la que nos dirá la aceptación de los posibles consumidores.

Entrevistado #3

Objetivo: Detectar o poder conocer los gustos o preferencias del posible cliente.

Cargo: Cliente

1.- ¿Qué le llamo la atención al escoger comer en nuestra picantería?

Por tener un local con sus respectivos protocolos de bioseguridad por su publicidad y por qué me lo recomendaron.

2.- ¿Indique una picantería que ofrezca el mismo servicio que lo haya sorprendido? ¿Por qué?

Aquí esta Marcelo´s también ofrece un servicio similar que es muy bueno.

3.- ¿Que nos recomendaría para que nuestra picantería con poca experiencia sea mejor que las demás?

Les recomendaría mejorar la estructura del local y tener na publicidad más grande.

4.- ¿Porque prefiere consumir en nuestra picantería?

Por el precio, el sabor de la comida muy buena y se maneja un buen servicio al cliente.

5.- ¿Recomendaría nuestro servicio a los demás clientes? Si o No ¿Por qué?

Sí, Porque brindan una excelente experiencia a los clientes y quedamos satisfecho con la comida y el servicio.

2.3.3.4 Análisis de la Observación:

La observación se va a realizar de forma sistemática los días lunes, miércoles viernes y domingo con la finalidad de poder obtener la mayor información posible sobre las competencias identificar precios, publicidad y estrategias, con carácter cerrado:

Se observó durante toda la semana las competencias que tiene la Picantería el tiburón Andrade a su alrededor, entre ellas se encuentran:

- El Restaurante La Balita el cual ofrece desayunos y un plato de sus desayunos es el encebollado siendo este una competencia directa ya que tiene más tiempo en el sector ofreciendo este servicio, ofrecen estos platillos a un precio de \$1.50 el establecimiento también ofrece una variedad de desayunos entre ellos bolón , bollo, guatita entre otros, la publicidad que utilizan es un RollUp en el exterior del local indicando sus precios y platos que ofrece, no utilizan ningún plan de estrategia para atraer clientela ya que es un negocio estable con clientela frecuente.

Imagen 1 Publicidad Competencia



Elaborado: Autor

2.3.3.5 Análisis de la encuesta

1.- Escoja su rango de edad:

Tabla 1

| <u>Escoja su rango de edad</u> | |
|--------------------------------|----|
| 18 a 25 años | 23 |
| 26 a 35 años | 15 |
| 36 años o mas | 12 |

Elaborado por: Autor de tesina
Fuente: Encuesta

Gráfico 1



Elaborado por: Autor de tesina
Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 46% se encuentran entre los 18 a 25 años de edad, por otra parte el 30% entre los 26 a 35 años de edad y finalmente el 24% entre los 36 años o más.

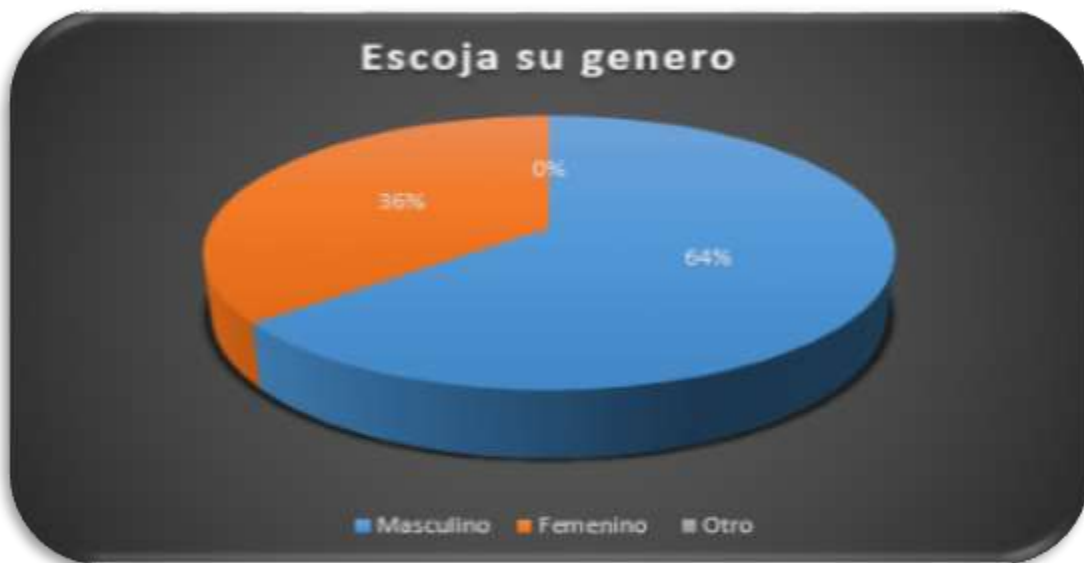
2.- Escoja su género:

Tabla 2

| <u>Escoja su genero</u> | |
|-------------------------|----|
| Masculino | 32 |
| Femenino | 18 |
| Otro | 0 |

Elaborado por: Autor de tesina
Fuente: Encuesta

Gráfico 2



Elaborado por: Autor de tesina
Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 64% se encuentran en el género Masculino, por otra parte el 36% en el género Femenino.

3.- Acostumbra a ir a una picantería?

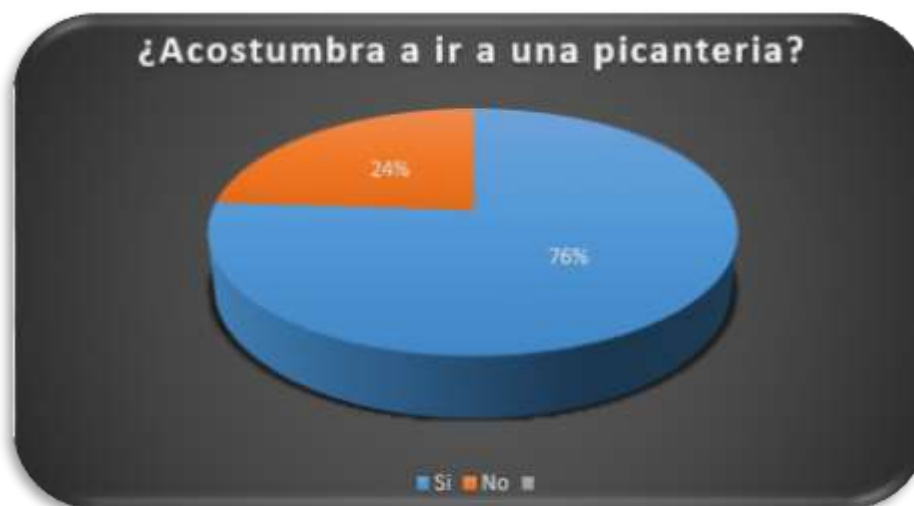
Tabla 3

| <u>¿Acostumbra a ir a una picantería?</u> | |
|---|----|
| Si | 38 |
| No | 12 |

Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Gráfico 3



Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 76% escoge la opción Si, por otra parte el 24% escoge la opción No.

4.- Con qué frecuencia asiste a una picantería?

Tabla 4

| <u>Conque frecuencia asiste a una picanteria?</u> | |
|---|----|
| 1 vez por semana | 5 |
| 3 veces por semanas | 37 |
| Cada 15 dias | 8 |
| Una vez al mes | 0 |

Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Gráfico 4



Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 74% frecuentan 3 veces por semanas, por otra parte el 16% frecuentan cada 15 días y finalmente el 10% frecuentan 1 vez por semana.

5.- Cuando visita una picantería a cuánto asciende promedio de gastos?

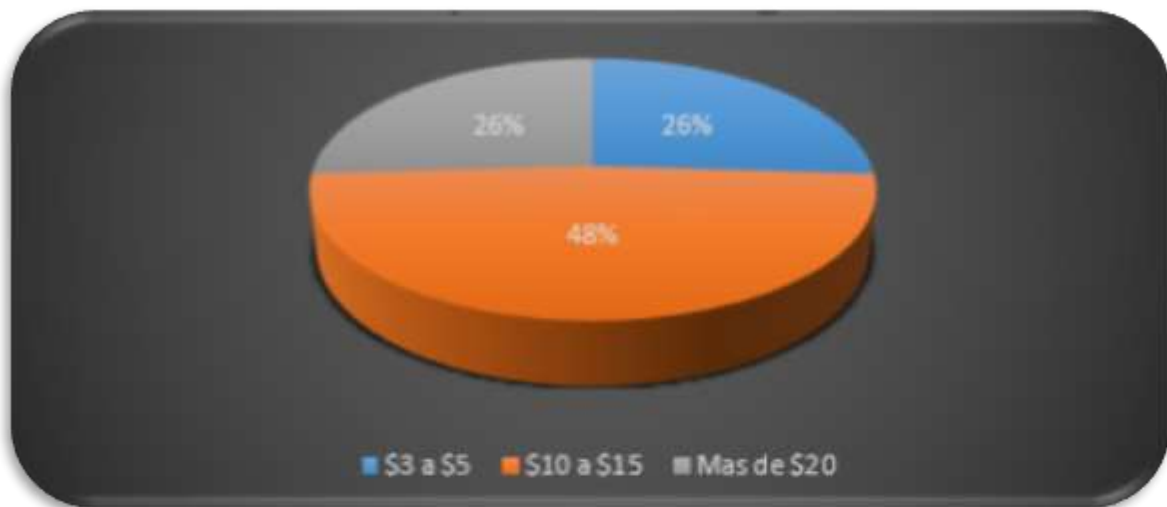
Tabla 5

| <u>Cuando visita una picantería a cuanto asciende promedio sus gastos?</u> | |
|--|----|
| \$3 a \$5 | 13 |
| \$10 a \$15 | 24 |
| Mas de \$20 | 13 |

Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Gráfico 5



Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 48% sus gastos ascienden entre \$10 a \$15, por otra parte el 26% sus gastos ascienden entre \$3 a \$5 y finalmente el 26% sus gastos ascienden entre más de \$20.

6.- Escoja la opción correcta:

Tabla 6

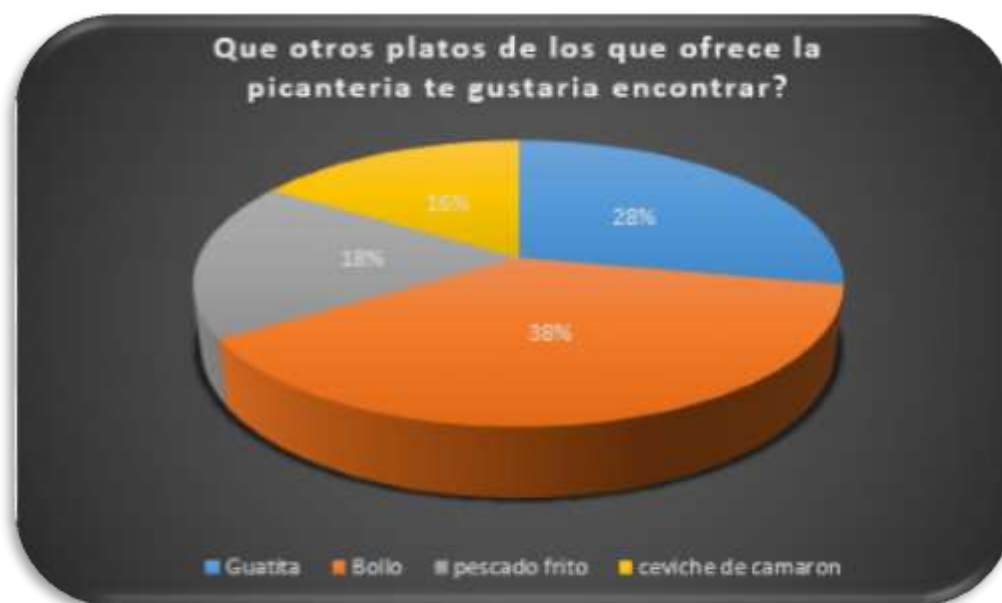
Que otros platos de los que ofrece la picanteria te gustaria encontrar?

| | |
|--------------------|----|
| Guatita | 14 |
| Bollo | 19 |
| pescado frito | 9 |
| ceviche de camaron | 8 |

Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Gráfico 6



Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 38% eligieron el bollo, por otra parte el 28% eligieron la Guatita, el 18% eligieron el pescado frito y finalmente el 16% eligieron el ceviche de camarón.

7.- Cuáles son los factores más importantes para usted al visitar un restaurante?

Tabla 7

| <u>Cuales son los factores mas importantes para usted?</u> | |
|--|----|
| Buen servicio | 8 |
| Calidad de producto | 12 |
| Protocolos de salubridad | 9 |
| Todas las anteriores | 21 |

Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Gráfico 7



Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 42% indican que el factor más importante es todas las anteriores, por otra parte el 24% % indican que el factor más importante es la calidad de producto, el 18% indican que el factor más importante son los protocolos de salubridad y finalmente el 16% % indican que el factor más importante es el buen servicio.

8.- Selección Si o No:

Tabla 8

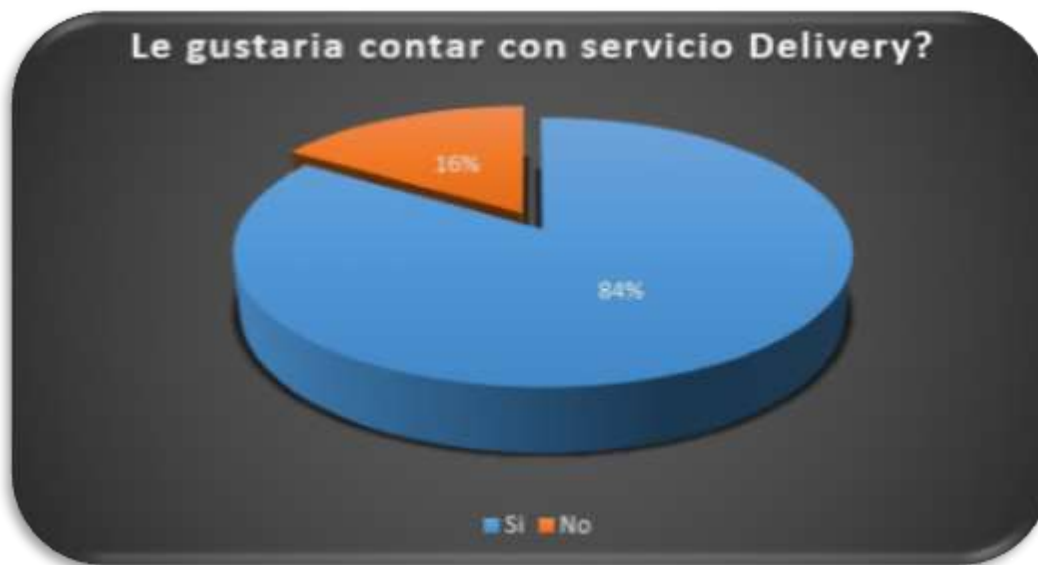
Le gustaria contar con servicio Delivery?

| | |
|----|----|
| Si | 42 |
| No | 8 |

Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Gráfico 8



Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 84% escoge la opción Si, por otra parte el 16% escoge la opción No.

9.- Por qué medio le gustaría recibir información de la picantería?

Tabla 9

Por que medio le gustaria recibir informacion de la picanteria?

| | |
|-----------|----|
| Facebook | 29 |
| Instagram | 12 |
| Twitter | 9 |

Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Gráfico 9



Elaborado por: Autor de tesina

Fuente: Encuesta

Análisis:

De un total de 50 encuestados, el 58% le gustaría recibir información por medio de Facebook, por otra parte el 24% le gustaría recibir información por medio de Instagram y finalmente el 18% le gustaría recibir información por medio de Twitter.

Capítulo III. Desarrollo de la Propuesta.

3.1 Análisis PEST.

Herramienta que pretende identificar los factores externos que pueden afectar el funcionamiento de cualquier organización. El análisis se realiza considerando los siguientes factores: Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos.

a) Político:

o Inestabilidad política.

Según el diario digital el comercio indico el 12 de octubre del 2020, que el banco central proyecta una recuperación económica de entre 1.5% y 2,2% del PIB en el 2021.

Las proyecciones del banco central del Ecuador (BCE) sobre el crecimiento de la economía ecuatoriana en el 2021 son más cautas que las de entes internacionales. Según Verónica Artola, Gerente del BCE indico que la cifra es menor al 4,8% que proyecto para el 2021 el fondo monetario internacional (FMI) tras concretar el programa económico con el gobierno la gerente del ente señalo en un aforo realizado por la comisión del régimen económico de la asamblea, que el 2020 será el año con la caída más fuerte del PIB, por la crisis económica acentuada por la pandemia. “Será peor que la registrada en la crisis financiera de 1999 y por el terremoto, en el 2016”.

Artola añadió que los recursos que recibirá el fisco del fondo ayudaran a que existan una reactivación paulatina de la economía en el 2021 el acuerdo con los multilaterales busca que los datos que sabemos que no fueron positivos en el 2020 mejoren en el 2021 los bonos de protección social que se entregaron ayudaron a los más necesitados y ahora las perspectivas serán mejores.

Uno de los problemas que contribuirá a la inestabilidad política del país en este 2021 será el comportamiento de la autoridad electoral, cada vez más cuestionada (Noboa, 2021).

- **Bloqueo político.**

Este 2021 es un año de cambios políticos y de decisiones en el Ecuador (Primicia, 2020) con las elecciones presidenciales en febrero y el cambio de gobierno en mayo este año estará marcado por las decisiones políticas para todo el país. Hay dos momentos claves que marcarán el calendario:

1. Las votaciones del 7 de febrero (con un probable balotaje en abril).
2. El cambio de mando el 24 de mayo.

Un factor fundamental será la posición a las reformas económicas desde cualquiera de los bandos legislativos opuestos al futuro gobierno.

- **Populismo electoral.**

En los tiempos de elecciones especialmente cuando están más cerca las votaciones los candidatos presidenciales optan por tiempos de pandemia regalar mascarillas, cilindros de gas, entre otros artículos con el fin de obtener un voto al final de las elecciones presidenciales, realizando esto estratégicamente en tiempos de pandemia.

- **Periodo gubernamental y cambios.**

Para los cambios 2021 el país tendrá elecciones electorales el cual el CNE realizará varias actividades el cual una de ellas es aprobar un fondo de promoción electoral para consulta popular para el agua en Cuenca, también avanza con las impresiones en papeletas cumpliendo este un calendario electoral con el IGM (Instituto Geográfico Militar), activo la segunda reunión de la mesa nacional de seguridad electoral para comicios del 2021 entregó al municipio de Quito protocolos de bioseguridad para campaña electoral avanzó en inscripciones de encuestadora y personas naturales para realizar pronósticos electorales el 7 de febrero integró comité nacional de debates electorales y aprobó reglamento para los debates electorales obligatorios.

El CNE consultó a la procuraduría la factibilidad de ampliar el horario de votación.

El Ecuador estará preparado para evitar más contagios en estas elecciones 2021 por lo cual el CNE iniciará entrega de kits técnicos para las elecciones generales con el

objetivo de evitar que los recintos electorales se conviertan en focos de propagación del coronavirus y coordinará acciones de manera permanente con las autoridades de salud pública, el COE nacional y demás instituciones a cargo del manejo de la crisis sanitaria (CNE 2021).

b) Económico:

○ **Recesión económica.**

(El comercio, 2021)El banco mundial estima que la economía del Ecuador crecerá un 3,5% en el 2021 y proyecta que el PIB se recuperará en el 2021 y crecerá de acuerdo con el último reporte de perspectiva de económica mundiales.

El organismo estima una recuperación para las economías de todas las naciones en la región sudamericana, tras un año de recesión por la pandemia covid 2019.

En américa del sur Ecuador ocupa el tercer puesto entre las economías más afectadas del 2020, detrás de Perú y Argentina, que cayeron 12% y 10,6% respectivamente.

No solamente nuestro país ha tenido una recesión económica, sino que hemos tenido una recesión mundial entre 8,9% y 9,5% según entes locales e internaciones como él (FMI y CEPAL) .

○ **Shock externo.**

(Revista Gestión, 2019)El contexto mundial es desfavorable para américa latina y el caribe. La desaceleración económica de las potencias mundiales influye negativamente; se transa menos y merma la inversión, lo que afecta el crecimiento de la región. El informe macroeconómico realizado por el banco interamericano de desarrollo (BID), destaca la importancia de los proyectos de la infraestructura de las economías regionales. La correcta inversión de servicio básicos y de transporte puede concretarse en mejoras productivas y bienestar social para las empresas y familia.

El BID en su último informe macroeconómico señala que los países de américa latina y el Caribe crecerán en promedio un 0,8% por año en el periodo 2019 – 2020.

La desaceleración económica de China y Estados Unidos, además de la salida del reino unido de la unión europea incide sobre el desarrollo económico. Estos “shocks” generan un impacto negativo sobre los países de la región.

- **Pandemia Covid 19**

En el Ecuador y el mundo entero (el nuevo coronavirus) COVID 19 ha tenido un impacto económico afectando directamente a la producción a la cadena de suministro y al impacto financiero de las mayorías de las empresas (PRIMICIAS, 2020) el estrago económico del coronavirus en el 2020 se sintió y Ecuador no fue ajeno al impacto que dejó el descenso de la demanda y la interrupción de la oferta. El país tuvo pérdidas de más de 69.000 empresas, las caídas en ventas, las empresas se enfrentaron a pérdidas de millones de dólares, el cierre de negocio, descenso de productividad en las industrias y la economía empezó a decrecer en más del 4% del PIB, entre los 20 sectores analizados por la cámara de industria el comercio registra los peores números por causas de las restricciones de movilidad para frenar los contagios y el pánico de los consumidores han generado que cerca del 70% de los negocios permanezcan cerrados, el sector comercial se enfrenta a una disminución en ventas.

- **Cuestionamiento de error empresarial.**

En el país “Tenemos un nivel de contracción de la economía que llega casi al 11% cuando tenemos cerca más de medio millón de ecuatorianos que perdieron su empleo, se ve la inflación negativa y la certidumbre de lo que podría pasar”. A nivel nacional hubo contracción de las remuneraciones del -0.69%. En Quito fue de -0.83% y en Guayaquil de -0,54%. “Se comparó la masa salarial del 2019 con la del 2020 y refleja una reducción las razones: Las reestructuraciones que las empresas han tenido, ajustes de esquemas de contratación fija y variable como consecuencia de la pandemia. (Loaiza, 2020) Estas falencias se han cuestionado en el país para los empresarios utilizar el error de la mayoría de sus empleados para beneficios de sus empresas, sin liquidaciones, y tener contrataciones variables, el cual ha afectado al país con una fuerte ola de desempleo, el cual no tuvieron la capacidad de comprender los errores humanos de sus empleados.

c) **Social:**

o **Conflictividad social.**

1. Uno de los problemas sociales que está atravesando nuestro país es el del desempleo consecuencia de malas administración y errores en la política de nuestros mandatarios.
2. Otra causa social es el subempleo donde la mayoría de los ecuatorianos encuentran labores informales donde no se respetan los derechos fundamentales de todos los trabajadores.
3. Un factor importante es la desigualdad y equidad de manera de distribuir entre el país las riquezas de manera igual, el cual se nota la falta de interés de los gobernantes.
4. También tenemos un factor social negativo que es la violencia que predomina en la sociedad ecuatoriana a casusa de la pobreza que ahora impregna en el Ecuador.

o **Crecimiento de la población.**

Según el INEC en este 2021 la proyección de la población del Ecuador será de casi 16.528.730 millones de habitantes y así cada año suma aproximadamente 249.751 habitantes. En los últimos años la sociedad ha tenido un aumento poblacional el cual deberíamos preocuparnos directa o indirectamente sobre este crecimiento, por un lado, agradecer la vida, pero por el otro es de preocuparnos porque mientras más seamos habría escases, no habría demasiados recursos y ciertos sectores se verían afectados como son los de la producción de alimentos, higiene, medicina y educación

El cual el alimento es primordial para la vida del ser humano, la educación para que se pueda reducir la pobreza, los escases, la medicina para mantener una vida saludable, la devastación de la naturaleza para el cual no se terminen los recursos que son indispensables para la vida cotidiana.

- **Acuerdo con el FMI.**

En agosto 2020 el Ecuador llegó a un Acuerdo técnico de \$6.500 millones de dólares para reactivación y protección social, trata de proteger la vida de la población y restaurar la estabilidad macroeconómica del país, con el fin de apoyar las políticas económicas del país es un acuerdo de 27 meses con el marco de servicio amplio. Este acuerdo fue en efecto por los momentos críticos que pasa Ecuador por la caída del PIB y por la pandemia Covid-19. (El comercio, 2020)

- **Tendencias en el empleo.**

El año Covid-19 (2020) tuvo grandes alteraciones y variaciones para el área laboral, esta pandemia causada por este virus acabó con millones de empleos en todo el mundo. Se cambió las oficinas por teletrabajos (trabajos en casas) y en este año 2021 no será la excepción de la manera que se ha trabajado.

Grupo Adecco ha realizado una proyección sobre las tendencias de empleo en este 2021. Modalidad de trabajo híbrido, inclusión, adaptación al cambio, y liderazgo en este año estarán presentes (Diario digital EL MERCURIO, 2021)

d) Tecnológica:

- **Uso de la tecnología para luchar con el covid 19.**

El uso de la tecnología para luchar con el COVID 19 fue un pilar muy importante en distintas áreas, iniciando en la medicina ya que comenzaron a utilizar los robots de apoyo tanto para toma de temperatura, para repartir raciones, controlar y detectar de forma rápida con un 90% de efectividad si una persona tiene COVID 19 estos controles se llevan a cabo en aeropuertos por la afluencia de personas. Debido a que la pandemia afecta al País la tecnología tomó posesión de la educación lo cual era un requisito para poder seguir preparándose las distintas instituciones ya sean estas pública o privada.

- **Programas tecnológicos.**

En Ecuador también se han implementado herramientas y sistemas para combatir la pandemia. El país fue el primero en contar con el sistema auxiliar de diagnóstico de covid-19, basado en Cloud de Huawei, con inteligencia artificial.

Dos hospitales de las ciudades más afectadas cuentan en sus hospitales con un software que permite a los médicos analizar las tomografías de pacientes sospechosos de covid-19.

Y hasta ahora en inicios del 2021 se hizo más fuerte el uso de las clases virtuales ya que en algunas ciudades las instituciones privadas y públicas siguen con el método de clases virtuales y haya donde apunta el futuro. (Diario digital EL COMERCIO, 2020)

- **Acceso a la tecnología, patentes.**

Mediante resolución del 20 de marzo del 2019, la omisión de educación, ciencia y tecnología de la Asamblea Nacional (legislativo), encargada de asuntos de propiedad intelectual, requirió al ejecutivo se incluya en la declaración de emergencia, la adopción de mecanismos administrativos y técnicos para el establecimiento de “ licencias obligatorias de patentes, acceso a datos de prueba y el acceso a demás tecnologías para la disponibilidad de vacunas, medicamentos, diagnóstico y tratamiento de personas infectadas por el coronavirus (Covid-19). (Rosales, 08 de Abril del 2020)

- **Plataformas tecnológicas (Delivery).**

A mediados del 2020 por el tema de la pandemia se fortaleció y cogió fuerza las plataformas digitales de Delivery por motivos de estado de excepción y toque de queda los clientes migraron al delivery ya que a los negocios que no tenían dicha tecnología los toco adquirir plataformas tecnológicas de delivery y hacer convenios con agregadores siendo estos los más populares Glovo y Uber, en el 2021 ya el 100% de las empresas de comidas rápidas cuentas con plataformas digitales para mantener el giro del negocio.

3.2 Análisis DAFO (FODA).

Posibilita el estudio del estado de una organización, considerando sus características internas (Fortalezas y Debilidades) así como la situación externa (Amenazas y Oportunidades).

a) Fortaleza:

1. Atención Personalizada.
2. Precios factibles para los clientes.
3. Se puede comercializar en cualquier temporada.
4. Empleados altamente capacitados

b) Debilidades:

1. Dificultad de abastecimiento de materia prima.
2. Falta de experiencia de mercado.
3. Poca innovación de nuevos platos.
4. Los empleados carecen de experiencia en el mercado.

c) Oportunidades:

1. Un mercado en crecimiento.
2. Capacitación de los trabajadores o empleados.
3. Prioridad de los clientes por la comida saludable.
4. Oportunidad de crecimiento para los colaboradores

d) Amenazas:

1. Nuevos competidores.
2. Bajas de sueldos.
3. Productos sustitutos.
4. Limitado volumen de inversión

c) Modelo CAPA.

Se desarrolla después de realizar el análisis DAFO, con el interés de Corregir las debilidades, Afrontar las amenazas, Potenciar las fortalezas y Aprovechar todas aquellas oportunidades que ofrece el entorno/sector.

a) Corregir debilidades:

1. Análisis continuo de nuestras ventas.
2. Creación de una página en Instagram del Negocio.
3. Capacitación constantes de platos nuevos con recetas nuevas para la picantería.

b) Afrontar amenazas:

1. Encuestas a clientes de sus gustos y preferencias.
2. Seguimiento a los productos de la competencia.
3. Anuncios llamativos de la marca y menú con publicidad online
4. Crear un programa de desarrollo con los proveedores de nuestra empresa.

c) Potenciar fortalezas:

1. Establecimiento de nuevos métodos de venta.
2. Valores de los productos y platos siguiendo el desarrollo de un PyG.
3. Inversión en recursos humanos y capacitaciones.
4. Crecimiento laboral y económico a personal enfocada al 100% en los procesos de la empresa.

d) Aprovechar oportunidades:

1. Buscar socios claves para el negocio.
2. Adaptación a su nuevo empleo (asociados o colaboradores).
3. Volanteo de nuestro menú llamativo.
4. Crecimiento económico y Laboral.

3.4 Desarrollo de la propuesta:

3.4.1 Título de la propuesta

Reestructurar la microempresa “Picantería Tiburón Andrade” ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil”

3.4.2 Objetivo de la propuesta

Elaborar una reestructuración al micro-emprendimiento “Picantería Tiburón Andrade” ubicada al sur de la ciudad de Guayaquil”

3.4.3 Visión:

Ser reconocidos como una de las picanterías más distinguidas de la ciudad de Guayaquil por su calidez, servicio, rapidez y productos marinos de alta calidad brindando experiencias placenteras a cada uno de nuestros clientes.

3.4.4 Misión:

Convidar a cada uno de nuestros clientes alimentos frescos y de calidad.

Revolucionar nuestro servicio continuamente.

Fomentar el respeto a cada una de las culturas y etnias de nuestros colaboradores o clientes, contribuyendo en el crecimiento y buenas costumbres en el medio ambiente.

3.4.5 Valores:

Nuestros Valores determinan nuestra entidad y trabajo grupal.

Esfuerzo: Empleamos todo nuestro empeño frecuentemente para que nuestros clientes se lleven la mejor experiencia de nuestra Picantería.

Empatía: Simpatizar con los clientes, ponerse en su lugar, atenderlos con la mejor carisma, sonrisa y amabilidad y hacerlos sentir en casa, como nosotros nos gusta que nos atiendan

Seguridad: Transmitir a nuestros cliente y colaboradores la seguridad que la Picantería “El Tiburón Andrade” Brindan alimentos y servicio cumpliendo los estándares de calidad.

3.5 Diseño de la marca:

Imagen 2 Logo



Elaborado por: Autor de tesis

El logo de la picantería “El Tiburón Andrade” representa:

Rojo: Aumentara el apetito y creara sensación de ansiedad para los consumidores de la picantería.

Azul: Incita a la productividad del negocio, Coligado al agua y confianza que tiene la Picantería, para transmitir una decoración mediterránea producto de marisco.

Blanco: Representara imparcialidad por la ausencia de color y neutralizar los demás colores que encajen con el logo indicado para nuestro negocio Picantería.

3.6 Organigrama:

El tipo de organigrama que se utilizo es por su ámbito en forma específico ya que muestra de una forma peculiar la estructura de la organización.

Es muy importante recalcar la importante de un organigrama en cualquier tipo de empresa y tamaño ya que permite tener un orden y control de todas las actividades que desarrolla la empresa.

Gráfico 10
Organigrama



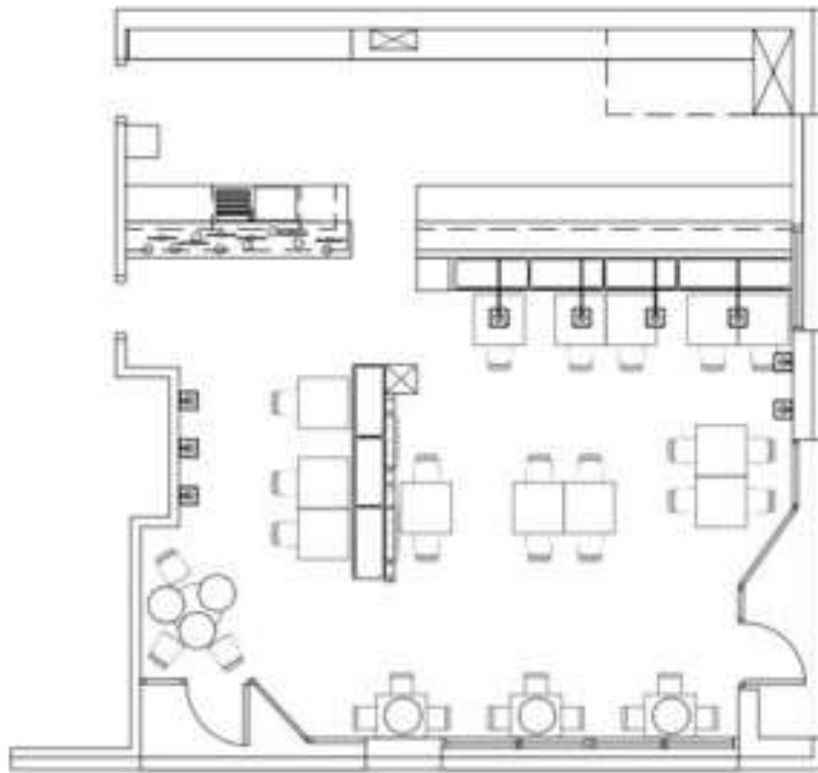
Elaborado por: Autor de tesis

3.7 Diseño de la micro empresa:

El local internamente está estructurado por 4 áreas distintas entre ellas se encuentra el área de salón donde todos los clientes pueden disfrutar de los platillos favoritos, posteriormente se encuentra el área de caja es el lugar donde los clientes realizan los respectivos pedidos, tercero se encuentra el área administrativa el cual será de base de control del manejo de funcionalidad del local y finalmente se encuentra el área de cocina donde se prepararán los deliciosos platillos.

Gráfico 11

Estructura de micro emprendimiento



Elaborado por: Autor

3.8 Estrategia comunicativa:

Por motivo de la pandemia coronavirus o más conocido como el covid 19, todo dio un giro al 100% al lado tecnológico, es por eso que el autor de este presente proyecto parte de su propuesta es también competir de forma de presencia de marca en las redes sociales más utilizadas que son:

Imagen 3 Redes Sociales



Se elegirán tres redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp, en las dos primeras redes sociales se realizaran publicidades a diario compartiendo los deliciosos platillos de nuestro menú y publicando a las figuras públicas que visitan nuestro local como material publicitario y en WhatsApp realizaremos interacciones en todo momento con todos nuestros clientes, realizando envíos de promociones y toma de pedidos mediante este medio, teniendo como resultado que todos nuestros clientes sepan nuestros horarios de atención, los diferentes platos en el menú que ofrecemos y nuestro servicio a domicilio.

3.9 Detallar las funciones de cada colaborador:

CEO: Propietario de la empresa.

Administrador: En cargo de la supervisión del restaurante, arqueo de caja y control de movimientos de inventario.

Área de caja: Encargados de la facturación y manejo de dinero.

Área de cocina: Personal especializado en la preparación de alimentos.

Área de Salón: Meseros y encargados de la limpieza del salón.

Delivery: Personal Motorizado encargado del servicio a domicilio.

3.10 Manual de Funciones:

| Identificación del cargo | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del cargo: | Administrador |
| Dependencia: | Area administrativa |
| Número de cargos: | Uno |
| Cargo de jefe inmediato: | CEO |
| Reporta a: | CEO |
| Supervisa a: | Área de cocina, área de caja, área de salón y delivery |
| Número | Procedimientos |
| 1 | Obtener un buen orden y aseo constante al inicio y al fin de cada jornada laboral. |
| 2 | Realizar arqueo y cuadro de cajas. |
| 3 | Maneja y controla los movimientos de inventarios. |
| 4 | Realiza un reporte completo al CEO sobre los resultados obtenidos del día anterior y sobre el desempeño de cada colaborador. |



Identificación del cargo



| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del cargo: | Cajero/a |
| Dependencia: | Área de caja |
| Número de cargos: | Uno |
| Cargo de jefe inmediato: | Administrador |
| Reporta a: | Administrador |
| Número | Procedimientos |
| 1 | Facturación de pedidos y realiza ventas complementarias para obtener mas ganacia. |
| 2 | Manejo de dinero |
| 3 | Realiza reportes de faltantes o sobrantes de dinero a diario al administrador. |
| 4 | Realiza informes semanales sobre mejoras continuas para mejorar nuestra atención al cliente. |

Identificación del cargo



| | |
|---------------------------------|---|
| Nombre del cargo: | Cocinero/a |
| Dependencia: | Área de cocina |
| Número de cargos: | dos |
| Cargo de jefe inmediato: | Administrador |
| Reporta a: | Administrador |
| Número | Procedimientos |
| 1 | Preparacion de platillos que estan en nuestros menú. |
| 2 | Realiza reportes a diario sobre productos de lunch y mermas al administrador. |
| 3 | Manejo de retencion de vida util de todos los alimentos. |

Identificación del cargo



| | |
|---------------------------------|---|
| Nombre del cargo: | Salonero/a |
| Dependencia: | Área de salón |
| Número de cargos: | Dos |
| Cargo de jefe inmediato: | Administrador |
| Reporta a: | Administrador |
| Número | Procedimientos |
| 1 | Recibimiento a los clientes con energía positiva. |
| 2 | Realizan limpieza constante de pisos, mesas y baños. |
| 3 | manejo de servicio a la mesa una vez solicitada la orden. |
| 4 | Realizan informes semanales de la satisfacción del servicio al cliente. |

Identificación del cargo



| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del cargo: | Delivery |
| Dependencia: | Delivery |
| Número de cargos: | Uno |
| Cargo de jefe inmediato: | Administrador |
| Reporta a: | Administrador |
| Número | Procedimientos |
| 1 | Entregar pedidos a domicilio |
| 2 | Revisión de cada pedido antes de salir del local que valla completo. |

3.11 Implementar el servicio Delivery.

La picantería “El Tiburón Andrade” maneja el área de delivery (Servicio a domicilio) por proveedor ya que sale más económico pagar a la empresa de servicios prestados por comandas que pagar a alguien un sueldo básico más comandas, el proveedor que facilita el servicio prestado es la empresa Deli-24 el cual envía un motorizado a diario, al mes se le cancela a la empresa las comandas realizadas por el motorizado.

Imagen 4 Servicio Delivery



3.12 Implementación de uniforme

La implementación de uniforme de la picantería “El Tiburón Andrade” consiste de tres maneras distintas:

El Administrador/a posee la correspondiente camisa con el logotipo de la picantería, pantalón negro, zapatos casuales color negro y su respectiva redecilla para el cabello.

Imagen 5 Uniforme



El cajero/a y el Salonero/a posee la correspondiente camisa con el logotipo de la picantería, pantalón jean, zapatos deportivos, gorra negra con el logotipo de la picantería y su respectiva redecilla para el cabello.

Imagen 6 Uniforme



Imagen 7 Uniforme



El cocinero/a posee la correspondiente camisa, gorra negra y mandil negro con el logotipo de la picantería, pantalón jean, zapatos deportivos (antideslizante) y su respectiva redecilla para el cabello.

Imagen 8 Uniforme



3.13 Creación de menú

La implementación de una carta de menú es muy importante en un restaurante debido a que es la tarjeta de presentación donde se da a conocer la variedad de platos que el restaurante ofrece para ello es importante poder ofrecer un menú variado y equilibrado, en definitiva, este documento ayudará al cliente a escoger el plato y bebida dando confianza.

Imagen 9 Propuesta de menú

OFRECE

PICANTERIA

"EL TIBURON ANDRADE"





Encebollado

| | |
|---------------------|--------|
| ENCEBOLLADO PEQUEÑO | \$1.25 |
| ENCEBOLLADO NORMAL | \$1.50 |
| ENCEBOLLADO MIXTO | \$2.25 |
| TARRINA NORMAL | \$1.75 |
| TARRINA LLENA | \$2.25 |
| TARRINA E.MIXTO | \$3.00 |
| PAN | \$0.15 |
| CHIFLE | \$0.30 |
| PORCIÓN DE ARROZ | \$0.70 |
| JUGO | \$0.50 |
| GASEOSA | \$0.60 |

| | | |
|---------|--------|--|
| | | |
| GUATITA | \$2.50 | |

3.14 Creación de hoja volante

De la misma manera la implementación de una hoja volante es importante ya que permitirá dar a conocer la variedad de platos que ofrece la picantería, horario de atención y lo más importante la ubicación para que las personas puedan visitar.

Es por ello que como buen administrador es importante la implementación de esta herramienta publicitaria ya que permitirá llegar a más personas a que visiten el local.

Imagen 10 Propuesta Hoja Volante



PICANTERÍA
"EL TIBURÓN ANDRADE"

TE ATENDEREMOS DE VIERNES A DOMINGOS
OFRECEMOS: **EL MEJOR ENCEBOLLADO DE ALBACORA. \$1²⁵**

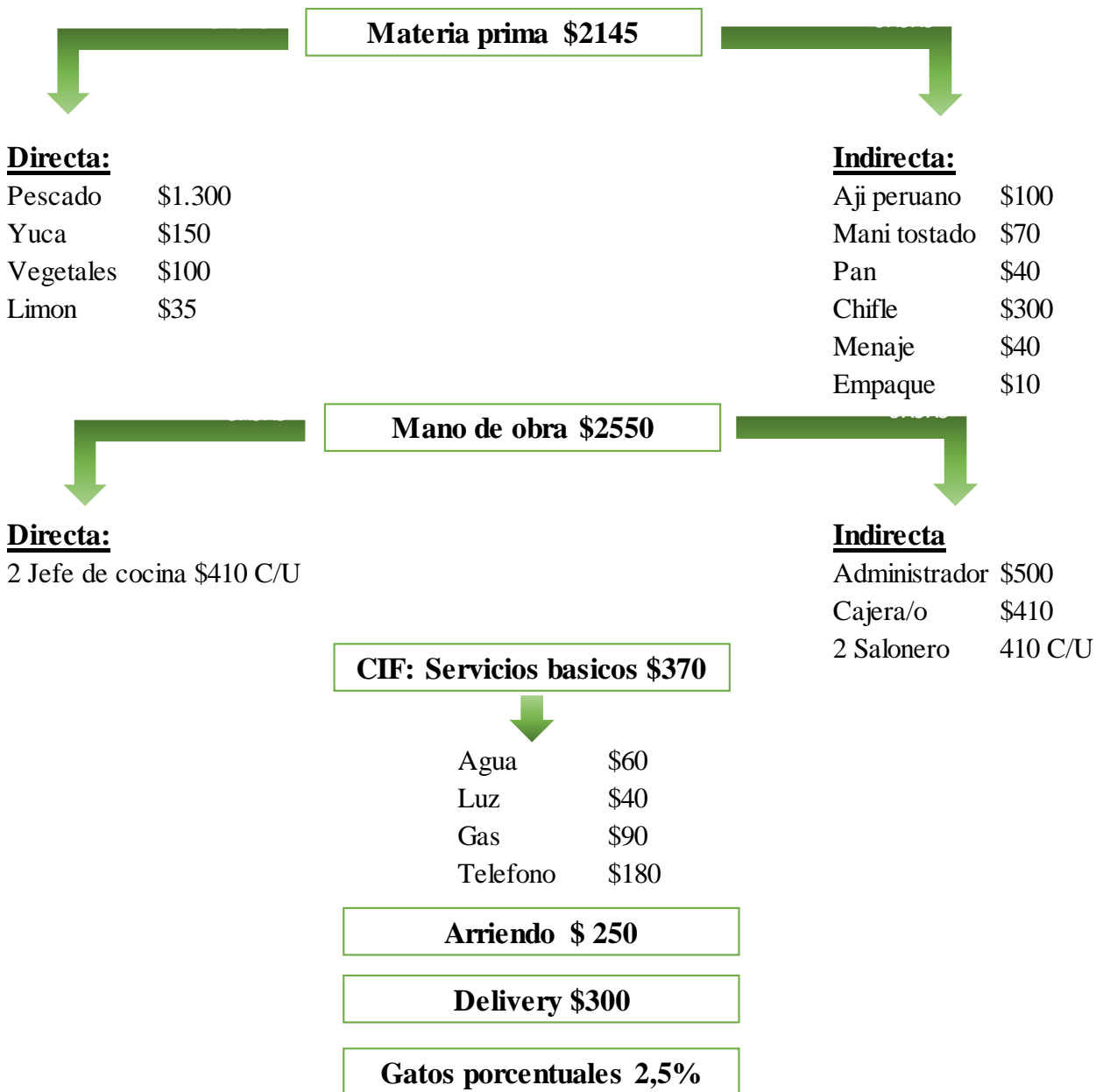
Pídelo con Chifle, pan o jugo de Naranja.

VEN A VISITARNOS.
SERVICIO A DOMICILIO: Fono: 0968585991-0981664556
CONTAMOS CON TODAS LAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD.
ISLA TRINITARIA. COOP 25 DE JULIO MZ.15. SL.9, DIAGONAL AL JAHER EN TODA LA PRINCIPAL.

3.15 Presupuesto

Presupuesto del Proyecto

Venta B. \$9.600 → Venta N. \$8.571 - C Y G \$5.830 = \$2.741 **32% Utilidad**



3.16 Cronograma de trabajo

| Descripcion de actividades | Mes 1 | Mes 2 | Mes3 |
|-------------------------------------|-------|-------|------|
| Diseño de la marca | X | | |
| Organigrama | X | | |
| Diseño de la micro empresa | | X | |
| Estrategia comunicativa | | X | |
| Manual de funciones | | X | |
| Implementar el servicio a domicilio | | X | |
| Implementacion de uniformes | | | X |
| Creación de menú | | | X |
| Creación de hoja de volante | | | X |
| Presupuesto | | | X |

Conclusiones:

Se logró agregar dentro del menú de la picantería Platos típicos los cuales llamarían la atención de aquellos consumidores que no han visitado la picantería “El Tiburón Andrade”, entre ellos se encuentra: la Guatita y el encebollado mixto.

Obtuvimos la implementación de protocolos de Bioseguridad a su vez de ser un medio para cautelar la salud de los clientes se deja satisfecho a los colaboradores de la picantería ya que se vela por la seguridad y salud de cada uno de ellos cuidando al 100% su salud.

Se pudo concretar con éxito la creación de uniformes y la elaboración del manual de funciones para cada una de las áreas designadas de la picantería, elevando el estatus y mejorando la imagen siendo está más atractiva y una experiencia diferente para cada uno de nuestros clientes.

Al ver la necesidad en la cual se encontraba la picantería “El Tiburón Andrade” de no contar con un material publicitario llamativo para los clientes del sector se realizó un letrero y menú de manos para acatar la atención de los consumidores de aquel sector y de esta manera se creó volantes para realizar activación en aquellos puntos de tráfico de clientes.

Recomendaciones:

Seguir con la implementación demás platos típicos en el menú con recetas estandarizadas nos dará más variedad, sabor único y garantizará el aumento de clientela debido a la innovación en el mercado de comida.

Realizar el debido seguimiento a que se cumplan todos los días y a toda hora los protocolos de bioseguridad para seguir garantizando la seguridad de los colaboradores y de la clientela.

Establecer año a año el cambio de uniformes para llamar la atención de los consumidores y marcar la diferencia de los demás negocios de comida.


Bibliografía

- Diario digital EL MERCURIO. (15 de enero de 2021). *5 tendencias que definirán el mercado laboral en el 2021*.
- PRIMICIAS. (Marzo de 2020). *Diario digital*.
- Aby Leticia Sanchez España. (Junio de 2017). *Universidad Rafael Landívar*. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Castillejo, L. E. (Julio 2015 – Enero 2016). Plan de Negocios. En L. E. Castillejo, *Plan de Negocios*. Surquillo, Lima, peru: Macro EIRL.
- César Anselmo. (Noviembre de 2016). *Consultoría Empresarial*. Obtenido de <http://consultoriaempresarialenlinea.blogspot.com/2016/11/la-microempresa.html>
- Dalila Bances Acosta. (9 de Septiembre de 2016). *Microempresa*. Obtenido de <http://bancesacostadalilaelizabeth.blogspot.com/2016/09/concepto-de-microempresa.html>
- Daniel David Carvajal Rivadeneira, A. O. (Junio 2018). *Relacion Costos clientes y Competencias desde la Administración, Economía Organización y Ciencia Sociales*. En A. O. Daniel David Carvajal Rivadeneira, *Relacion Costos clientes y Competencias desde la Administración, Economía Organización y Ciencia Sociales*. Alicante, España: Área de Innovacion y desarrollo, S.L.
- Diario digital EL COMERCIO. (9 de Noviembre de 2020). *Tecnología en la primera linea combate contra el covid-19*.
- Dr. Oscar Hugo Pedraza Rendón. (2014). *Modelo de plan de negocio para micro y pequeñas empresas*. México: Primera Edicion EBOOK.
- El comercio. (28 de Agosto de 2020). *Diario digital*, pág. 1.
- El Comercio. (17 de Septiembre de 2020). Actualidad - Ecuador. *La feria gastronómica Raíces de Guayaquil tendrá este 2020 a los restaurantes ganadores de sus seis ediciones anteriores*.
- El comercio. (5 de enero de 2021). *Diario digital*, pág. 1.
- El Universo. (24 de Junio de 2014). Gran Guayaquil. *Picantería Los Arbolitos: Rapidez al servir es su clave*.
- El Universo. (13 de Mayo de 2014). Gran Guayaquil. *Picantería Olguita va más allá de su pescado frito*.
- El Universo. (24 de Junio de 2014). Gran Guayaquil. *El encebollado se destaca en concurso Las Huecas del Sabor*.
- Esteban, J. L. (Diciembre 2016). TU BUSINESS PLAN ¡EN UN PIM PAM! En J. L. Esteban, *TU BUSINESS PLAN ¡EN UN PIM PAM!* (pág. 218). Comunidad Española, Cataluña: Editorial UOC.
- García Hernán, D. (2007). *Historia universal: XXI capítulos fundamentales*. España: Silex.
- Gloria Ferrandis; García Aparisi. (2013). *Gestion de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias*. Madrid, Vallehermoso: Sintesis S.A.

- Juliá, J. M. (septiembre 2019). Como crear un plan de negocios util y creible. En J. M. Juliá, *Como crear un plan de negocios util y creible*. Barcelona, España : DC PLUS, Serveis Editorials, scp.
- Julián Pérez Porto; Ana Gardey. (2014). *Definicion.De*. Obtenido de <https://definicion.de/cliente-potencial/>
- Kotler Philipp; Armstrong Gary. (2007). Concepto de consumidor y su comportamiento. En A. R. Rodríguez, *Fundamentos de mercadotecnia*.
- Loaiza, C. (2020). EL UNIVERSO. *diario digital*.
- Mario Cantalapiedra. (10 de Agosto de 2015). *Con tu negocio*. Obtenido de <https://www.contunegocio.es/gestion/tres-criterios-para-definir-una-pyme/>
- Mario Enrique Uribe Macías. (Mayo 2013). Emprendimiento y Empresarismo. En M. E. Lastra, *Emprendimiento y Empresarismo* (pág. 11). Bogota: Ediciones de la U.
- Marta Romero. (27 de Mayo de 2018). *Tributos.net*. Obtenido de <https://www.tributos.net/definicion-de-microempresa-1158/>
- Merci Tapia Jaya. (05 de Enero de 2015). Universidad Politecnica Salesiana Ecuador. Cuenca, Ecuador.
- Moreno Castro, T. F. (2016). Emprendimiento y plan de negocio. En T. F. Moreno Castro, *Emprendimiento y plan de negocio* (pág. 428). Santiago, Chile: Ril Editores.
- Moreno Castro, Tercila Fernanda. (2016). *Emprendimiento y Plan de negocio*. Santiago, Chile: Ril editores.
- Msc. Julio Flores Valencia . (2018). *DerechoEcuador.com*. Obtenido de <https://qqq.derechoecuador.com/microempresa>
- Noboa, A. (2 de enero de 2021). Diario Digital. *Primicias*, pág. 1.
- Pérez, D., & González Tabares, R. (2019). Asi se hace un Plan de Empresas. En D. Pérez, & R. González Tabares, *Asi se hace un Plan de Empresas* (pág. 160). Madrid: Tébar Flores.
- Pincay, Gardenia; Silva, Rossy; León Tomalá, Kelly. (2016). La importancia de un plan estrategico en las microempresas. *Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Primicia. (2020). *Bloqueo Politico*.
- Revista Gestión. (2019). *Gestion Digital*.
- Rosales, C. (08 de Abril del 2020). Asamblea Nacional requiere al ejecutivo establecer licencias obligatorias y acceso a datos de prueba y tecnología para enfrentar el COVID-19. *Corral Rosales*.
- Telégrafo, E. (2013). *El Telégrafo*.
- Teo Díaz Rodríguez. (27 de Abril de 2015). *Micro y Macro Empresas* . Obtenido de http://macroempresa2015.blogspot.com/2015/04/micro-y-macro-empresas-definicion-micro.html?_escaped_fragment_
- Vingerhoets Pflucker, M. (2018). *Entre hornos y rocotos*. Lima- Peru: Planeta.
- Xavier Ferrás Hernández. (21 de Septiembre de 2014). *Innovacion 6.0*. Obtenido de <http://xavierferras.blogspot.com/2014/09/una-definicion-de-innovacion.html>

https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Anexos



PICANTERÍA
"EL TIBURÓN ANDRADE"

Picantería "El Tiburón Andrade"

Llenar la encuesta para poder obtener información y brindar un excelente servicio para llegar a la excelencia.

Tu dirección de correo electrónico (douglas.andrade@formacion.edu.ec) se registrará cuando envíes este formulario. ¿No es tuya esta dirección? [Cambiar de cuenta](#)

***Obligatorio**

Escoja su rango de edad

18 a 25 años

26 a 35 años

36 años o mas

Escoja su genero

Masculino

Femenino

Otro

¿Acostumbra a ir a una Picantería?

- SI
- NO

Con que frecuencia asiste a una picantería ?

- 1 Vez por semana
- 3 veces por semana
- Cada 15 días
- Una vez al mes

Cuando visita una picantería a cuanto ascienden promedio sus gastos?

- \$3 a \$5
- \$10 a \$15
- Má de \$20

Que otro plato de los que ofrece la picantería te gustaria encontrar?

Tu respuesta

Cuales son los factores mas importantes para usted?

- Buen servicio
- Calidad de producto
- Protocolos de salubridad
- Todas las anteriores

Le gustaría contar con servicio Delivery? *

- Si
- No

Porque medio le gustaría recibir información de la picantería? *

- Facebook
- Instagram
- Twitter