



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUERIMIENTO PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA EMPRESA DE BOCADITOS EN
EL SECTOR CRISTO REY PERTENECIENTE A LA PARROQUIA TARQUI**

AUTORES:

ESPINALES USCOCOVICH JEAM ALEXANDER

TUTOR:

HEREDIA COPPIANO GÉNESIS

MANTA, 2022

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de Proyecto de Emprendimiento cuyo tema del proyecto es “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA EMPRESA DE BOCADITOS EN EL SECTOR CRISTO REY PERTENECIENTE A LA PARROQUIA TARQUI**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde al señor **Espinales Uscocovich Jean Alexander**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022(1), quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 04 de agosto de 2022

Lo certifico,



Econ. Génesis Estefanía Heredia Coppiano
Docente Tutor(a)
Área: Ciencias Administrativas

CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD

Manta, 04 de agosto del 2022

Se informa el resultado del análisis del sistema de similitud y coincidencia “Ouriginal”, al que fue sometido el trabajo de titulación del estudiante Espinales Uscocovich Jean Alexander, en la modalidad de Proyecto de Emprendimiento, su análisis presenta el 10% de similitud y coincidencia con otros documentos, para la constancia se adjunta el resultado del análisis debidamente sustentado.

Por consiguiente, como tutor del presente trabajo de titulación dejo constancia de este resultado:



Document Information

Analyzed document	TESIS JEAM ESPINALESS.docx (D142642202)
Submitted	8/4/2022 12:38:00 AM
Submitted by	
Submitter email	genesis.heredia@uleam.edu.ec
Similarity	10%
Analysis address	genesis.heredia.uleam@analysis.arkund.com

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios por guiar mi camino y cuidarme en el transcurso.

A mis padres por su apoyo, la confianza que siempre han puesto sobre mí a lo largo de estos 5 años de carrera universitaria, por inculcarme buenos valores, por sus consejos y principios para ser de mí una buena persona.

A mi hermana y hermano por haber sido un pilar fuerte en mi crecimiento como persona.

A mis amigos personales y compañeros de carrera quienes me brindaron incondicionalmente su apoyo y consejos.

Jeam Alexander Espinales Uscocovich

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi fuerza, por darme fe y guiarme en este largo proceso que ha sido la universidad.

A mis padres y hermanos por su cariño incondicional, por su esfuerzo en apoyarme a lo largo de mi carrera, por su tiempo en brindarme consejos y motivarme a ser mejor día tras día.

A mis amistades, compañeros y docentes, de ellos aprendí muchas cosas a lo largo de mi carrera universitaria, me sirvieron de apoyo y me impulsaron siempre a conseguir mis metas.

Jeam Alexander Espinales Usocovich

INDICE

CERTIFICACIÓN	II
CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD	III
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	V
NDICE	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
TEMA: Error! Bookmark not defined.	
RESUMEN EJECUTIVO	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
CAPÍTULO I DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.1.1 Formulación del Problema	2
1.2 Objetivos del Proyecto	2
1.2.1 Objetivo General.....	2
1.2.2 Objetivos Específicos.....	2
1.3 Justificación del proyecto	2
1.3.1 Justificación teórica	3
1.3.2 Justificación práctica	3

1.4 Delimitación	3
CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	5
2.1 Nombre de la Empresa	5
2.2 Logo de la Empresa	5
2.3 Slogan de la Empresa.....	5
2.4 Misión	6
2.5 Visión.....	6
2.6 Valores Empresariales	6
2.7 Análisis interno.....	6
CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADOTECNIA	8
3.1 Análisis externo.....	8
3.2 Segmento del mercado	9
3.3 Estudio de las variables del marketing mix (producto, precio, promoción y plaza)	9
3.3.1 Producto.....	9
3.3.2 Precio.....	9
3.3.3 Promoción	10
3.3.4 Plaza.....	10
3.4 Análisis competitivo (Porter)	11
3.4.1 Rivalidad entre competidores.....	11

3.4.2 Amenaza de Nuevos Participantes	11
3.4.3 Amenaza de Productos Sustitutos	11
3.4.4 Poder de Negociación con los Compradores	12
3.4.5 Poder de Negociación con los Proveedores.....	12
3.5 Análisis e Interpretación de la información obtenida de la Encuesta.....	12
CAPÍTULO IV DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	26
4.1 Características del producto/servicio	26
Componentes	26
Descomposición del producto	27
4.2 Análisis comparativos con productos similares.....	29
CAPÍTULO V ESTUDIO TÉCNICO	30
5.1 Descripción de las características de localización del negocio	30
5.1.1 Macro Localización	30
5.1.2 Micro Localización	30
5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo	33
5.3 Diagramas de Procesos	34
5.4 Capacidad de Producción.....	38
5.5 Listado de máquinas, equipos, herramientas y utensilios.....	39
5.6 Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo	41
5.7 Listado de los proveedores.....	41

CAPÍTULO VI ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	42
6.1 Organigrama Estructural y Funcional.....	42
6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona.....	42
6.3 Previsión de RRHH.....	45
CAPÍTULO VII ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO.....	46
7.1 Marco Legal.....	46
7.2 Requisitos para su legitimidad.....	47
CAPÍTULO VIII ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	49
8.1 Costo Unitario de Producción.....	49
8.2 Estructura de costos y gastos.....	50
8.3 Proyección de ventas.....	51
8.4 Plan de inversión.....	53
8.5 Líneas de financiamientos.....	55
8.6 Flujo de caja proyectado (5 años).....	57
8.7 Estado de resultado proyectado (5 años).....	58
8.8 Estado de situación financiera proyectado (5 años).....	59
CAPÍTULO IX EVALUACIÓN FINANCIERA.....	60
9.1 WACC.....	60
9.2 VAN.....	60
9.3 TIR.....	61

9.4 Punto de equilibrio	62
9.5 Retorno de Inversión	64
9.6 Relación Beneficio/Costo (RBC)	65
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES	66
BIBLIOGRAFÍA	67
ANEXOS	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Delimitación	3
Tabla 2. Detalle para el Cálculo de la Muestra.....	12
Tabla 3. Detalle Pregunta 1	13
Tabla 4. Resultados Pregunta 2	14
Tabla 5. Detalle Pregunta 3	15
Tabla 6. Detalle Pregunta 4	17
Tabla 7. Detalle Pregunta 5	18
Tabla 8. Detalle Pregunta 6	19
Tabla 9. Detalle Pregunta 7	20
Tabla 10. Detalle Pregunta 8	21
Tabla 11. Detalle Pregunta 9	22
Tabla 12. Detalle Pregunta 10	23
Tabla 13. Matriz Comparativa con Productos Similares.....	29
Tabla 14. Detalle Referente s la Capacidad de Producción	38
Tabla 15. Cuantificación de unidades en escala de tiempo	39
Tabla 16. Listado de máquinas y equipos.....	39
Tabla 17. Listado de herramientas y utensilios	40
Tabla 18. Detalle de cálculo de materiales y materia prima	41
Tabla 19. Responsabilidades y parámetros de cada puesto.....	42

Tabla 20. Provisión – Nómina Personal.....	45
Tabla 21. Costo Unitario de Producción de Corviches.....	49
Tabla 22. Costo Unitario de Producción de Empanadas.....	49
Tabla 23. Costo Unitario de Producción de Panes de Almidón.....	49
Tabla 24. Costo de Producción de Bolones.....	49
Tabla 25. Detalle de Costos y Gastos.....	50
Tabla 26. Detalle Proyección de Ventas de Corviches.....	51
Tabla 27. Detalle Proyección de ventas de empanadas.....	52
Tabla 28. Detalle Proyección de Ventas de Bolones.....	52
Tabla 29. Detalle Proyección de Ventas de Panes de Almidón.....	52
Tabla 30. Detalle Activos Fijos.....	53
Tabla 31. Detalle de Activos Diferidos.....	53
Tabla 32. Detalle del Capital de Trabajo.....	54
Tabla 33. Resumen Plan de Inversión.....	54
Tabla 34. Composición de Capital.....	55
Tabla 35. Capital Social.....	55
Tabla 36. Datos del Crédito.....	55
Tabla 37. Amortización de Crédito.....	56
Tabla 38. Flujo de Caja Proyectado a 5 Años.....	57
Tabla 39. Estado de Resultado Proyectado 5 Años.....	58

Tabla 40. Estado de Situación Financiera Proyectado 5 Años	59
Tabla 41. WACC.....	60
Tabla 42. VAN	61
Tabla 43. TIR.....	61
Tabla 44. Detalle Materia Prima por Producto	62
Tabla 45. Retorno de la Inversión.....	64
Tabla 46. Relación Beneficio/Costo (RBC)	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo de la Empresa.....	5
Figura 2. FODA	8
Figura 3. Resultados Pregunta 1	14
Figura 4. Resultados Pregunta 2	15
Figura 5. Resultados Pregunta 3	16
Figura 6. Resultados Pregunta 4	17
Figura 7. Resultados Pregunta 5	18
Figura 8. Resultados Pregunta 6	19
Figura 9. Resultados Pregunta 7	20
Figura 10. Resultados Pregunta 8	21
Figura 11. Resultados Pregunta 9	23
Figura 12. Resultados Pregunta 10	24
Figura 13. Descomposición del Producto Corviche	27
Figura 14. Descomposición del Producto Empanada.....	27
Figura 15. Descomposición del Producto Pan de Almidón	28
Figura 16. Descomposición del Producto Bolón.....	28
Figura 17. Ubicación geográfica de la Micro Localización	32
Figura 18. Bosquejo del área de Trabajo	33
Figura 19. Diagrama del Proceso de Producción de Corviches.....	34

Figura 20.	Diagrama del proceso de Producción de empanadas.....	35
Figura 21.	Diagrama de Proceso de Producción de Pan de Almidón	36
Figura 22.	Diagrama de Proceso de Producción de Bolones.....	37
Figura 23.	Organigrama Funcional y Estructural de Ok Snack´s.....	42

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto es creado para complacer la demanda insatisfecha de venta de bocaditos al paso en el barrio “Cristo Rey” de la ciudad de Manta mediante el empleo de estrategias comerciales, proyectando un posicionamiento en el mercado óptimo que garantice reconocimiento de la marca a nivel local.

“Cristo Rey” es un barrio perteneciente a la Parroquia Tarqui de la ciudad de Manta, goza de cualidades ejemplares para la apertura de un negocio dada su índole, su variedad de plazas de ocio y negocios aledaños generan un constante movimiento de personas demostrando que su localidad es un mercado potencial.

La presente investigación demuestra la inexistencia de negocios de comida al paso en el sector, por lo que la propuesta de apertura de un negocio de bocaditos al paso en el barrio “Cristo Rey” justifica la oportunidad de negocio como un proyecto factible desde la objetividad del caso.

En el proyecto se realizó una investigación de mercado, utilizando herramientas de recolección de datos como la encuesta, en la que se determinó factores como las preferencias y gustos de los consumidores, se obtuvo un porcentaje de aceptación considerable y se identificó la demanda insatisfecha, además, el análisis financiero nos ayudó a determinar la factibilidad de la propuesta, los resultados son favorables garantizando la rentabilidad del proyecto.

Palabras Clave: Emprendimiento, Factibilidad, Bocadillo, Mercado.

ABSTRACT

This project is created to satisfy the unsatisfied demand for the sale of snacks on the go in the "Cristo Rey" neighborhood of the city of Manta using commercial strategies, projecting a position in the optimal market that guarantees recognition of the brand at the local level.

"Cristo Rey" is a neighborhood belonging to the Tarqui Parish of the city of Manta, it has exemplary qualities for opening a business given its nature, its variety of entertainment venues and surrounding businesses generate a constant movement of people, demonstrating that your town is a potential market.

The present investigation demonstrates the inexistence of fast-food businesses in the sector, so the proposal to open a fast-food business in the "Cristo Rey" neighborhood justifies the business opportunity as a feasible project from the objectivity of the case.

In the project, market research was carried out, using data collection tools such as the survey, in which factors such as the preferences and tastes of consumers were determined, a considerable percentage of acceptance was obtained and the unsatisfied demand was identified, in addition, the financial analysis helped us determine the feasibility of the proposal, the results are favorable, guaranteeing the profitability of the project.

Keywords: Entrepreneurship, Feasibility, Snack, Market.

CAPÍTULO I DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad la situación económica que atraviesa el país causa que sus habitantes busquen la manera de obtener ingresos propios mediante la ejecución de un negocio o emprendimiento. Debido a la crisis sanitaria que atraviesa el mundo, y como tal Ecuador, originan un ambiente económico complejo, esto es debido a alzas de la materia prima que hace que las personas estén obligadas a ahorrar dinero y optimizar recursos, por lo tanto, la creación de un emprendimiento deberá estar fundamentado mediante investigaciones, indagaciones y estudios que justifiquen el futuro éxito del negocio sin importar su tamaño.

Manta es una ciudad rica en inversiones y de gran mercado, posee una gran variedad de negocios de todo tipo convirtiéndola en un territorio comercial altamente activo. Sus habitantes, distinguidos por ser trabajadores de lucha diaria han puesto en práctica negocios que se han mantenido firme en el mercado mediante la aplicación de estrategias que garanticen ingresos, éstos estimulan de buena manera el desarrollo socioeconómico. En virtud de lo anteriormente dicho, nace la necesidad de montar un negocio con una inversión inicial que pueda ser sustentada, en una gestión administrativa y operativa, donde se aproveche al máximo los recursos y la zona geográfica donde se encuentre.

Todos aquellos negocios que se ponen en práctica deben estar fundamentados mediante procesos controlados que saquen provecho a una inversión mediante servicios y/o productos de calidad; es por ello por lo que se presenta una oportunidad de negocio mediante la apertura de una empresa productora de bocaditos al paso, teniendo en cuenta que su consumo en Manta es alto.

Cabe destacar que existe una alta competencia en la ciudad en el mercado de los bocaditos al paso, sin embargo, la empresa pretende generar ventas mediante la implementación de

estrategias de marketing enfocadas a brindar promociones de productos a un costo más bajo, esto le permitirá al negocio ofertar en cantidades altas, generando un nivel de ventas que logre una rentabilidad.

1.1.1 Formulación del Problema

En referencia al planteamiento del problema y en relación con el modelo de startup actual, surge la interrogante, ¿es posible montar una empresa especializada en snacks para llevar en el barrio Cristo Rey de Manta?

1.2 Objetivos del Proyecto

1.2.1 Objetivo General

Determinar la viabilidad de establecer una empresa de venta de bocaditos al paso ubicada en el barrio “Cristo Rey” perteneciente a la parroquia Tarqui, ciudad de Manta.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual a través de un estudio de mercado que incluye la venta de snacks para llevar en el área “Cristo Rey”.
- Implementar estrategias de gestión para potenciar las actividades comerciales de la empresa.
- Realizar análisis financieros para sustentar y asegurar la factibilidad del plan de negocios.

1.3 Justificación del proyecto

El estudio de factibilidad ha sido preparado debido a las oportunidades de negocio en la ciudad de Manta, esta propuesta es digna de invertir ya que las características de los productos, sus propiedades, la gran demanda existente, entre otros factores. Además, por la responsabilidad social de implementar un modelo de negocio que contribuya el desarrollo

socioeconómico del sector, evitando contaminaciones al medio ambiente, brindando plazas de empleo y procurando el bienestar de sus consumidores.

1.3.1 Justificación teórica

El presente proyecto involucra una responsabilidad académica de acuerdo con un estudio de la factibilidad comercial y de mercado que amortigüe la base científica y que sus resultados sean útiles para futuras investigaciones sobre este tema.

1.3.2 Justificación práctica

Este emprendimiento tiene una propuesta de negocios de formalizar una empresa que sea responsable en el área de producción y comercialización de bocaditos al paso de manera artesanal aportando el desarrollo económico y social de la ciudad de Manta. En el proyecto se aplicará herramientas cuantitativas (encuestas), de manera sistemática que facilite la obtención de información acerca del mercado que involucra al negocio, a fin de influir en la toma de decisiones en estrategia y gestión empresarial.

1.4 Delimitación

Tabla 1. *Delimitación*

CAMPO	Ciencias Administrativas
ÁREA	Producción y Comercialización
ASPECTO	Proyecto de Emprendimiento
TEMA	Estudio de factibilidad para la apertura de una empresa de bocaditos en el sector cristo rey perteneciente a la parroquia Tarqui, ciudad de Manta.
PROBLEMA	¿Será factible la creación de una empresa dedicada a la venta de bocaditos al paso en el sector Cristo Rey?
DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO	Población y mercado del sector “Cristo Rey”

DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA	Ciudad de Manta
DELIMITACION TEMPORAL	Año 2021-2022
DELIMITACIÓN SOCIAL (BENEFICIARIOS)	Autor del proyecto, sector "Cristo Rey", la población de Manta, la academia.

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

2.1 Nombre de la Empresa

Se ha determinado la redacción del nombre de la empresa principalmente por la acción afirmativa de decir “OK”, y su complemento “Snack´s” por su significado en español como “bocaditos” haciendo referencia a los productos que esta ofrece, quedando el nombre ¡OK! SNACKS S.A. El nombre se fijó por decisión del autor y se representará como una compañía Anónima.

2.2 Logo de la Empresa

Figura 1. *Logo de la Empresa*



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

2.3 Slogan de la Empresa

¡OK! Snacks, tu mundo mucho más delicioso.

2.4 Misión

Ofrecer a los usuarios los más deliciosos bocaditos al paso hechos de manera artesanal, con procesos de calidad óptimos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

2.5 Visión

Ser una empresa reconocida por la elaboración de los mejores bocaditos al paso en el barrio “Cristo Rey” y por qué no, de la ciudad de Manta, con procesos cuidadosamente ejecutados que reflejen los máximos estándares de calidad, crecimiento comercial esperado en la provincia de Manabí.

2.6 Valores Empresariales

- Responsabilidad
- Disciplina
- Ética
- Creatividad
- Respeto
- Compromiso

2.7 Análisis interno

El análisis interno se encuentra basado en la planificación estratégica y la gestión integrada con puntos clave que faciliten la determinación de objetivos estratégicos:

FINANCIERO:

- Mejorar los costes
- Incrementar los ingresos
- Aumentar las ventas
- Mantener rentabilidad
- Retorno de inversión

CLIENTE:

- Satisfacer la demanda
- Expandir a diversos puntos de ventas
- Atención inmediata
- Generación de empleo

PROCESOS:

- Control de calidad mejorado
- Optimización del proceso de producción
- Fortalecimiento de la comunicación estratégica

RECURSOS:

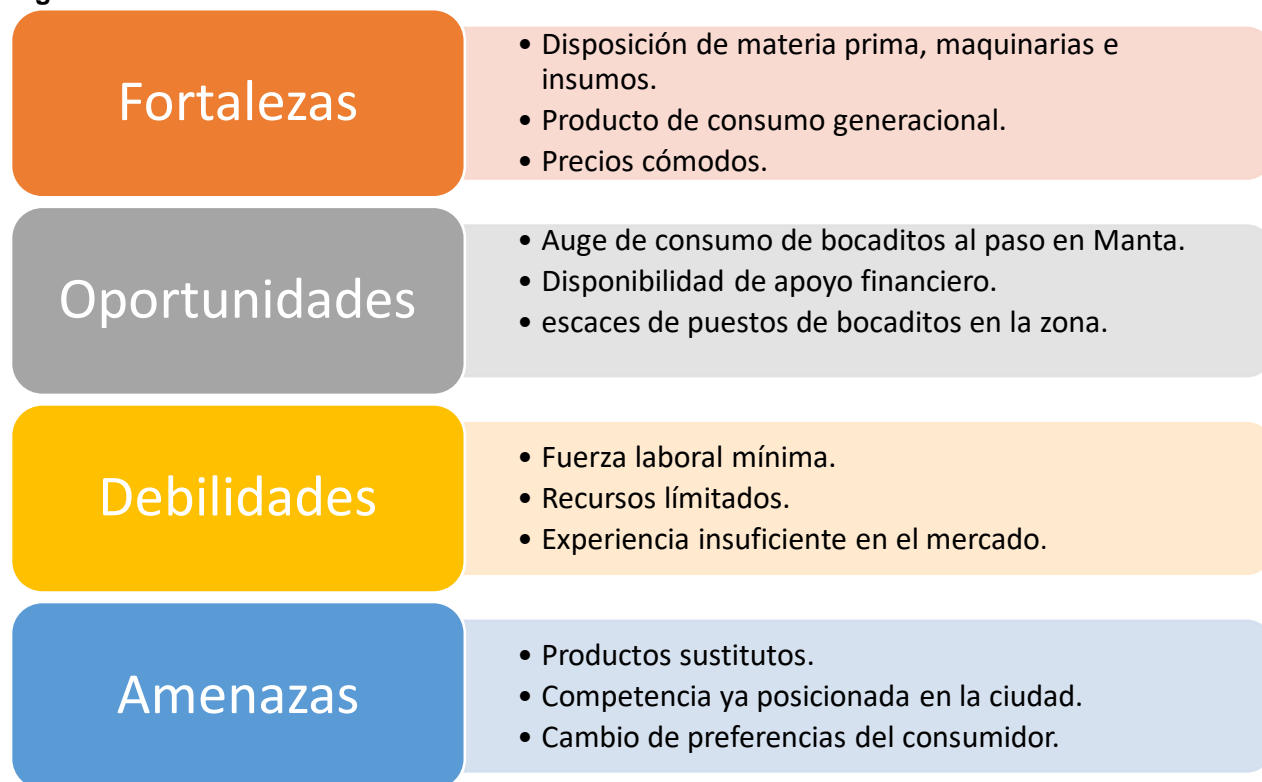
- Gestión y administración eficaces
- Protocolo de funcionamiento
- Fortalecimiento de los recursos existentes
- Prevención de residuos

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADOTECNIA

3.1 Análisis externo

Para determinar el análisis interno de la empresa es necesario realizar el FODA, que según (Dyson, 2004) establece que “es una de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica, en especial para la determinación de la posición estratégica de la empresa”. Dicho análisis permitirá a la empresa elaborar estrategias para utilizar las fortalezas que posee y evitar el efecto de sus debilidades, aprovechar a tiempo las oportunidades del mercado y combatir el efecto de las amenazas. A continuación, el análisis FODA de la empresa de bocaditos OK Snack’s S.A:

Figura 2. FODA



Elaborado por: Jeam Alexander Uscocovich

3.2 Segmento del mercado

En lo que respecta al objetivo de la propuesta, este nos posibilita focalizar los esfuerzos a personas de todas las edades, pues el consumo de los bocaditos contiene un alto aporte nutritivo amigable para la salud, debido a los ingredientes frescos utilizados en su elaboración, por lo tanto, menores de edad y personas adultas pueden adquirir los productos,

3.3 Estudio de las variables del marketing mix (producto, precio, promoción y plaza)

3.3.1 Producto

Los productos que ofrece Ok Snack´s son bocaditos salados hechos con materia prima local de la región costa, como lo son: plátano, pescado, pollo, queso, almidón, maní, entre otros, sin usar preservantes en su elaboración, lo que lo hace una comida sana, nutritiva y de buen sabor. Es pertinente recalcar que, de acuerdo con la encuesta realizada en el presente estudio de factibilidad, la empresa empezará sus funciones con una línea de producción que conlleva cuatro clases de bocaditos, los cuales son: las empanadas de verde (pollo/queso), panes de almidón, corviches y bolones de verde (queso/chicharrón), sin embargo, nuestra proyección es aumentar la línea de producción incorporando nuevas clases de bocaditos de acuerdo a los resultados de las estrategias y el crecimiento de las ventas.

3.3.2 Precio

En lo que respecta al precio de venta al público se determinará previo al análisis financiero, relacionado a la producción de los bocaditos, además, se estudiarán los precios referentes del mercado. De acuerdo con el costo unitario de producción se añade el porcentaje de utilidad, el cual será estimado bajo normativa interna.

El costo unitario de producción de los corviches, empanadas y bolones es \$0.38 y agrega un margen de utilidad de 31.57%, dejando el precio de venta en \$0.50, obteniendo una utilidad de \$0.12 por unidad vendida a su vez, el CUP de los panes de almidón es de \$0,20, más un

margen de utilidad de 51,97%, quedando una utilidad de \$0,10 por unidad vendida. Sin embargo, se ha tomado la decisión que una vez maximizada la producción y las ventas, se incremente el porcentaje del precio, resguardando la proyección del plan de emprendimiento.

3.3.3 Promoción

La promoción de la empresa estará orientada a la interacción por las redes sociales y aplicaciones móviles, debido a que la web facilita la comunicación de los usuarios alrededor del globo. En el ámbito empresarial es de suma necesidad que las empresas estén conectadas con sus clientes y a su vez, dar conocer sus productos y servicios a sus futuros clientes, por lo cual, es pertinente la creación de cuentas de Facebook, Instagram y WhatsApp para tener un punto de partida que, de acceso a las promociones y publicidad de la marca, además de su uso para la recepción de pedidos.

Además, se eligió realizar publicidad en los principales medios de comunicación tradicionales como la radio, televisión y los diarios, que, a pesar de tener menor alcance, es una oportunidad de reconocimiento por aquellas personas que no suelen usar el internet.

3.3.4 Plaza

El lugar donde se pretende ejecutar el negocio está ubicado en el centro de la ciudad de Manta, Parroquia Tarqui, Barrio Cristo Rey. El sitio es muy adecuado debido a la alta concurrencia de personas en la zona que llegan a disfrutar a las zonas de ocio, ya que la zona posee dos parques que cuentan con canchas de Indor-Fútbol, Vóley y Tenis, además, los miembros del sector realizan eventos sociales regularmente como los bingos juegos de naipes y rifas.

De acuerdo con la investigación, se propone las siguientes maneras de venta de los productos: primero, desde el propio establecimiento de la empresa, aprovechando las ventajas que nos ofrece la zona, segundo, incorporar una red de carritos equipados con la maquinaria

necesaria para la preparación al instante de los bocaditos y su venta directa al consumidor, por último, asistir a eventos sociales, ferias, lugares turísticos a fin de hacer conocer la marca a los clientes potenciales.

3.4 Análisis competitivo (Porter)

3.4.1 Rivalidad entre competidores

Referente a este proyecto de emprendimiento, en Manta existen un sin número de negocios que se dedican a la venta de bocaditos al paso, unos poseen un establecimiento propio y otros deambulan informalmente por las calles de la ciudad, la comunidad que alberga el barrio Cristo Rey posee establecimientos de venta de comida alrededor de la zona, entre ellos destacan los asaderos, picanterías, puestos de comida rápida, sin embargo, el sector no cuenta con establecimientos de venta de bocaditos al paso, y mucho menos un negocio con una propuesta de valor que pretenda satisfacer la demanda mediante estrategias de venta en base a calidad/precio.

Los principales competidores son: Bocaditos Chica, Bocaditos de la 23, Bocaditos Tatos.

3.4.2 Amenaza de Nuevos Participantes

Debido al consumo cotidiano de estos productos en la ciudad, hace que muchas personas se inclinen a la idea de emprender negocios de esta índole, sin embargo, la propuesta de valor de este plan de emprendimiento marca una barrera ante la competencia nueva mediante una óptima gestión de estrategias en el desarrollo de sus procesos, además de brindar oportunidad de negocio a personas que quieran convertirse en socios.

3.4.3 Amenaza de Productos Sustitutos

En esta referencia se determina principalmente a la comida rápida, papas fritas, hamburguesas, el cual es un tipo de negocio que comúnmente encontramos a lo largo de la ciudad, por lo que la amenaza de nuevas aperturas de negocios de esta índole dentro de la

zona es muy alta; pero cabe señalar que los productos que se presentarán son más asequibles y pueden ser consumidos por cualquier persona sin importar la edad.

3.4.4 Poder de Negociación con los Compradores

Si las estrategias comerciales funcionan y cumplan con la planificación propuesta, el poder de negociación con los compradores alto debido la calidad del producto y las ideas comerciales esperadas, porque al final se focalizará la decisión en base al nivel de consumo y la calidad de los procesos internos como externos (distribución). Es importante mencionar que existe la oportunidad de generar ingresos diarios para aquellas personas que deseen trabajar con la empresa en sus otros canales de venta.

3.4.5 Poder de Negociación con los Proveedores

Debido a la zona geográfica en la que se encuentra Manta los ingredientes que se necesitan para hacer los bocaditos abunda en la ciudad, esto provoca que el poder de negociación con los proveedores sea alto. De esta manera se propone analizar tres factores importantes, la cercanía, tiempo y costo, a su vez, asegurar que calidad de la materia prima y los insumos sea óptima.

3.5 Análisis e Interpretación de la información obtenida de la Encuesta

Previo a realizar una encuesta, se necesita establecer una población, que será el número de habitantes del barrio “Cristo Rey” 2022, que es de 1.500 según datos obtenidos por parte del presidente del barrio Domingo Antonio Choez. Por lo tanto, se aplica la siguiente fórmula a esta referencia para el muestreo de la encuesta:

Tabla 2. *Detalle para el Cálculo de la Muestra*

ESPECIFICACIONES Y CÁLCULO PARA LA MUESTRA		
Z	1,96	Porcentaje de la distribución normal
P	0,5	Probabilidad de ocurrencia

Q	0,5	1-P
N	1500	TAMAÑO DE LA POBLACIÓN
E	0,05	Error de Muestreo
N	?	TAMAÑO DE LA MUESTRA

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Se desarrolla la siguiente fórmula para obtener la muestra:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 1.200}{1.200 * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 292 \text{ encuestas}$$

Como resultado recibimos 292 cuestionarios, indicando que se enfocarán en 9 preguntas seleccionadas del alcance y análisis de la propuesta de valor que posee el proyecto. Para la mejor ejecución del proyecto, se realizarán las encuestas de manera presencial, visitando al usuario recorriendo de forma distribuida el área que conforma el barrio "Cristo Rey".

Estos son los detalles de la encuesta:

Pregunta 1

¿Conoce usted en su localidad un negocio de venta de bocaditos al paso?

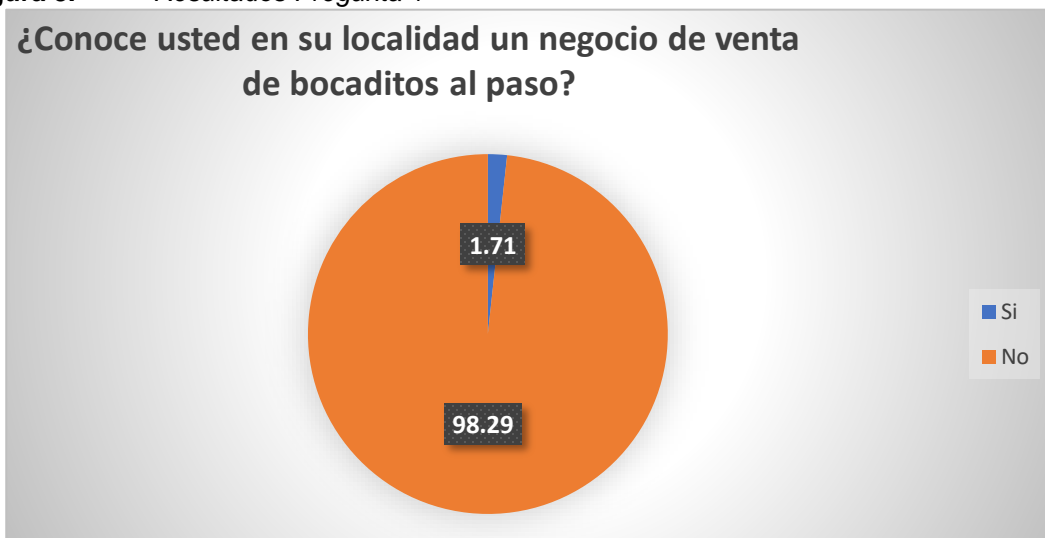
Tabla 3. Detalle Pregunta 1

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Si	5	1,71%
No	287	98,29%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 3. Resultados Pregunta 1



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 1

De acuerdo con la muestra de los encuestados, el 98.29% expresó que no conoce un negocio de bocaditos al paso dentro de su localidad, el 1,71% restante menciona que conoce al menos un negocio de bocaditos al paso en su barrio. Este escenario evidencia una oportunidad de negocio debido a la escasez de oferta de bocaditos al paso en el barrio Cristo Rey.

Pregunta 2

¿Qué tan importante es para usted la nutrición al momento de degustar un bocadito al paso?

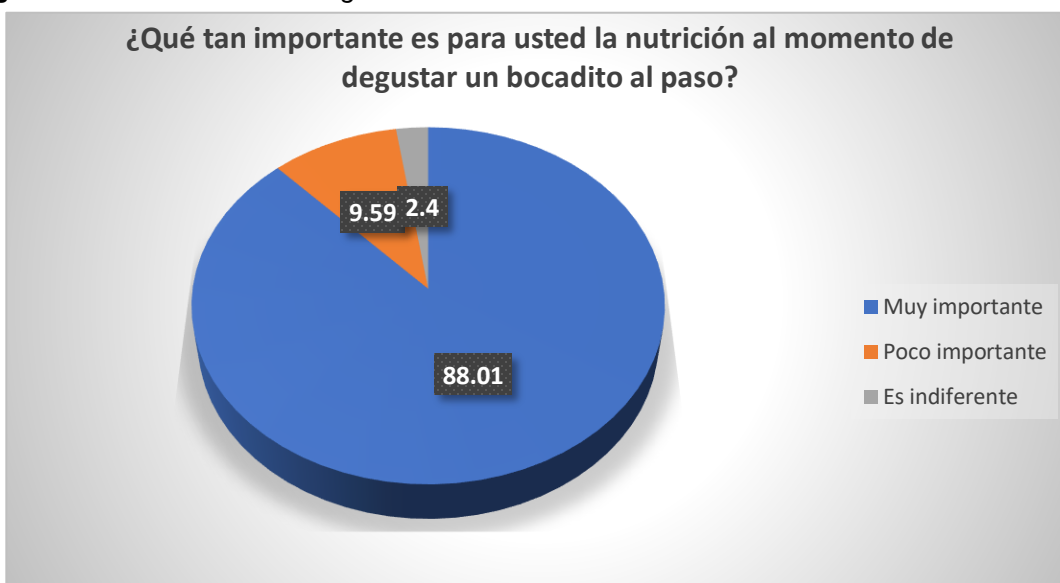
Tabla 4. Resultados Pregunta 2

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Muy Importante	257	88,01%
Poco Importante	28	9,59%
Es Indiferente	7	2,40%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 4. Resultados Pregunta 2



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 2

Los resultados de esta encuesta mostraron que el 88,01 % respondió que los niveles de nutrientes eran "muy importantes" al comer bocadillos para llevar, el 9,59 % dijo "poco importante" y el 2,40 % dijo "es indiferente". Esta condición indica una tendencia positiva hacia los productos del proyecto, pues la materia prima empleada en la elaboración de estos es de alta calidad considerando los nutrientes que emplean para el cuidado de la salud de los consumidores.

Pregunta 3

¿Por qué razón usted degusta un bocadito al paso?

Tabla 5. Detalle Pregunta 3

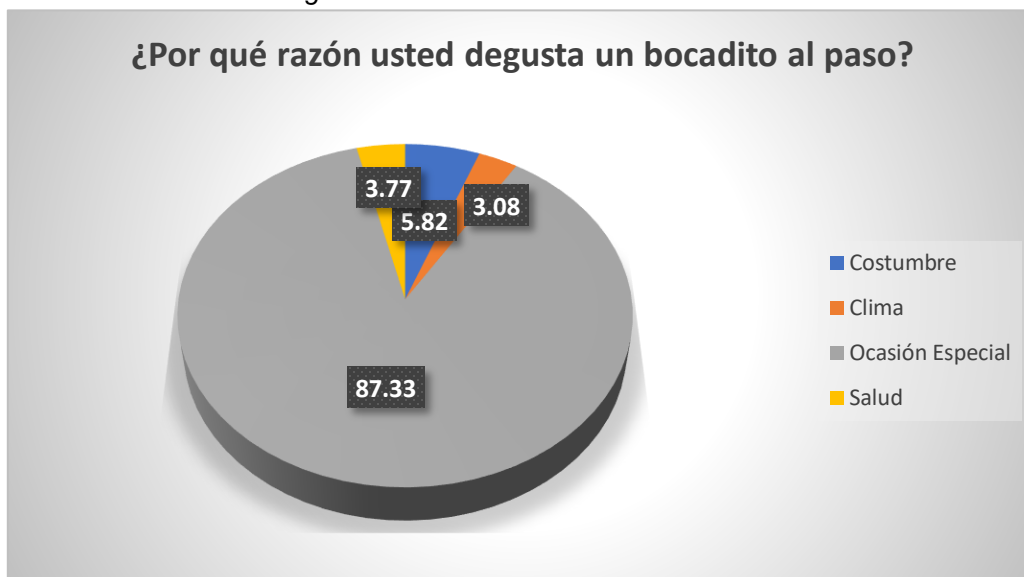
INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Costumbre	17	5,82%
Clima	9	3,08%

Ocasión Especial	255	87,33%
Salud	11	3,77%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 5. Resultados Pregunta 3



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 3

El 87,33% de los encuestados dijo disfrutar de un snack para llevar en “ocasiones especiales”, el 5,82% por “costumbre”, el 3,77% por “salud” y al 3,08% le gustaría comerlo por el “clima”. Esta orientación social de consumo evidencia el éxito potencial de la propuesta de negocio, este como tal es tan común en la ciudad de Manta que no existe un tiempo específico para consumir esta clase de productos.

Pregunta 4

¿Cuál es la característica que lo motiva a consumir bocaditos al paso?

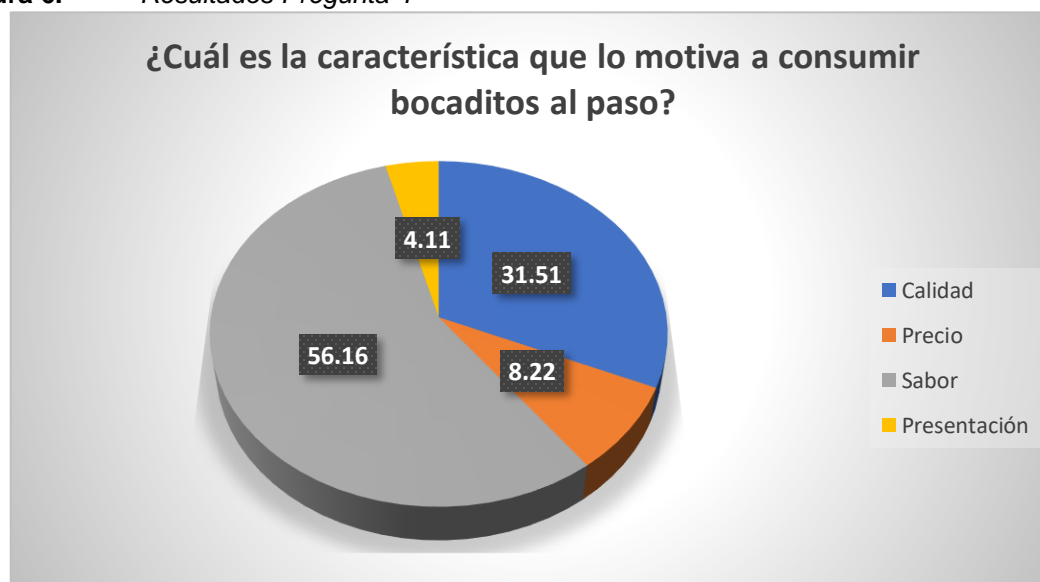
Tabla 6. *Detalle Pregunta 4*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Calidad	92	31,51%
Precio	24	8,22%
Sabor	164	56,16%
Presentación	12	4,11%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 6. *Resultados Pregunta 4*



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 4

Al momento de motivación para consumo de bocaditos al paso, la muestra expresa un 56,16% que lo hacen por “sabor”, un 31,51% lo motiva la “calidad”, un 8,22% el “precio y un 4,11% la “presentación”. Los factores evidenciados en la encuesta derivan las cualidades de los bocaditos a producir y comercializar en este emprendimiento; demostrando que los consumidores optan en consumir bocaditos al paso de buen sabor y calidad, siendo estas características puntos clave en la fidelidad del cliente.

Pregunta 5

¿Usted y su familia consumen bocaditos al paso?

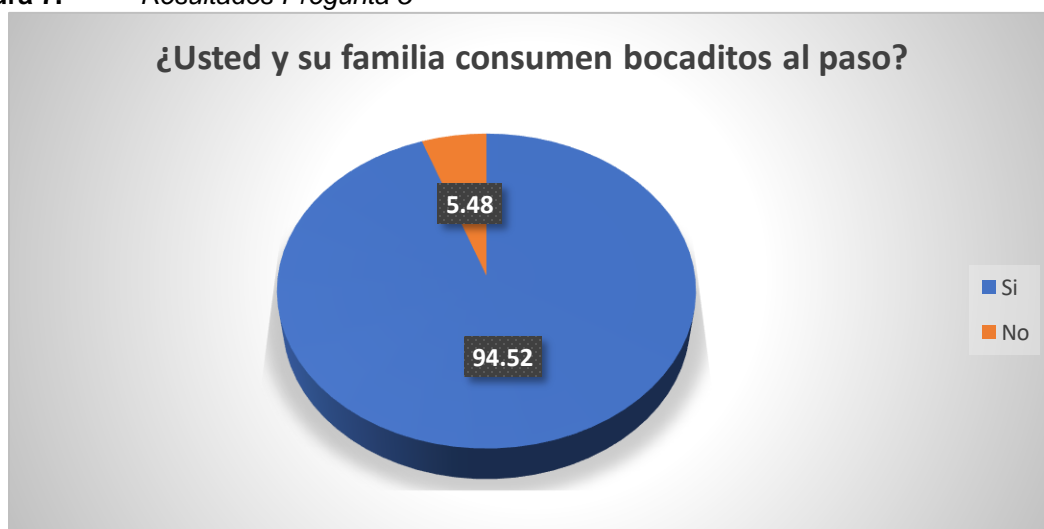
Tabla 7. Detalle Pregunta 5

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Si	276	94,52%
No	16	5,48%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 7. Resultados Pregunta 5



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 5

Según los resultados de la encuesta, muestra datos importantes a la hora de invertir en estrategias comerciales, pues, los encuestados y su familia consumen bocaditos al paso en un 87,47% para esta incógnita. Este porcentaje se debe tomar muy en cuenta ya que deja claro que los bocaditos al paso son productos que lo consumen toda clase de persona. De esta

manera, el restante 5,48% que dijeron que no, se espera implementar estrategias que motiven el cambio de postura de estas personas.

Pregunta 6

¿Con qué frecuencia usted consume bocaditos al paso?

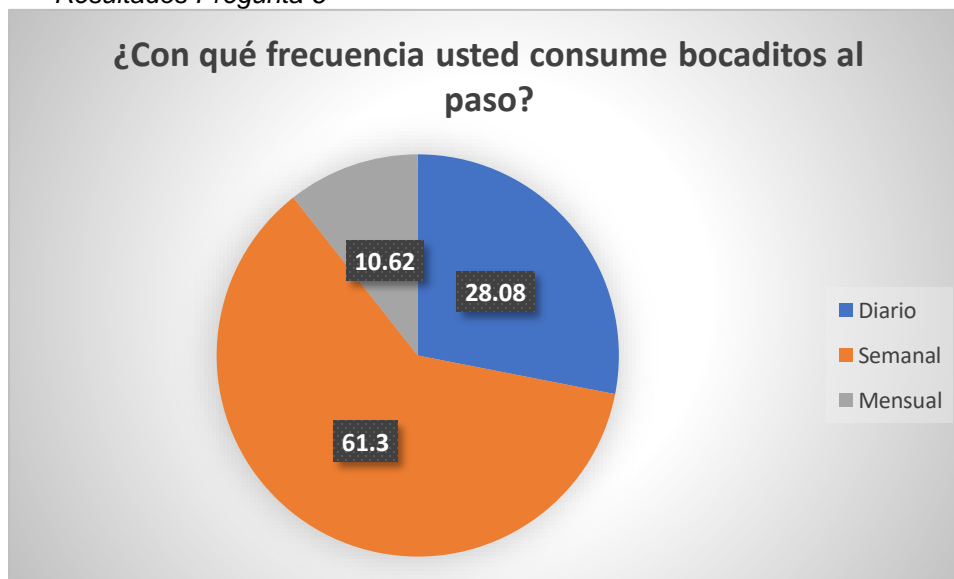
Tabla 8. *Detalle Pregunta 6*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Diario	82	28,08%
Semanal	179	61,30%
Mensual	31	10,62%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 8. *Resultados Pregunta 6*



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 6

Las respuestas más probables en cuanto a la frecuencia de consumo de bocaditos al paso fueron 61,30% y 37,67% para el consumo 'semanal' y 'diario', respectivamente, haciendo válida la venta de snacks de forma continua, dando la oportunidad de transformar los bocaditos al paso en productos de consumo masivo.

Pregunta 7

¿Le gustaría que su localidad posea un negocio de venta de bocaditos al paso?

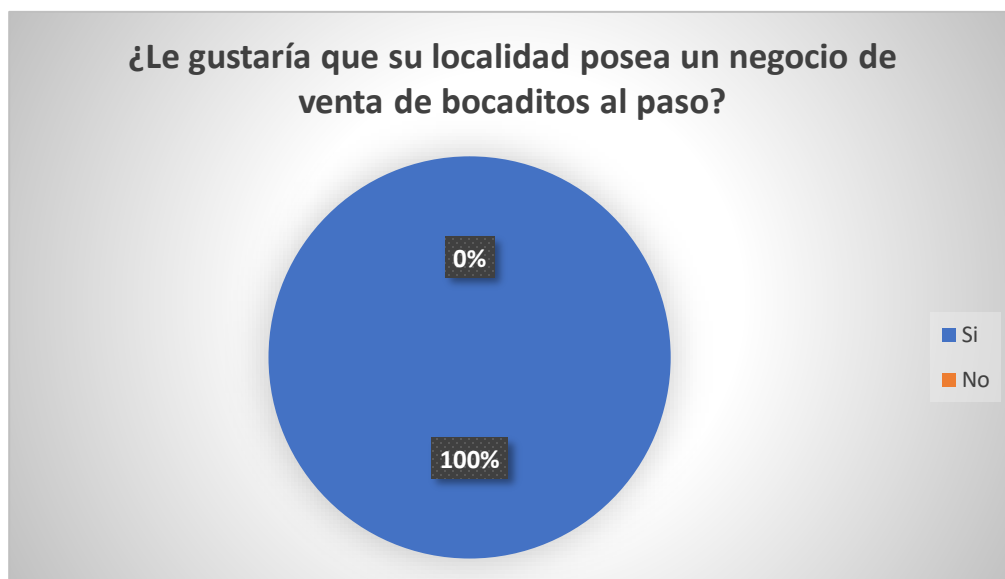
Tabla 9. *Detalle Pregunta 7*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Si	292	100%
No	0	0%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 9. *Resultados Pregunta 7*



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Detalle: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 7

Los resultados arrojados de esta pregunta demuestran que el 100% de los encuestados si desearían que un negocio de bocaditos al paso existiera en el barrio Cristo Rey. Este escenario evidencia la oportunidad de apertura de negocio que cubra la demanda existente en el sector.

Pregunta 8

¿Estaría dispuesto a consumir bocaditos al paso perteneciente a un nuevo emprendimiento?

Tabla 10. *Detalle Pregunta 8*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Si	277	94,86%
No	15	5,14%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 10. *Resultados Pregunta 8*



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 8

Los encuestados en esta encuesta identificaron el 94,86% de manera que, si están dispuestos a consumir bocaditos al paso de un emprendimiento nuevo, teniendo una dirección propositiva para crear una estrategia de penetración de mercado, el 5.14% restante dice no estar listo para probar bocaditos al paso de un nuevo negocio, pero con la fama y el prestigio necesarios en el corto plazo, puede cambiar la opinión de estos. gente.

Pregunta 9

¿Qué bocaditos al paso son de su preferencia?

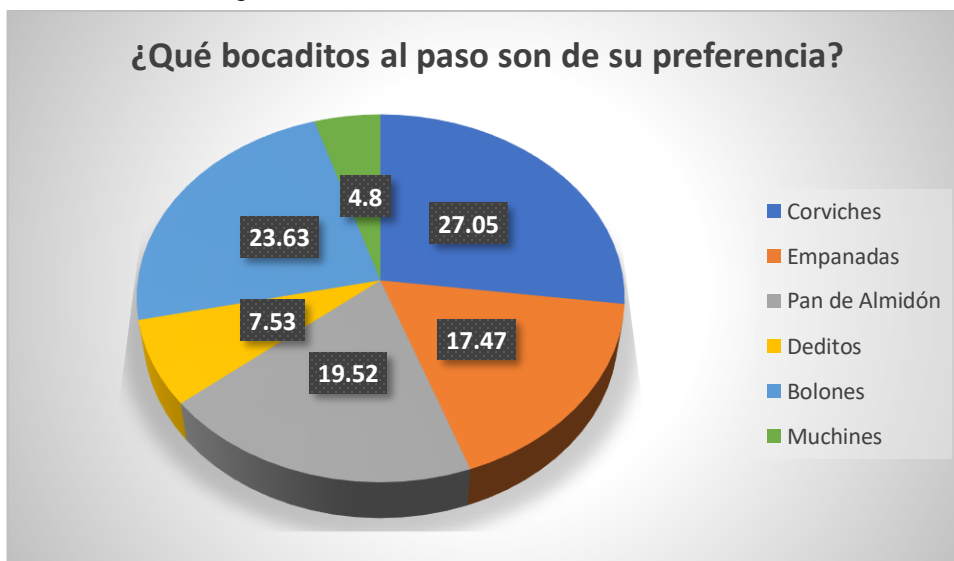
Tabla 11. *Detalle Pregunta 9*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
Corviches	79	27,05%
Empanadas	51	17,47%
Pan de Almidón	57	19,52%
Deditos	22	7,53%
Bolones	69	23,63%
Muchines	14	4,80%
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 11. Resultados Pregunta 9



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 9

Los resultados a esta pregunta marcan la inversión, producción y comercialización inicial de la empresa, debido a que existen cuatro ponderaciones altas, un 27,05%, un 23,63%, un 19,52% y un 17,47% que corresponden a “corviches, bolones, pan de almidón y empanadas” respectivamente se opta por emplear estos cuatro bocaditos a ser producidos y comercializados dentro del emprendimiento, Sin embargo, el plan es agregar sabiamente nuevos caminos y analizar el mercado a través de la retroalimentación, es decir, el crecimiento en la cartera cuando las condiciones en las que la empresa se considera rentable para continuar reinnovando. Invertir en un desarrollo equilibrado.

Pregunta 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un bocadito al paso de su preferencia?

Tabla 12. Detalle Pregunta 10

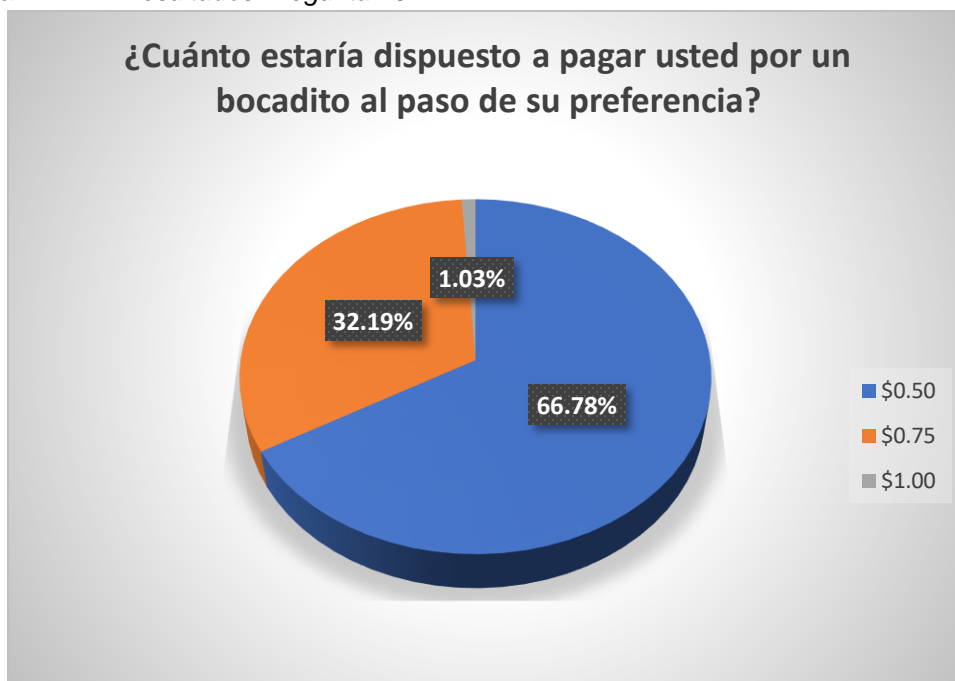
INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE
-------------	-------------------------------	------------

\$ 0,50	195	66,78%
\$ 0,75	94	32,19%
\$ 1,00	3	1,03
TOTAL	292	100%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Figura 12. Resultados Pregunta 10



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Encuesta aplicada a una muestra de población del sector Cristo Rey

Análisis Pregunta 10

En torno al precio, los resultados demuestran que, un 66,78% están dispuestos a pagar “\$ 0,50”, un 32,19% “\$ 0,75”, mientras que el restante 1,03% dispone pagar “\$ 1,00”. Este escenario evidencia una fuerte inclinación de los consumidores a un precio que se acomode a su bolsillo y que rivalice con los precios de la competencia sin alterar la calidad del producto.

No obstante, la segunda ponderación tuvo una alta aceptación dejando abierta la oportunidad de incrementar el precio conforme a las proyecciones de venta.

CAPÍTULO IV DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

4.1 Características del producto/servicio

De acuerdo con los resultados arrojados en la muestra, evidenciamos que los usuarios se inclinaron por cuatro bocaditos que denominaron de su preferencia, los cuales son: Corviches, Empanadas, Panes de Almidón y Bolones.

Componentes

Corviche

- Masa elaborada a base de plátano verde, maní, vegetales y sazónadores
- Relleno de refrito de pescado (albacora)

Empanada

- Masa elaborada a base de plátano verde y sazónadores
- Relleno a preferencia del cliente (queso, pollo o carne)

Pan de Almidón

- Masa elaborada a base de almidón, leche, queso y polvo de hornear
- Relleno de queso

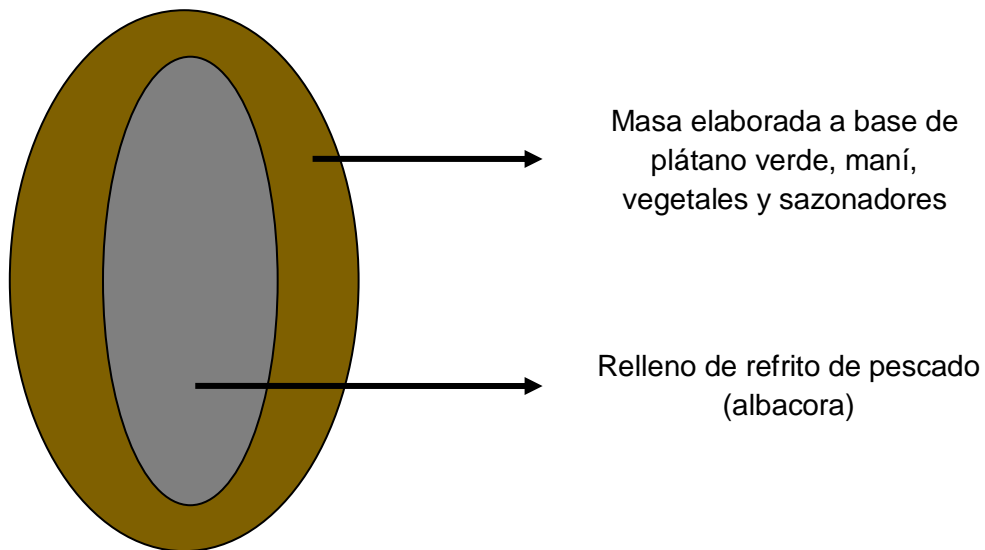
Bolón

- Masa elaborada a base de plátano verde o maduro
- Cobertura de queso o chicharrón
- Relleno de queso o chicharrón

Descomposición del producto

Corviche

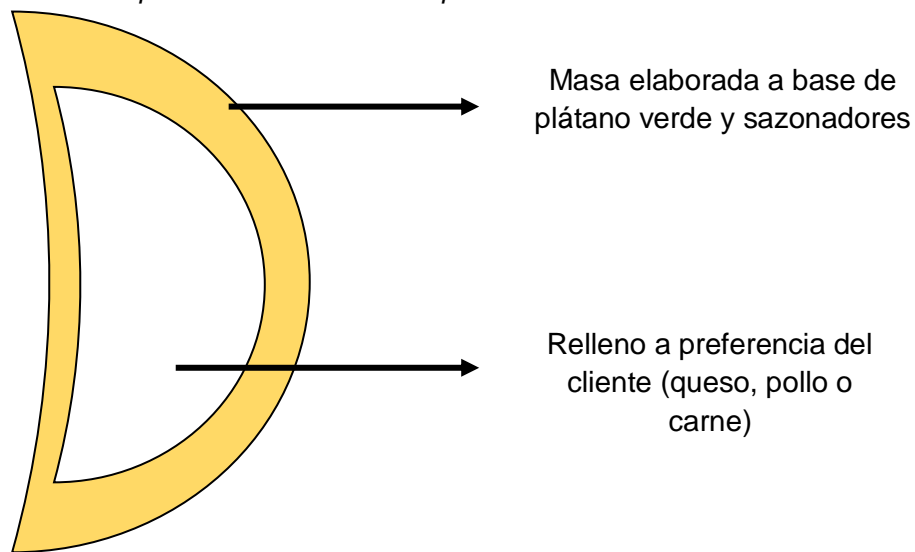
Figura 13. Descomposición del Producto Corviche



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Empanada

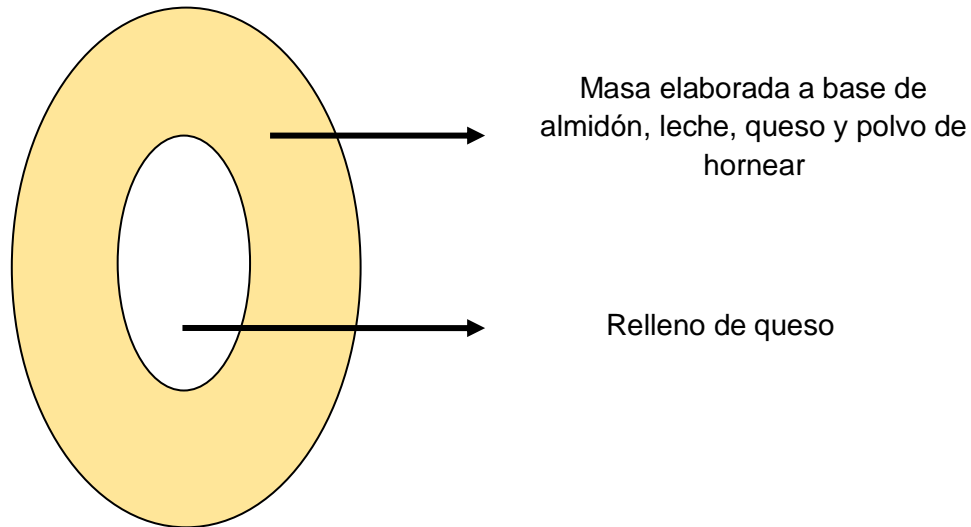
Figura 14. Descomposición del Producto Empanada



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Pan de Almidón

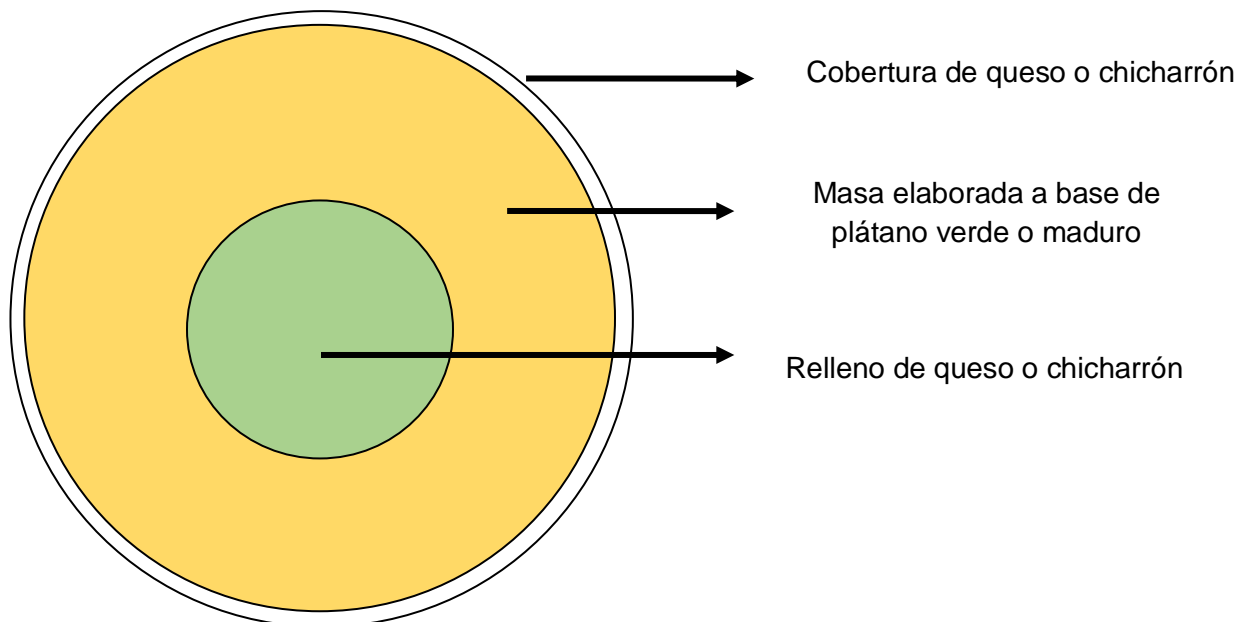
Figura 15. Descomposición del Producto Pan de Almidón



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Bolón

Figura 16. Descomposición del Producto Bolón



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

4.2 Análisis comparativos con productos similares

En este apartado se muestra la competencia directa con los productos de la empresa, los cuales fueron cuantificados sobre 10 debido a referencias del mercado; es preciso recalcar que, la calificación de OK Snack´s una vez puesta en marcha es totalmente subjetiva.

Tabla 13. *Matriz Comparativa con Productos Similares*

Servicio	BOCADITOS	BOCADITOS	BOCADITOS	OK SNACK'S
	CHICA	DE LA 23	TATOS	(SUBJETIVO)
CUANTIFICACIÓN				
Calidad de servicio.	9	8	8	9
Ambiente del negocio.	9	9	8	9
Presencia en el mercado.	10	9	8	7
Compromiso referente a la salud.	8	8	8	10
Competitividad en precios de mercado.	9	9	9	9
Publicidad y marketing.	9	9	8	10
Puntos de venta y comercialización.	10	9	8	7

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

CAPÍTULO V ESTUDIO TÉCNICO

5.1 Descripción de las características de localización del negocio

Es fundamental ubicar el negocio, por razones de distribución, mercadeo y producción, ya que la ubicación juega un papel estratégico en el crecimiento del negocio. En este caso se destacará la traducción parcial y la localización total, destacando los puntos fuertes por medio de factores determinantes para la toma de decisiones.

5.1.1 Macro Localización

De acuerdo con demarcación del proyecto de puesta en marcha, correspondiente a la macro localización en la ciudad de Manta, municipio de la provincia de Manabí, lugar donde alberga una gran variedad de flora, potenciada por la agricultura y la pesca, proveyendo a su población productos de alta calidad con fácil distribución. De aquí la justificación sobre la disponibilidad de la materia prima para el cumplimiento de los objetivos respecto a la producción diaria.

La ciudad de Manta posee grandes oportunidades comerciales debido a su constante expansión, esto permite a los ciudadanos emprender pequeños negocios con visión de crecimiento, es así como se pretende crear una empresa dedicada a la venta de bocaditos al paso dentro del territorio mantense, determinando estrategias de crecimiento mediante la masificación de puntos de ventas locales.

5.1.2 Micro Localización

La micro localización se determinará a través de una decisión analizada con anterioridad, tomando en consideración clave como:

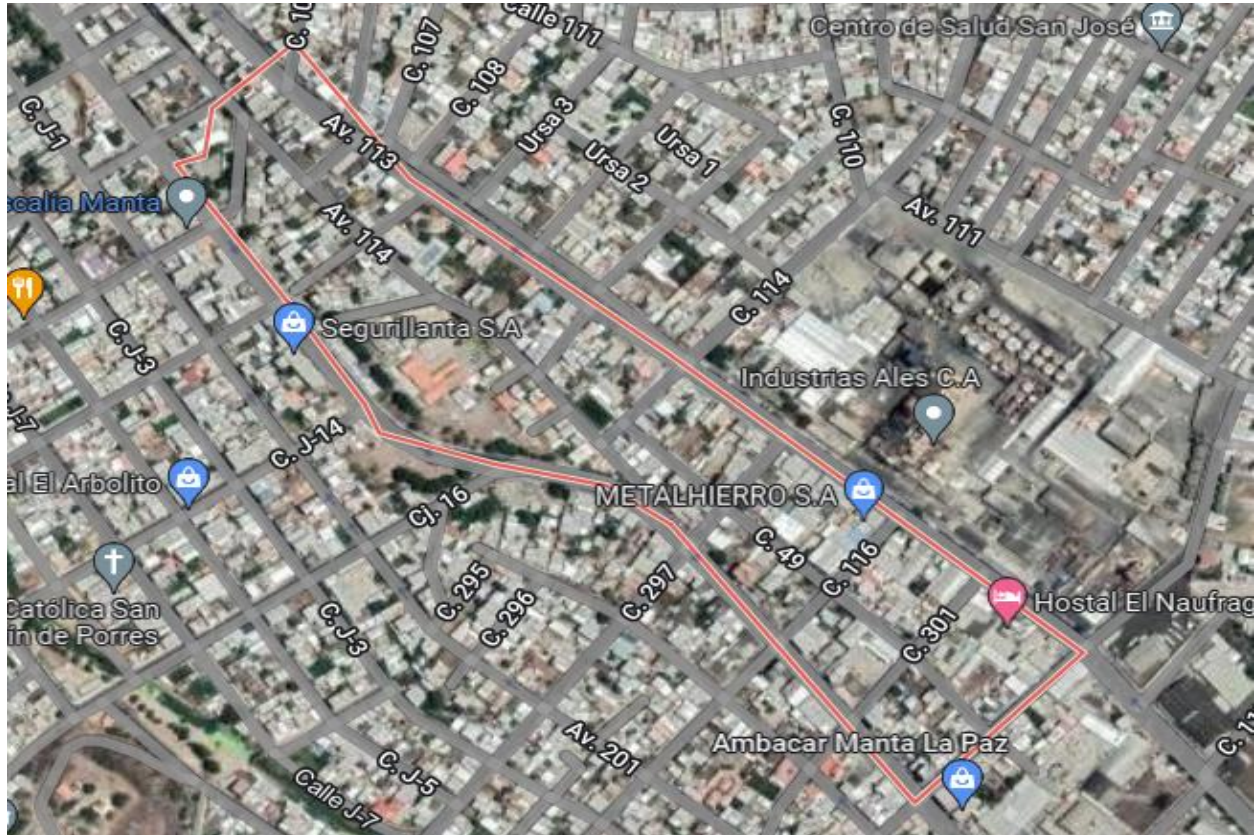
- Costo de establecimiento/arriendo.
- Disponibilidad de servicios básicos, vías terrestres de conexión, seguridad.
- Facilidad del cuidado del medio ambiente y condiciones climáticas.

Dependiendo del enfoque de la empresa y de los factores detallados anteriormente, se interpretan los siguientes criterios:

- Respecto al primer factor, tenemos la aportación directa de los socios de la empresa, es decir, un socio de la compañía se encargará en aportar con el gasto por arrendamiento, el establecimiento estará ubicado en la zona céntrica del barrio “Cristo Rey”.
- Una vez determinado el lugar teniendo en cuenta el factor costo-beneficio, se confirma la existencia de carreteras que conectan el establecimiento por distintas alas permitiendo el fácil acceso para la comercialización del producto y abastecimiento de materia prima, además, el lugar cuenta con seguridad básica fortalecida por medios propios, también se destaca la disponibilidad oportuna de todos los recursos básicos.
- Como último punto, las condiciones climáticas del sector son óptimas para la elaboración de los bocaditos, y al ser un sector con alto potencial de crecimiento comercial, es posible efectuar remediaciones para controlar la contaminación como tal.



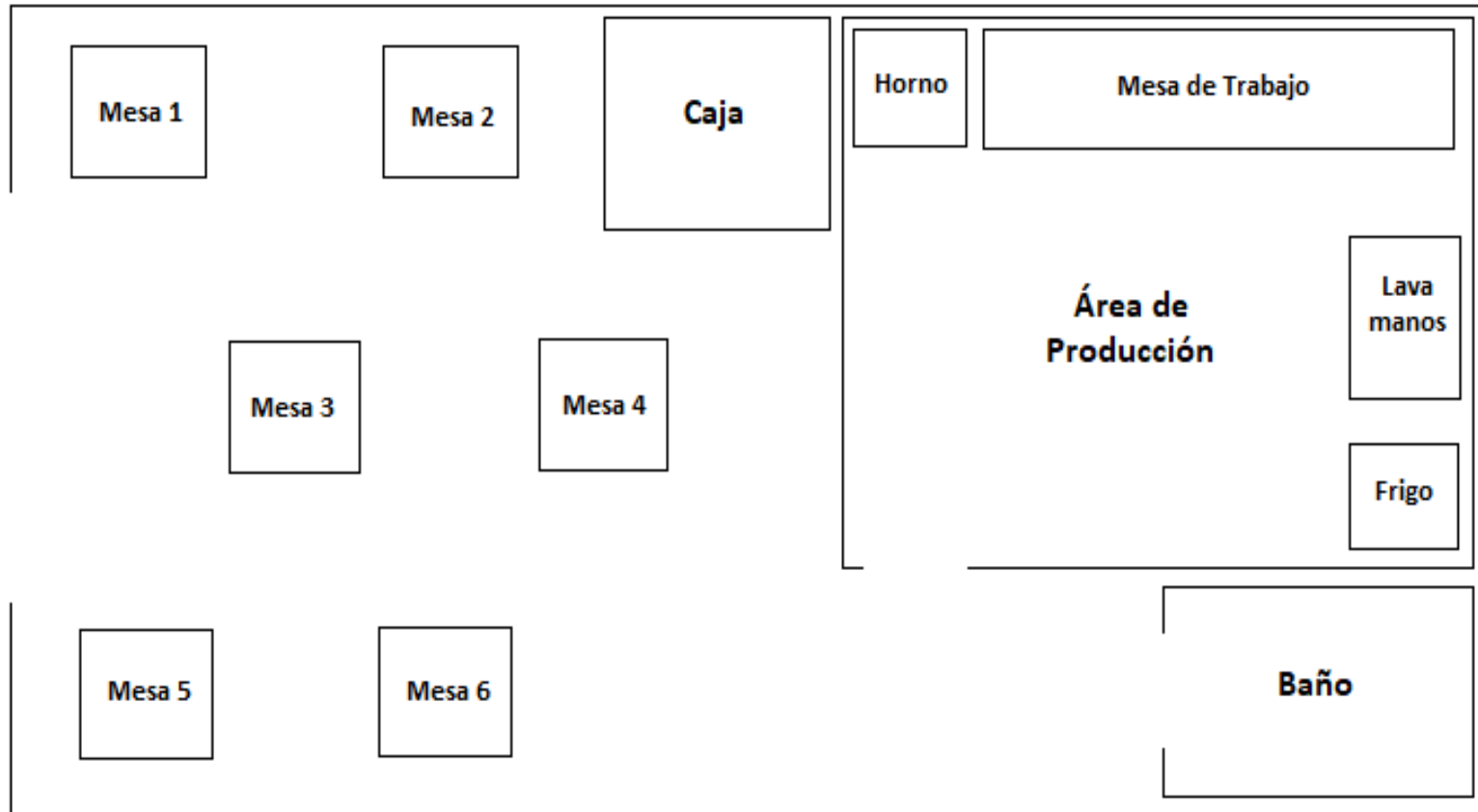
Figura 17. Ubicación geográfica de la Micro Localización



Fuente: (GoogleMaps, 2022)

5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo

Figura 18. *Bosquejo del área de Trabajo*



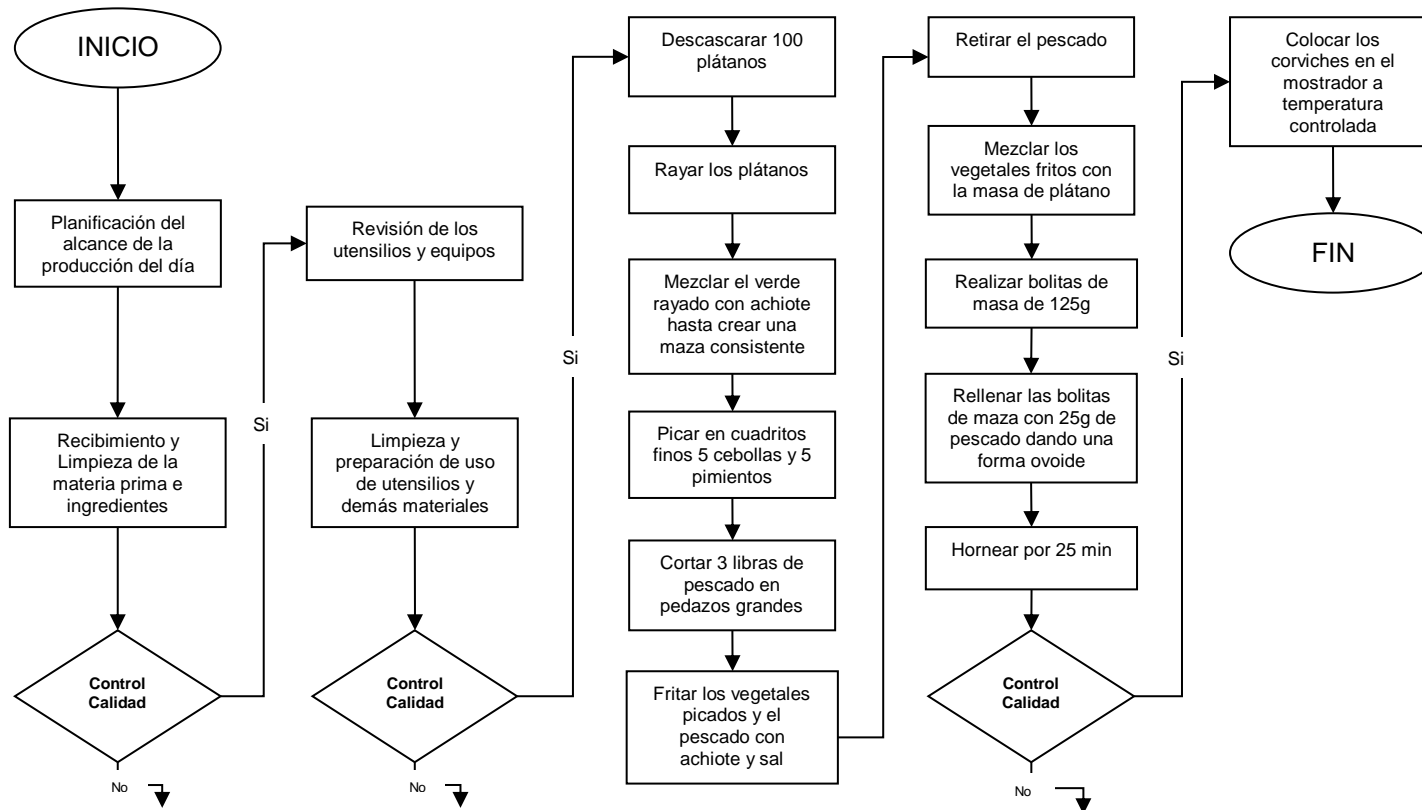
Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

5.3 Diagramas de Procesos

Para realizar los diagramas de procesos se tomaron en cuenta los cuatro bocaditos clave que los clientes prefieren:

Corviche:

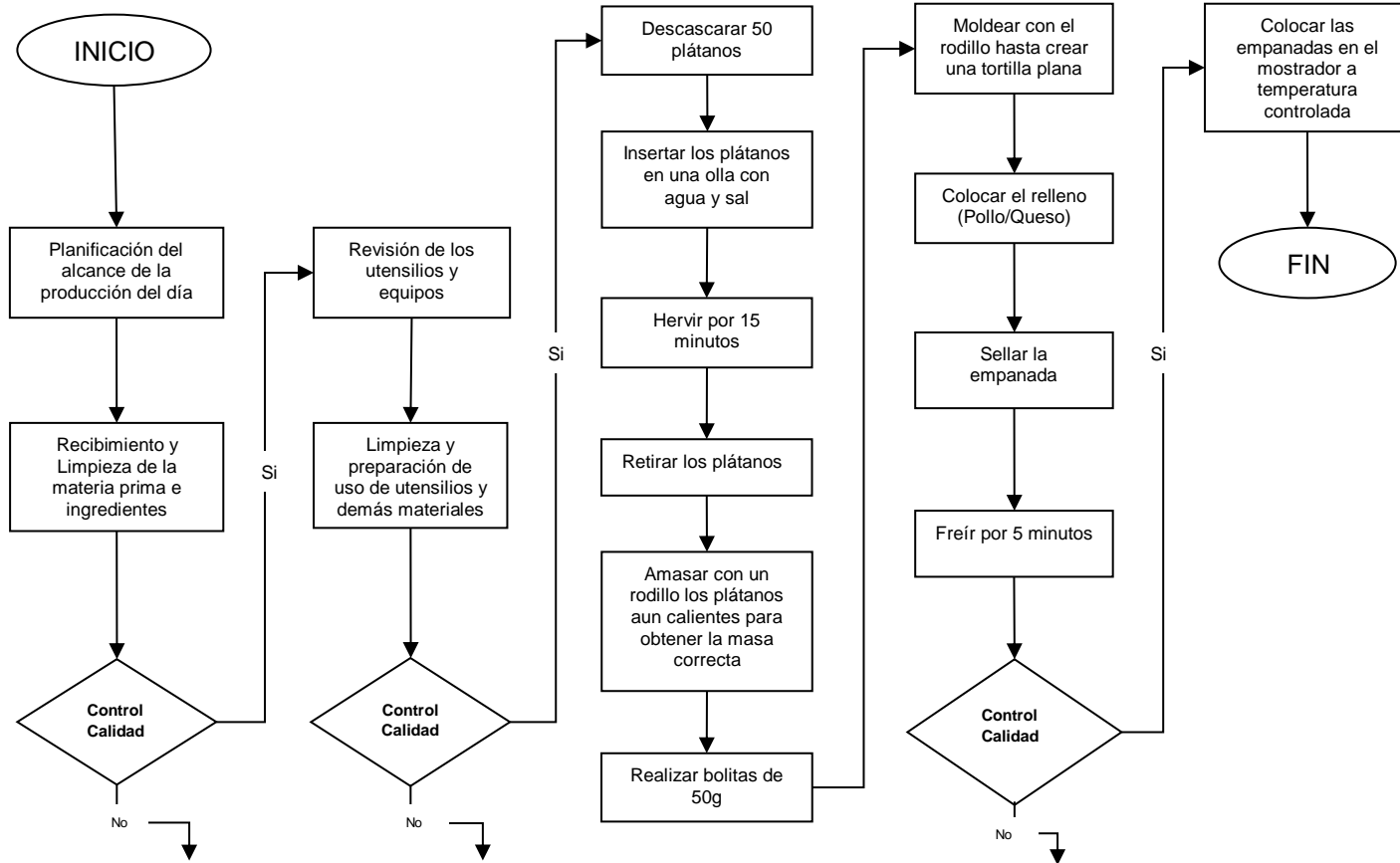
Figura 19. Diagrama del Proceso de Producción de Corviches



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

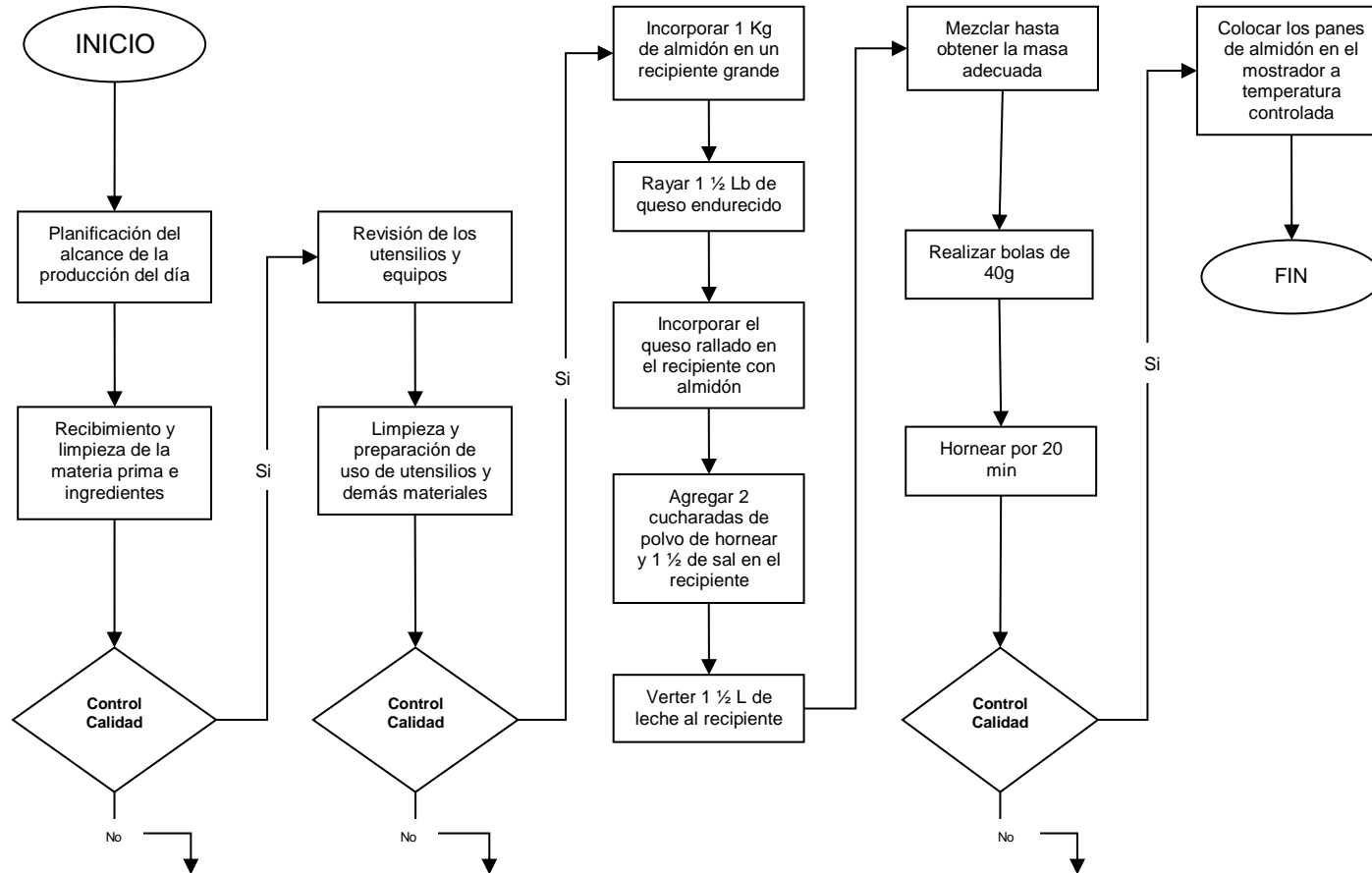
Empanada

Figura 20. Diagrama del proceso de Producción de empanadas



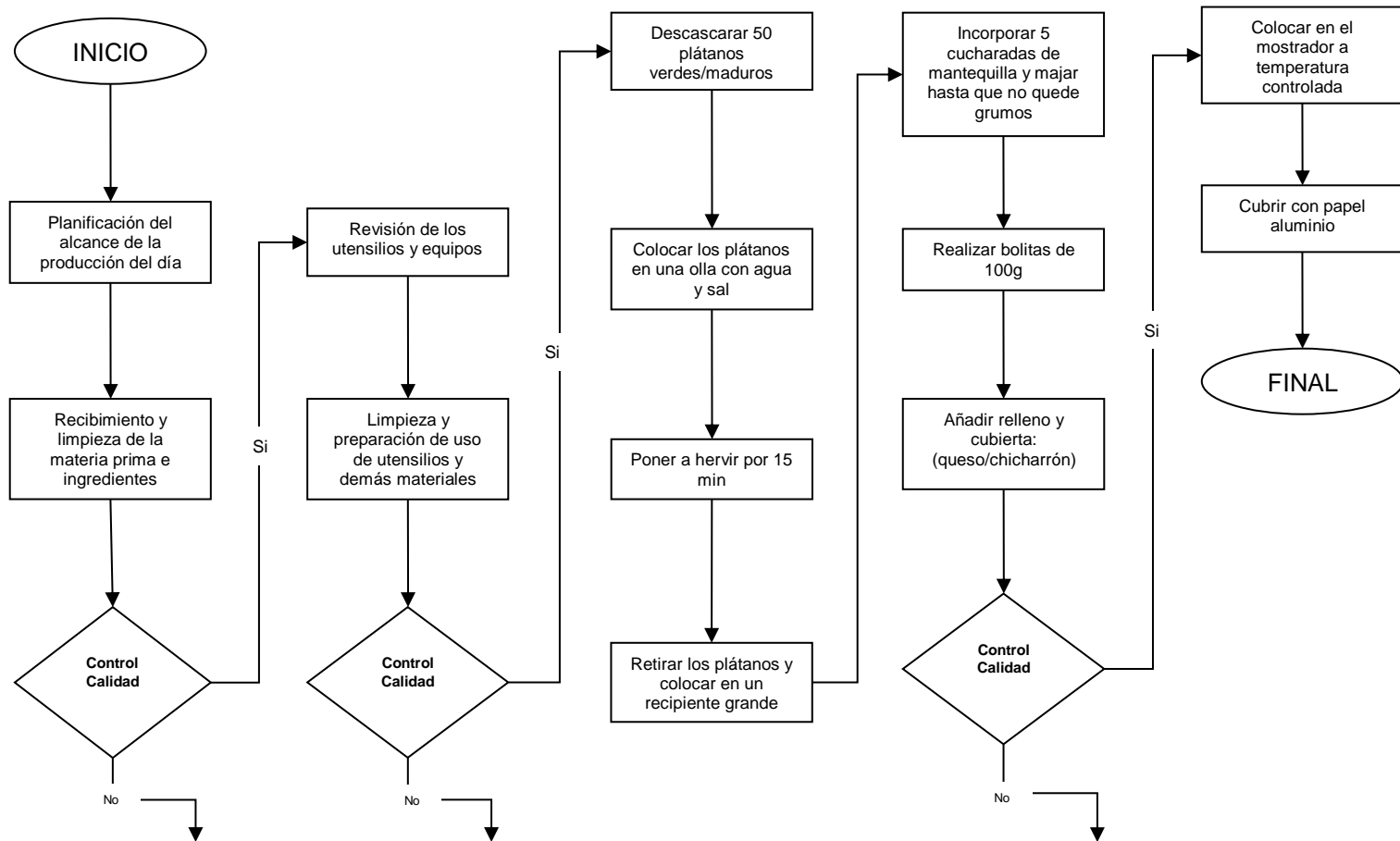
Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Figura 21. Diagrama de Proceso de Producción de Pan de Almidón



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Figura 22. Diagrama de Proceso de Producción de Bolones



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

5.4 Capacidad de Producción

Se pretende una producción diaria de 4.480 bocaditos de OK Snack's, los cuales lo conforman 910 corviches, 9100 empanadas, 1.750 panes de almidón y 910 bolones. En la siguiente tabla, se detalla la capacidad de producción:

Tabla 14. *Detalle Referente s la Capacidad de Producción*

PRODUCTO	CANTIDAD	TIEMPO	P. DIARIA
Corviche	130	1 hora	910
Empanada	130	1 hora	910
Pan de Almidón	250	1 hora	1.750
Bolón	130	1 hora	910

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

La proyección establecida está ligada a cambios una vez puesta en marcha, pues va a depender de la capacidad de venta la identificación de nuevas oportunidades de crecimiento. Sin embargo, se estima un crecimiento anual del 5%, yendo equilibrado con el aumento porcentual de 5% en el precio de venta. La jornada de trabajo está establecida para 8 horas laborales, de miércoles a domingo (5 días). Se da preferencia a los fines de semana debido a la alta demanda existente durante esos días.

El tiempo de producción total es de 7 horas, el tiempo restante de 1 hora, será enfocado a la limpieza antes y después de la producción, actividades según la planificación de los diagramas de flujo, Check List de control de calidad protegiendo así la capacidad instalada.

Adicional a esto, una vez sabiendo la producción diaria, se puede calcular la producción anua, mensual y semanal.

Tabla 15. *Cuantificación de unidades en escala de tiempo*

PRODUCTO	P. DIARIA	P. SEMANAL	P. MENSUAL	P. ANUAL
Corviche	910	5.460	21.840	262.080
Empanada	910	5.460	21.840	262.080
Pan de Almidón	1750	10.500	42.000	504.000
Bolón	910	5.460	21.840	262.080

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Cabe destacar que, al momento de la producción existen puntos críticos que se lo evidencian dentro de los flujos de procesos, Estos actuarán como control de calidad en cada proceso, de esta manera se cuida la calidad de los procesos, asegurando que snacks con altos estándares de producción estén listos para salir al mercado. Los puntos importantes de control de calidad son:

- Imagen limpia del personal
- Limpieza del establecimiento
- Estado Revisión de la materia prima y materiales
- óptimo de los equipos y utensilios
- Compra de materia prima y materiales
- Forma y sabor de los bocaditos
- Control de temperatura del mostrador

5.5 Listado de máquinas, equipos, herramientas y utensilios

Tabla 16. *Listado de máquinas y equipos*

DETALLE	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL
Cocina Industrial	1	\$ 100.00	\$100.00
Horno Industrial	2	\$380.00	\$760.00
Refrigerador	1	\$200.00	\$200.00

Lavamanos Industrial	1	\$250.00	\$250.00
Gramera	2	\$30.00	\$60.00
Vitrina Mostradora	1	\$250.00	\$250.00
Licuada Semi Industrial	1	\$60.00	\$60.00
TOTAL			\$1,680.00

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Referencias del mercado y técnica

Tabla 17. *Listado de herramientas y utensilios*

DETALLE	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL
Cilindro de Gas	3	\$40,00	\$120,00
Sartén Industrial	2	\$20,00	\$40,00
Juego de cuchillos	1	\$25,00	\$25,00
Tina de Plástico	5	\$5,00	\$25,00
Rodillo	1	\$10,00	\$10,00
Juego de Platos	5	\$5,00	\$25,00
Juego de cucharas	3	\$5,00	\$15,00
Cucharón Industrial	2	\$5,00	\$10,00
Olla Industrial	2	\$20,00	\$40,00
TOTAL			\$310,00

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Referencias del mercado y técnica

5.6 Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo

Tabla 18. *Detalle de cálculo de materiales y materia prima*

CÁLCULO DE MATERIALES Y MATERIA PRIMA	COSTO POR DÍA DE PRODUCCIÓN
Plátano	\$ 30,00
Almidón	\$ 25,00
Queso	\$ 20,00
Pollo	\$ 20,00
Pescado	\$ 30,00
Chicharrón	\$ 15,00
Manteca	\$ 15,00
Polvo de Hornear	\$ 5,00
Espicias	\$ 10,00
Verduras	\$ 15,00
TOTAL	\$ 185,00

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Fuente: Referencias del mercado y técnica

Cálculo de materias primas y materiales procesados durante la producción sincrónicamente con la planificación productiva de un (1) día, para elaborar 1450 bocaditos (350 corviches, 350 empanadas, 1400 panes de almidón y 350 bolones).

5.7 Listado de los proveedores

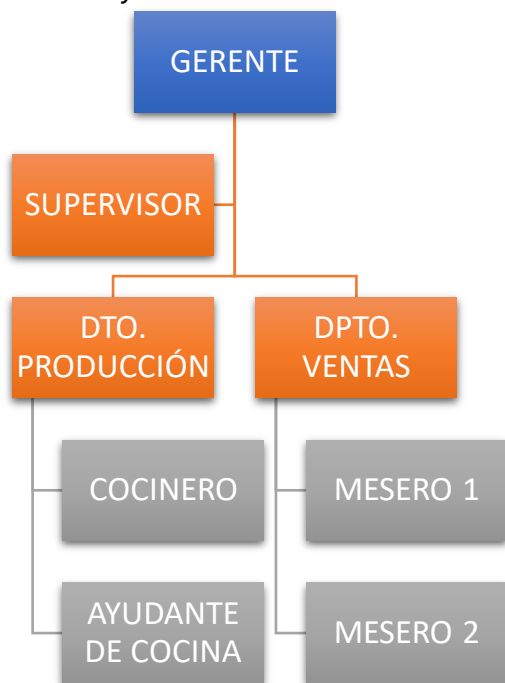
A continuación, se detalla los proveedores necesarios para el funcionamiento del emprendimiento y para la producción de los bocaditos.

- Plástico Lagos
- Distribuciones MIVA
- Mercado de Verduras
- Almacén de línea banca
- Taller de Mecánica Industrial XAESVE
- Electricista.

CAPÍTULO VI ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 Organigrama Estructural y Funcional

Figura 23. Organigrama Funcional y Estructural de Ok Snack's



Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

Antes de detallar las funcionalidades y responsabilidades de cada persona, es pertinente mencionar que, la gerencia determina quién ocupará el cargo de supervisor, y de acuerdo con su jerarquía, estos son los cargos por designar. Las responsabilidades y criterios para cada cargo en OK Snack's S.A se detallan a continuación:

Tabla 19. Responsabilidades y parámetros de cada puesto

Puesto	Requisitos	¿A quién reporta?	Personal a su cargo	Funciones y responsabilidades
	Experiencia, liderazgo, ética profesional,			Gestionar los recursos, formular

Gerente General	valores laborales y capacidad analítica. Mínimo de tercera clase en la profesión gerencial	-	Todo el personal de la empresa	estrategias, organizar, controlar y dirigir procesos internos para la toma de decisiones.
Supervisor	Experiencia, Liderazgo, ética profesional, valores empresariales, capacidad analítica. Mínimo Tercera clase en la profesión gerencial	Gerente General	Todo el personal	Gestionar los recursos, organizar, controlar y dirigir procesos internos, Asegurar la calidad del producto/servicio.
Cocinero	Experiencia, Liderazgo, ética profesional, valores. Mínimo Tercer Nivel en Artes Culinarias	Al Gerente General de la compañía	Ayudante de Cocina	Inspeccionar que la cocina esté limpia. Revisar si el horno funciona de buena manera. Preparar los bocaditos (corviches, bolones, empanadas, pan de almidón y deditos). Preparar masas nuevas para el día siguiente.
Ayudante de Cocina	Experiencia, Aptitud, Eficiencia, Valores	Al Gerente de la compañía Al Cocinero	-	Esterilizar los utensilios para evitar en contacto con bacterias. Preparar los bocaditos (corviches, bolones,

	Mínimo Curso en técnicas Culinarias			empanadas, pan de almidón y deditos). Preparar masas nuevas para el día siguiente. Limpiar los utensilios usados. Ordenar y limpiar la cocina para el día siguiente.
Mesero 1	Experiencia, ética profesional, capacidad analítica, valores. Mínimo Curso de calidad en el servicio al cliente.	Al Gerente General, Cocinero	-	Ordenar y limpiar la sala de comedor y baño. Preparar el mostrador para acomodar los bocaditos. Atender los pedidos de los clientes. Realizar los cobros. Dejar limpia la sala de comedor y baño para el día siguiente. Cerrar el local.
Mesero 2	Experiencia, ética profesional, capacidad analítica, valores. Mínimo Curso de calidad en el servicio al cliente.	Al Gerente General, Cocinero	-	Ordenar y limpiar la sala de comedor y baño. Preparar el mostrador para acomodar los bocaditos. Atender los pedidos de los clientes. Realizar los cobros.

Dejar limpia la sala de comedor y baño para el día siguiente.
Cerrar el local.

Elaborado por: Jeam Alexander Uscocovich

6.3 Previsión de RRHH

Tabla 20. *Provisión – Nómina Personal*

NÓMINA	N.	SUELDO	APORTE PATRON AL 11,15% + 1% SECAP	13° SUELDO	14° SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	REMUNERACION MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRATIVO								\$1,666.59	\$19,999.12
GERENTE	1	\$700.00	\$85.05	\$58.33	35.42	\$58.31	\$29.17	\$966.28	\$11,595.32
SUPERVISOR	1	\$500.00	\$60.75	\$41.67	35.42	\$41.65	\$20.83	\$700.32	\$8,403.80
PRODUCCIÓN								\$1,234.41	\$14,812.90
COCINERO	1	\$450.00	\$54.68	\$37.50	35.42	\$37.49	\$18.75	\$633.83	\$7,605.92
AYUDANTE DE COCINA	1	\$425.00	\$51.64	\$35.42	35.42	\$35.40	\$17.71	\$600.58	\$7,206.98
VENTAS								\$1,201.16	\$14,413.96
MESERO 1	1	\$425.00	\$51.64	\$35.42	35.42	\$35.40	\$17.71	\$600.58	\$7,206.98
MESERO 2	1	\$425.00	\$51.64	\$35.42	35.42	\$35.40	\$17.71	\$600.58	\$7,206.98
TOTAL								\$4,102.17	\$49,225.98

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

CAPÍTULO VII ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO

7.1 Marco Legal

Como marco legal, la empresa OK SNACK´S S.A, se constituye como una compañía limitada, respetando estatutos internos estipulados y aprobados por los socios con asesoría legal. Dentro de estos aspectos legales se determina las funciones legítimas de la junta directiva de socios:

1. Realizar y verificar la lista de accionistas presentes y representados, así como de cualquier otro presente por invitación de los administradores de la entidad, identificando en virtud de qué asisten (consejeros, técnicos, asesores, etc.).
2. Designar presidente y secretario de la junta de accionistas.
3. Designar al presidente, consejero delegado y demás miembros del consejo y fijar sus retribuciones.
4. Conocer y aprobar el balance general, que irá acompañado del estado de pérdidas y ganancias y de los informes de gestión que sean presentados por el director general, el consejero delegado y los auditores externos en caso de existir.
5. Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales, tomando a consideración la propuesta realizada por el consejo de administración.
6. Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades liquidas disponibles para el pago de dividendos.
7. Toma de decisiones en cuanto a prórroga del contrato social, de la disolución anticipada, del aumento o disminución de capital suscrito o autorizado y de cualquier reforma de los estatutos sociales.
8. Selección de auditores externos en caso de ser requeridos.

9. Ejercer las demás funciones que estén establecidas en la ley y en los estatutos de la empresa.
10. Velar por la presentación y (en su caso) aprobación de los balances y cuentas anuales y cualesquiera otros documentos presentados por los administradores.
11. Velar por la transparencia y cumplimiento de los derechos de información de todo accionista, comprobando y ratificando en el acta que se puso a disposición de todos los accionistas al menos 15 días antes de la celebración de la junta. (Library, 2022)

7.2 Requisitos para su legitimidad

Para lograr la legitimidad de la empresa, se debe corresponder los pasos siguientes:

1. Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
2. Escoger el nombre de su empresa.
3. Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
4. Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares).
5. Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría).
6. Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
7. Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
8. Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares de este.

9. Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
10. Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
11. Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de estos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
12. Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
13. Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
14. Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento de este, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliación a sus trabajadores.
15. Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos. (Library, 2022)

CAPÍTULO VIII ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

8.1 Costo Unitario de Producción

Corviche

Tabla 21. *Costo Unitario de Producción de Corviches*

Cantidad de Corviches Producidos en un Año	262.080
C.T Anual	\$ 99.454,44
C.U.P	\$ 0,38

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Empanada

Tabla 22. *Costo Unitario de Producción de Empanadas*

Cantidad de Empanadas Producidas en un Año	262.080
C.T Anual	\$ 99.454,44
C.U.P	\$ 0,38

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Pan de Almidón

Tabla 23. *Costo Unitario de Producción de Panes de Almidón*

Cantidad de Panes de Almidón Producidos en un Año	504.000
C.T Anual	\$99.454,44
C.U.P	\$ 0,20

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Bolón

Tabla 24. *Costo de Producción de Bolones*

Cantidad de Bolones Producidos en un Año	262.080
---	----------------

C.T Anual	\$ 99.454,44
C.U.P	\$ 0,38

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Una vez determinada las cantidades de los bocaditos que se producirán anualmente y el costo total (mp., mo., cif. y gastos), se determinará como costo unitario de producción de la siguiente manera: \$0.38 el Corviche, \$0,38 la Empanada, \$0,38 el Bolón y \$0,20 el Pan de Almidón.

8.2 Estructura de costos y gastos

Tabla 25. *Detalle de Costos y Gastos*

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	MENSUAL	ANUAL
COSTOS VARIABLES	\$5,674.41	\$68,092.90
Materiales Directos	\$4,440.00	\$53,280.00
M. Prima	\$4,440.00	\$53,280.00
M.O Directa	\$1,234.41	\$14,812.90
M.O	\$1,234.41	\$14,812.90
COSTOS FIJOS	\$3,706.87	\$44,482.40
G. Operacionales	\$604.11	\$7,249.32
Otros G. Indirectos	\$25.00	\$300.00
Servicios Básicos	\$350.00	\$4,200.00
Depreciación de Activos	\$13.83	\$165.96
Mantenimiento	\$66.67	\$800.04
Depreciación Muebles y Equipo de Oficina	\$12.50	\$150.00
Depreciación de Equipo de Cómputo	\$27.78	\$333.36
Seguros	\$108.33	\$1,299.96
G. Administrativos	\$1,876.59	\$22,519.12
Sueldo Administrativo	\$1,666.59	\$19,999.12
Útiles de Oficina	\$50.00	\$600.00
Arriendo Local	\$160.00	\$1,920.00
G. de Ventas	\$1,226.16	\$14,713.96
Sueldo Ventas	\$1,201.16	\$14,413.96
Publicidad	\$25.00	\$300.00
TOTAL	\$9,381.28	\$112,575.30

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

8.3 Proyección de ventas

Para crear un pronóstico de ventas, es necesario calcular los ingresos anuales estimados para el negocio, se determina un 100% de capacidad instalada propuesta, se define un 31,57% de margen de utilidad sobre el costo unitario de producción de corviches, empanadas y bolones, para establecer el precio de venta al público de \$0,50, mientras que los panes de almidón se determina un margen de utilidad del 57,89% que indicará un precio de venta de \$0,30.

Cabe destacar que la estrategia de OK SNACK´S, pretende incrementar las ventas cada año, por lo que se determina un aumento en la producción además del precio de venta en un 5%, de esta manera se procura mejorar los procesos continuamente y fortalecer la presencia de la empresa en el mercado.

Tabla 26. *Detalle Proyección de Ventas de Corviches*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad	Capacidad 100%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%
P.V (+5% anual)	\$0,50	\$0,53	\$0,55	\$0,58	\$0,60
U. Corviches	262.080	275.188	288.947	303.394	318.564
Ingresos Totales	\$131.040,00	\$144.473,70	\$158.920,85	\$174.451,55	\$191.138,40

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Tabla 27. *Detalle Proyección de ventas de empanadas*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad	Capacidad 100%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%
P.V (+5% anual)	\$0,50	\$0,53	\$0,55	\$0,58	\$0,60
U. Empanadas	262.080	275.188	288.947	303.394	318.564
Ingresos Totales	\$131.040,00	\$144.473,70	\$158.920,85	\$174.451,55	\$191.138,40

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Tabla 28. *Detalle Proyección de Ventas de Bolones*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad	Capacidad 100%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%
P.V (+5% anual)	\$0,50	\$0,53	\$0,55	\$0,58	\$0,60
U. Bolones	262.080	275.188	288.947	303.394	318.564
Ingresos Totales	\$131.040,00	\$144.473,70	\$158.920,85	\$174.451,55	\$191.138,40

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Tabla 29. *Detalle Proyección de Ventas de Panes de Almidón*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad	Capacidad 100%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%	Capacidad 100% + 5%

P.V (+5% anual)	\$ 0,30	\$ 0,32	\$ 0,33	\$ 0,35	\$ 0,36
U. Panes de Almidón	504.000	529.200	555.660	583.443	612.615
Ingresos Totales	\$ 151.200,00	\$ 174.634,00	\$ 200.037,60	\$ 233.377,20	\$ 269.550,60

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

8.4 Plan de inversión

Para determinar la opción de inversión se considerarán 3 parámetros: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

A continuación, se detalla los bienes fijos, tangibles e indispensables para la realización de las operaciones de la empresa, estos bienes corresponden al patrimonio de la empresa.

Tabla 30. *Detalle Activos Fijos*

CUENTA	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$ 1.600,00
Muebles y Equipos de Oficina	\$ 1.500,00
Equipo de Cómputo y Software	\$ 1000,00
TOTAL	\$ 4.100,00

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

La siguiente tabla muestra los activos diferidos y que a lo largo del tiempo se estipulan, facilitan la adquisición de la documentación especializada de constitución y desarrollo de empresas es supervisada por unidades de control, dándole un carácter de obligatoriedad.

Tabla 31. *Detalle de Activos Diferidos*

CUENTA	VALOR
Patente y registros sanitarios	\$ 1.200,00
G. de Constitución	\$ 1.500,00

G. de Montaje	\$ 750,00
TOTAL	\$ 3.450,00

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Además, se distribuye capital de trabajo, que es una fuente disponible de financiamiento para el desarrollo de la actividad comercial. Su cálculo de determinará de forma bimensual, ya que existe una tranquilidad estratégica que garantiza una garantía de 2 meses para las actividades operativas.

Tabla 32. *Detalle del Capital de Trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	ANUAL	BIMENSUAL
MATERIALES DIRECTOS	\$53,280.00	\$8,880.00
M.P	\$53,280.00	\$8,880.00
M.O DIRECTA	\$14,812.90	\$2,468.82
M.O	\$14,812.90	\$2,468.82
G. INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$5,799.96	\$966.66
Otros G. Indirectos	\$300.00	\$50.00
Servicios Básicos	\$4,200.00	\$700.00
Seguros	\$1,299.96	\$216.66
G. ADMINISTRATIVOS	\$35,313.08	\$5,885.51
Sueldos Administrativos y Ventas	\$34,413.08	\$5,735.51
Útiles de Oficina	\$600.00	\$100.00
G. de Ventas	\$300.00	\$50.00
TOTAL	\$109,205.94	\$18,200.99

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

De acuerdo con la información obtenida, el plan de inversión que necesita OK SNACK'S S.A. se resume en la siguiente tabla:

Tabla 33. *Resumen Plan de Inversión*

DETALLE	VALOR
Activos Fijos	\$4,100.00
Activos Diferidos	\$3,450.00
Capital de Trabajo	\$18,200.99

TOTAL **\$25,750.99**

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

8.5 Líneas de financiamientos

El flujo de financiación consiste en financiación de capital y préstamos:

Tabla 34. *Composición de Capital*

DETALLE	VALOR	%
Capital Propio	\$15,000.00	58.25
Financiamiento	\$10,750.99	41.75
TOTAL	\$25,750.99	100.00

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

La siguiente tabla demuestra el detalle del Capital Propio

Tabla 35. *Capital Social*

No.	Socios	Valor	%
1	SOCIO 1	\$ 5.000,00	33,33
2	SOCIO 2	\$ 10.000,00	66,67
TOTAL CAPITAL SOCIAL		\$ 15.000,00	100,00

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

El crédito de financiación se realizará en a CFN, Corporación Financiera Nacional, ya que, en comparación con la banca privada, esta tasa se modifica a un ritmo muy bajo lo que hace viable la propuesta de proyecto. Los datos se presentan a continuación en la asignación de créditos de la subvención:

Tabla 36. *Datos del Crédito*

Monto	\$ 10.750,99
Tasa de interés	9,75%
Plazo	5 años
Fecha de Inicio	1/1/2023
Amortización	Anual

FORMA	Francesa
Entidad	CFN

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Tabla 37. *Amortización de Crédito*

PERIODOS	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL
1	\$10,750.99	\$2,817.99	\$1,048.22	\$1,769.77
2	\$8,981.22	\$2,817.99	\$875.67	\$1,942.33
3	\$7,038.89	\$2,817.99	\$686.29	\$2,131.70
4	\$4,907.19	\$2,817.99	\$478.45	\$2,339.54
5	\$2,567.65	\$2,817.99	\$250.35	\$2,567.65

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

8.6 Flujo de caja proyectado (5 años)

Tabla 38. *Flujo de Caja Proyectado a 5 Años*

Actividades de Operación	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		\$65,781.65	\$94,131.90	\$115,645.86	\$148,903.05	\$174,723.84
Participación de Trabajadores 15%		-\$14,882.73	-\$21,296.81	-\$26,164.22	-\$33,688.47	-\$39,530.28
Impuesto a la Renta 22%		-\$18,553.80	-\$26,550.02	-\$32,618.06	-\$41,998.30	-\$49,281.08
T. de Actividades de Operación		\$32,345.13	\$46,285.07	\$56,863.57	\$73,216.28	\$85,912.47
Actividades de Inversión						
Adquisición de activos fijos	-\$4,100.00					
Adquisición de activos intangibles	-\$3,450.00					
Venta de activos fijos						
T. de Actividades de Inversión	-\$7,550.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Actividades de Financiamiento						
Financiamiento externo	\$10,750.99	-\$1,769.77	-\$1,942.33	-\$2,131.70	-\$2,339.54	-\$2,567.65
Financiamiento accionario	\$15,000.00					
Pago a accionistas		-\$19,734.50	-\$28,239.57	-\$34,693.76	-\$44,670.91	-\$52,417.15
T. de Actividades de Financiamiento	\$25,750.99	-\$21,504.27	-\$30,181.89	-\$36,825.46	-\$47,010.46	-\$54,984.80
Flujo Neto	\$18,200.99	\$10,840.86	\$16,103.17	\$20,038.11	\$26,205.82	\$30,927.68

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

8.7 Estado de resultado proyectado (5 años)

Tabla 39. *Estado de Resultado Proyectado 5 Años*

	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	\$ 544,320.00	\$ 606,886.56	\$ 660,124.08	\$ 732,104.28	\$ 793,949.23
- C. de venta	\$ 399,571.20	\$ 419,549.76	\$ 440,527.25	\$ 462,553.61	\$ 485,681.29
= Utilidad Bruta	\$ 144,748.80	\$ 187,336.80	\$ 219,596.83	\$ 269,550.67	\$ 308,267.94
- G. fijos	\$ 44,482.40	\$ 44,482.40	\$ 44,482.40	\$ 44,482.40	\$ 44,482.40
- G. financieros	\$ 1,048.22	\$ 875.67	\$ 686.29	\$ 478.45	\$ 250.35
= Utilidad Operacional	\$ 99,218.18	\$ 141,978.73	\$ 174,428.14	\$ 224,589.81	\$ 263,535.20
- Participación a trabajadores 15%	\$ 14,882.73	\$ 21,296.81	\$ 26,164.22	\$ 33,688.47	\$ 39,530.28
= Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 84,335.45	\$ 120,681.92	\$ 148,263.92	\$ 190,901.34	\$ 224,004.92
- Impuesto a la Renta 22%	\$ 18,553.80	\$ 26,550.02	\$ 32,618.06	\$ 41,998.30	\$ 49,281.08
= Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 65,781.65	\$ 94,131.90	\$ 115,645.86	\$ 148,903.05	\$ 174,723.84
% Pagos a accionistas (30%)	\$ 19,734.50	\$ 28,239.57	\$ 34,693.76	\$ 44,670.91	\$ 52,417.15
Utilidad después de pago de 30%	\$ 46,047.16	\$ 65,892.33	\$ 80,952.10	\$ 104,232.13	\$ 122,306.69

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

8.8 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Tabla 40. Estado de Situación Financiera Proyectado 5 Años

	0	1	2	3	4	5
Activos						
<i>Activos Corrientes</i>						
Caja	\$18,200.99	\$29,041.85	\$45,145.02	\$65,183.13	\$91,388.96	\$122,316.63
<i>Activos Fijos</i>						
Maquinaria	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,440.00	\$1,280.00	\$1,120.00
(-) Depreciación	\$0.00	\$0.00	-\$160.00	-\$160.00	-\$160.00	-\$160.00
Equipo de computación	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$666.67	\$333.33	\$0.00
(-) Depreciación	\$0.00	\$0.00	-\$333.33	-\$333.33	-\$333.33	\$0.00
Muebles y Enseres	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,350.00	\$1,200.00	\$1,050.00
(-) Depreciación	\$0.00	\$0.00	-\$150.00	-\$150.00	-\$150.00	-\$150.00
<i>Activos diferidos</i>						
Gastos de Constitución y otros	\$3,450.00	\$3,450.00	\$3,450.00	\$2,760.00	\$2,070.00	\$1,380.00
(-) Amortización	\$0.00	\$0.00	-\$690.00	-\$690.00	-\$690.00	-\$690.00
T. Activos	\$25,750.99	\$36,591.85	\$51,361.69	\$70,066.47	\$94,938.96	\$124,866.63
Pasivos						
<i>Pasivos a Corto Plazo</i>						
Préstamo Bancario	\$1,769.77	\$1,942.33	\$2,131.70	\$2,339.54	\$2,567.65	\$0.00
Participación trab. Por pagar		-\$14,882.73	-\$21,296.81	-\$26,164.22	-\$33,688.47	-\$39,530.28
Impuesto a la Renta por Pagar		-\$18,553.80	-\$26,550.02	-\$32,618.06	-\$41,998.30	-\$49,281.08
<i>Pasivos a Largo Plazo</i>						
Préstamo Bancario	\$8,981.22	\$7,038.89	\$4,907.19	\$2,567.65	\$0.00	
T. Pasivos	\$10,750.99	-\$24,455.31	-\$40,807.94	-\$53,875.09	-\$73,119.12	-\$88,811.36
Patrimonio						
Capital accionario	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00
Utilidad del ejercicio		\$65,781.65	\$94,131.90	\$115,645.86	\$148,903.05	\$174,723.84
Pago de utilidades		-\$19,734.50	-\$28,239.57	-\$34,693.76	-\$44,670.91	-\$52,417.15
Utilidades retenidas			\$11,277.30	\$27,989.46	\$48,825.94	\$76,371.31
T. Patrimonio	\$15,000.00	\$61,047.16	\$92,169.63	\$123,941.56	\$168,058.07	\$213,678.00
T. Pasivo y Patrimonio	\$25,750.99	\$36,591.85	\$51,361.69	\$70,066.47	\$94,938.95	\$124,866.63

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

CAPÍTULO IX EVALUACIÓN FINANCIERA

9.1 WACC

El WACC, también conocido como Costo de Oportunidad se utiliza para comparar las varias tasas de intereses que existen en el mercado y de esta manera calcular la viabilidad del negocio a fin de que sea atractivo para los socios.

Tabla 41.

WACC	
Ke	Costo de oportunidad de los accionistas
CAA	Capital aportado por los accionistas
D	Financiamiento Externo
Kd	Costo Financiero
T	Tasa efectiva de impuestos
Ke	12%
CAA	\$ 15,000.00
D	\$ 10,750.99
Kd	9.75%
T	33.70%
WACC (CPP) =	9.69%

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

9.2 VAN

El cálculo del VAN para el presente proyecto se realizó mediante la resta de los flujos que se darán a futuro, menos la inversión realizada; de tal manera, el resultado obtenido será el valor neto del emprendimiento. La fórmula utilizada para dicho cálculo fue la siguiente:

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{I_n - E_n}{(1 + i)^n}$$

Tabla 42. VAN

	0	1	2	3	4	5
	Financiamiento	F. Neto	F. Neto	F. Neto	F. Neto	F. Neto
	\$ 25,750.99	\$ 10,840.86	\$ 16,103.17	\$ 20,038.11	\$ 26,205.82	\$ 30,927.68
Costo de Oportunidad	9.69%					
VAN	\$ 50,280.22					

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Este resultado que el proyecto es factible.

9.3 TIR

Para realizar el cálculo de la TIR en el presente proyecto se efectuó la fórmula que se muestra a continuación:

$$VAN = -I + \sum_{i=1}^N \frac{Q_i}{(1 + TIR)^i} = 0$$

Tabla 43. TIR

	0	1	2	3	4	5
	Financiamiento	Flujo Neto	Flujo Neto	Flujo Neto	Flujo Neto	Flujo Neto
	\$ (25,750.99)	\$ 10,840.86	\$ 16,103.17	\$ 20,038.11	\$ 26,205.82	\$ 30,927.68
TIR	57.97%					

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

La relación entre la TIR y el WACC es la siguiente: Siempre que la TIR sea mayor que el WACC, el proyecto es factible. Además, para confirmar los resultados, se reemplazó WACC (9.69%) en la fórmula del VAN por el resultado de la TIR (57,97%) y aquí se convierte en 0 el VAN el cual su valor es de (\$ 50.280,22).

9.4 Punto de equilibrio

La siguiente tabla evidencia el valor de materia prima correspondiente a cada producto en el transcurso de un día de trabajo.

Tabla 44. *Detalle Materia Prima por Producto*

MATERIA PRIMA	PRODUCTOS				TOTAL
	CORVICHES	EMPANADAS	BOLONES	PAN DE ALMIDÓN	
PLATANO	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00		\$ 30,00
ALMIDÓN				\$ 25,00	\$ 25,00
QUESO		\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00
POLLO		\$ 20,00			\$ 20,00
PESCADO	\$ 30,00				\$ 30,00
CHICHARRÓN			\$ 15,00		\$ 15,00
MANTECA	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00		\$ 15,00
POLVO DE HORNEAR				\$ 5,00	\$ 5,00
ESPECIAS	\$ 3,34	\$ 3,33	\$ 3,33		\$ 10,00
VERDURAS	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00		\$ 15,00
TOTAL	\$ 53,34	\$ 48,33	\$ 43,33	\$ 40,00	\$ 185,00

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Para poder determinar el punto de equilibrio por unidad, es necesario aplicar la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{Precio de Venta} - \text{Costo de Venta})}$$

Corviches

$$PE = \frac{\$ 9.135,32}{(\$ 0,50 - \$ 0,12)} =$$

$$PE = \frac{\$ 9.135,32}{(\$ 0,38)} = 23.736$$

La cantidad de corviches que se necesitan vender para no generar utilidades ni pérdidas es de 23.736 unidades, equivalentes a \$ 11.868,00 en ventas.

Empanadas

$$PE = \frac{\$ 9.135,32}{(\$ 0,50 - \$ 0,11)} =$$

$$PE = \frac{\$ 9.135,32}{(\$ 0,50 - \$ 0,12)} = 23.408$$

La cantidad necesaria de empanadas que se debe vender para generar un equilibrio es de 23.408 unidades, que representan \$ 11.704,00 en ventas

Bolones

$$PE = \frac{\$ 9.135,32}{(\$ 0,50 - \$ 0,10)} =$$

$$PE = \frac{\$ 9.135,32}{(\$ 0,50 - \$ 0,10)} = 23.077$$

Se necesitan vender 23.077 unidades de bolones para no tener pérdidas ni ganancias, esta cantidad representa \$ 11.538,50 en ventas.

Pan de Almidón

$$PE = \frac{\$ 9.135,32}{(\$ 0,30 - \$ 0,05)} =$$

$$PE = \frac{\$ 9.135,32}{(\$ 0,30 - \$ 0,05)} = 36.873$$

La cantidad óptima de panes de almidón que se necesita vender para no generar pérdidas ni ganancias es de 36.873 unidades, que representan \$ 11.061,90 en ventas.

9.5 Retorno de Inversión

El cálculo de retorno de inversión sirve para conocer en cuánto tiempo la empresa recuperará los gastos iniciales para poner en marcha el mismo, para esto se toma en cuenta el gasto inicial de financiamiento y flujo acumulado de los años de durará el proyecto. Como se precisa en la tabla será en el año 2

Tabla 45. *Retorno de la Inversión*

AÑO	FLUJO	ACUMULADO
0	\$ (25,750.99)	
1	\$ 10,840.86	\$ 10,840.86
2	\$ 16,103.17	\$ 26,944.03
3	\$ 20,038.11	\$ 46,982.14
4	\$ 26,205.82	\$ 73,187.97
5	\$ 30,927.68	\$ 104,115.64
Retorno de Inversión	1.93	Años

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

9.6 Relación Beneficio/Costo (RBC)

Tabla 46. *Relación Beneficio/Costo (RBC)*

Tasa de descuento						
12%						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$544,320.00	\$606,886.56	\$660,124.08	\$732,104.28	\$793,949.23
Egresos	-\$25,750.99	\$399,571.20	\$419,549.76	\$440,527.25	\$462,553.61	\$485,681.29
Valor Presente						
Ingresos	\$2,355,443.15					
Egresos	\$1,548,579.89					
Relación B/C	1.52					

Elaborado por: Jeam Espinales Uscocovich

Al realizar el análisis Costo – Beneficio se obtuvo como resultado el valor de \$1,52; lo que indica que el proyecto es rentable; por motivo de tener una ganancia de \$0,52 por cada dólar de costo.

CONCLUSIONES

- Las condiciones del mercado referente al proyecto demuestran una oportunidad viable por la determinación de los productos y sus características, calculando una óptima aceptación, puesto que la sociedad de consumo del barrio “Cristo Rey” está dispuesta a degustar bocaditos pertenecientes a un nuevo emprendimiento.
- Como estrategias de gestión para potenciar la operatividad comercial del negocio la venta masificada facilita la fuerza de compra a los consumidores. La comercialización de los bocaditos en puntos clave (parques, plazas, eventos sociales) confirmando la presencia de la marca en lugares de preferencia que potencie la venta diaria de los bocaditos.
- El análisis financiero demuestra un (VAN) de 50.280,22 este valor demuestra la factibilidad, una TIR de 57,97% mayor al costo de oportunidad, la recuperación de la inversión es de 2 años y una relación beneficio/costo de 63% factores que muestran la solvencia, liquidez y rentabilidad positiva de los proyectos empresariales.

RECOMENDACIONES

- Se propone aprovechar las oportunidades comerciales dentro del entorno del barrio “Cristo Rey”, empleando el ingreso de productos de calidad con solvencia de producción y comercialización, no dejando de lado la idea de abarcar la venta de bocaditos al paso a nivel local alcanzando prestigio de marca mediante propuestas de valor y mejora continua de los procesos.
- Se recomienda contratar personal capacitado, adecuar y equipar las instalaciones. Se debe realizar una selección eficaz de proveedores a menor costo sin alterar la calidad de la materia prima y los materiales.

- Se debe procurar la estabilidad de los ingresos y la optimización de los costos, a su vez, cumplir con la planificación de ventas y producción a fin de mantener la capacidad de la empresa para pagar los activos por adelantado. Además, es necesario comprobar los indicadores y ratios financieros continuamente para controlar la economía interna y estimular las futuras inversiones.

BIBLIOGRAFÍA

Dyson, R. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University Warwick.

European Journal of Operational Research.

GoogleMaps. (2022). Obtenido de

[https://www.google.com.ec/maps/place/Cristo+Rey,+Manta/@-0.960497,-](https://www.google.com.ec/maps/place/Cristo+Rey,+Manta/@-0.960497,-80.7151473,1548m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x902be6aff1213fc9:0x78fc3e9b88c51e25!8m2!3d-0.9606415!4d-80.7106998?hl=es)

[80.7151473,1548m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x902be6aff1213fc9:0x78fc3e9b88](https://www.google.com.ec/maps/place/Cristo+Rey,+Manta/@-0.960497,-80.7151473,1548m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x902be6aff1213fc9:0x78fc3e9b88c51e25!8m2!3d-0.9606415!4d-80.7106998?hl=es)

[c51e25!8m2!3d-0.9606415!4d-80.7106998?hl=es](https://www.google.com.ec/maps/place/Cristo+Rey,+Manta/@-0.960497,-80.7151473,1548m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x902be6aff1213fc9:0x78fc3e9b88c51e25!8m2!3d-0.9606415!4d-80.7106998?hl=es)

Library. (2022). Obtenido de [https://1library.co/article/marco-legal-relacionado-](https://1library.co/article/marco-legal-relacionado-operaci%C3%B3n-empresa.8ydg18jy)

[operaci%C3%B3n-empresa.8ydg18jy](https://1library.co/article/marco-legal-relacionado-operaci%C3%B3n-empresa.8ydg18jy)

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de Encuesta

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA PROYECTO DE BOCADITOS AL PASO EN EL BARRIO CRISTO REY

1. ¿Conoce usted en su localidad un negocio de venta de bocaditos al paso?

OPCIONES	RESPUESTAS
Si	
No	

2. ¿Qué tan importante es para usted la nutrición al momento de consumir bocaditos al paso?

OPCIONES	RESPUESTAS
Muy importante	
Poco importante	
Es indiferente	

3. ¿Por qué razón usted degusta un bocadito al paso?

OPCIONES	RESPUESTAS
Costumbre	
Clima	
Salud	
Ocasión especial	

4. ¿Cuál es la característica que lo motivan a consumir bocaditos al paso?

OPCIONES	RESPUESTAS
Precio	
Calidad	

Presentación	
Sabor	

5. ¿Usted y su familia consumen bocaditos al paso?

OPCIONES	RESPUESTAS
Si	
No	

6. ¿Con qué frecuencia usted consume bocaditos al paso?

OPCIONES	RESPUESTAS
Diario	
Semanal	
Mensual	

7. ¿Le gustaría que su localidad posea una tienda física de venta de bocaditos al paso?

OPCIONES	RESPUESTAS
Si	
No	

8. ¿Estaría dispuesto a consumir bocaditos al paso pertenecientes a un nuevo emprendimiento?

OPCIONES	RESPUESTAS
Si	
No	

9. ¿Qué bocaditos al paso son de su preferencia?

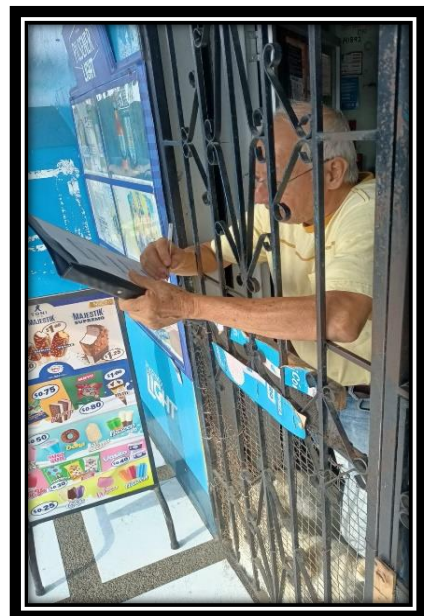
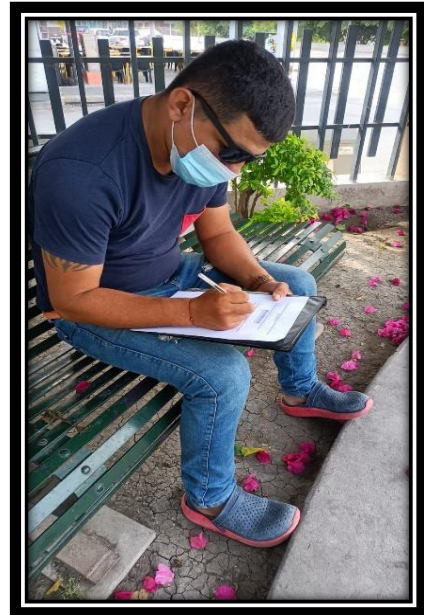
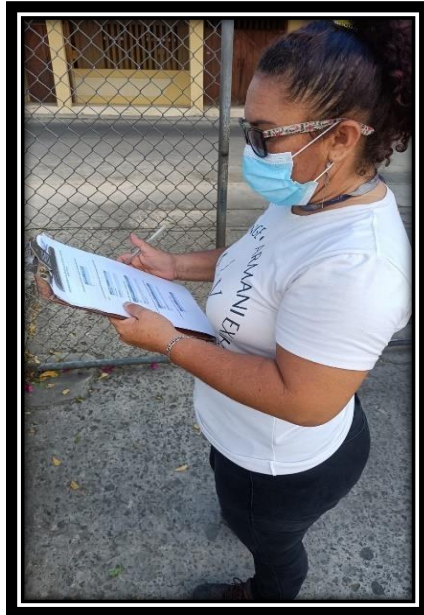
OPCIONES	RESPUESTAS
Corviches	
Empanadas	

Pan de almidón	
Deditos	
Bolones	
Muchines	

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un bocadito al paso de su preferencia?

OPCIONES	RESPUESTAS
\$ 0,50	
\$ 0,75	
\$ 1,00	

Anexo 2 Realización de las encuestas físicas



Anexo 3 Autor encuestando al presidente del barrio “Cristo Rey”

