

RESUMEN

Desde la declaración legal como cantón Rumiñahui hasta nuestros tiempos, se ha visto una gran fuga de personas que por falta de servicios y productos realizan sus compromisos sociales ya sean bodas, cumpleaños, 15 años, bautizos, grados, entre otros, en la ciudad de Quito, esto implica el aumento de los costos, ya sea transporte, tiempo, hospedaje, dinero.

Con este antecedente, este proyecto se enfoca en crear una empresa Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios en el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha.

En el estudio de mercado se determinó que el proyecto es viable ya que existe un gran porcentaje de demanda insatisfecha, con tendencia a crecer, existiendo una aceptación por el producto y servicio que la Empresa propone, para nuestro caso utilizamos la PEA del Cantón Rumiñahui.

Otro factor importante a mencionar arrojado por la investigación de mercado es que en el Cantón Rumiñahui, no existen empresas que se dediquen a ofrecer este tipo de servicio y Producto pero si empresas que lo ofrecen como un producto complementario.

Se determinó que para la creación de la empresa, se cuenta con cada uno de los recursos, materiales y equipos necesarios para el funcionamiento de la misma.

Cabe recalcar que la empresa se sujetará a cada una de las normas, leyes, reglamentos y ordenanzas de la Superintendencia de Compañías, Ministerio de Trabajo, Municipio de Rumiñahui, SRI, entre otros.

También el estudio técnico estableció, que el mejor lugar para la ubicación de esta Empresa es la Parroquia de Sangolquí, en la Av. Chaupiterna Montufar y Av. General Enríquez frente al Colegio Inmaculada y diagonal a Comisariatos TIA, en esta zona se puede encontrar Supermercados Santa María, el Mercado de Sangolquí, el Parque Turismo, la Iglesia de Sangolquí, Bancos y centros comerciales, sitio estratégico, donde diariamente existe una gran afluencia de gente y zona muy comercial.

Su estructura organizacional y funcional permite establecer e identificar las tareas asignadas a cada persona, con responsabilidades definidas y específicas.

Además esta empresa contará con recurso humano tanto administrativo como operativo, capacitado de acuerdo a sus funciones.

Los resultados del estudio financiero, confirmaron que el proyecto es rentable, luego de realizar los respectivos estados y valoración financiera, se determinó un VAN, TIR, R B/C, positivos, además es importante mencionar que el inversionista recuperará su inversión a mediano plazo.

Es por ello que se recomienda ejecutar el proyecto de forma inmediata, ya que no solo cumple con los requisitos de viabilidad y rentabilidad, sino que también generará fuentes de trabajo.

SUMMARY

The present project is focused on the creation of a company in charge of the production and commercialization of snacks to be delivered in social events and festivities in Pichincha Province.

Since Rumiñahui was legally constituted and recognized as a canton until the present moment, there has been a clearly identified lack of products and services for people who wanted to make parties and social events to celebrate weddings, birthdays, graduations, etc. Those people have had to go to Quito, the capital city, which implies a great deal of inconveniences related to time and money.

Throughout the present market research it was found a great percentage of unsatisfied demand of such a service which growing tendency allows this project to have a good acceptance. Another important factor to be mentioned is that in Canton Rumiñahui there are not many companies dedicated to provide this kind of service and a few of them do it just as a complementary one.

We have available all the necessary resources, material and equipment necessary to undertake this business. The company will be legally constituted and therefore, subject to each one of the norms and laws prescribed by Super Intendencia de Companies, Ministerio de Trabajo, Municipality of Rumiñahui, SRI and others.

The technical study established as the most suitable place for the location of the company, the Parish of Rumiñahui, on Chaupitena Montufar and General Enriquez Av. Opposite Inmaculada High School, near Comisariatos Tia. This section of town is really busy and commercial and a great number of people visit it daily.

The organizational and functional structure of the company will permit a clearly defined assignment of responsibilities and tasks for each individual so that the

administrative and operative staff is well-trained and ready to do their best all the time.

The results obtained by the financial study confirmed the project is feasible. After carrying out the corresponding financial analysis, positive VAN, TIR, R B/C were determined. It is also important to mention that the investor will be able to recover his/her investment in a short term.

Is is definitely advisable to carry out this project as soon as possible, since besides its profitability and feasibility, it will generate job positions for the population in the long run.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Confirmar la posibilidad de la creación de una Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios en el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, que ofrezca un producto / servicios de calidad y diferenciado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Analizar la demanda actual para consumo de bocaditos identificando de esta manera la demanda insatisfecha.

Identificar el tamaño óptimo, la localización adecuada y determinar los requerimientos necesarios a utilizar.

Definir la estructura orgánico - funcional a implementarse en el proyecto, que se adapte a los requerimientos jurídicos, de tal modo que facilite el desarrollo de las actividades de la misma.

Analizar los criterios de evaluación, análisis de sensibilidad y flujo de caja con y sin financiamiento, para verificar si el proyecto es viable y rentable.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”¹

1.1 Objetivos del Estudio de Mercado

Objetivo General.

Confirmar la posibilidad de la creación de una Productora y Comercializadora de Bocaditos de calidad para Eventos Sociales y Servicios en el Cantón Rumiñahui.

Objetivos específicos.

Realizar una investigación sobre las necesidades, características, y comportamientos de los potenciales clientes para definir el mercado meta.

¹ www.monografias.com

Analizar el comportamiento del mercado mediante la evaluación de la oferta y demanda históricas, actuales y proyectadas a fin de identificar la demanda insatisfecha.

Establecer estrategias de mercadeo y comercialización que permitan un rápido posicionamiento de nuestro producto y servicio.

Estudiar el número y capacidades de producción y servicio de los competidores.

1.2 Identificación del Producto y/o Servicio

“El Cantón Rumiñahui cuenta tanto dentro como a sus alrededores de una diversidad de sitios turísticos en los cuales puede pasar un agradable momento junto a su familia, existe una variedad de sitios los cuales puede visitar, tales como Montañas, lagunas, reservas naturales, balnearios, complejos deportivos, etc. Existen Reservas Ecológicas tanto dentro del Cantón Rumiñahui como a sus alrededores, estos sitios tienen una gran aceptación por turistas ya que son admirados por su belleza natural y su gran variedad de flora y fauna, ofrece además una exquisita gastronomía, en la que se destaca el hornado, plato típico de la zona, además de otras delicias como el cuy con papas, mote con chicharrón, fritada con llapingachos, caldo de gallina, caldo de patas, seco de gallina, entre otras cabe recalcar que a Salgolquí es considerada como la “Capital Mundial del Hornado, esta variedad tanto en fauna, flora y gastronomía hacen del Cantón Rumiñahui un lugar de gran demanda para la realización de eventos sociales”²

² http://www.ruminahui.gov.ec/informacion.asp?ID_INF=29&SEC_INF=turismo

Productos:

La empresa elaborará diferentes tipos de bocaditos de calidad en gastronomía, los cuales se los clasifica en:

Picaditas de Embutidos



Una mezcla de jamón serrano, quesos, aceitunas, jamón, entre otras.

Bocaditos de Sal:

Quiche de Tocino y Champiñones



Una deliciosa combinación de tocino con salsa de champiñones.

Volován de Pollo



Masa en salsa
blanca de pollo

Mini empanadas rellenas de pollo y carne



Mini empanaditas
con un toque
exacto de pollo o
carne.

Sandwiches de Pollo en Salsa de Champiñones.



Rodaja de pan con
pollo en salsa
champiñones.

Bocaditos de Dulce:

Tartita de frutas



Mini pedacito de tarta de frutas con dulce.

Mini Macarrones



Mini macarrones bañados en chocolate.

Mini Mil Hojas



Mini mil hoja decorada con chocolate blanco.

Brochetas de Frutas al Fondue



Bocaditos de Mariscos y Salsas:

Apanaditos de Camarón.



Camarón apanado con un toque de limón.

Brochetas de Mariscos.



Una fina combinación de mariscos.

Pavo en salsa Chanberry



Trocitos de pavo en salsa chanberry.

Mini brocheta de carne en salsa agridulce



Mini brocheta de pollo en salsa agridulce



Alitas BBQ



Servicios:

Servicio de Meseros:

La productora también ofrece el servicio de meseros ya sea como pedido extra o en paquetes promocionales todos incluido, este servicio le ofrece la posibilidad de tener en su compromiso social meseros los cuales se encarguen de servir a los invitados como también de la correcta repartición de los bocaditos.



Servicio Arreglo de Mesas:

La decoración de mesas en sus compromisos es otro servicio de la empresa donde se asesora y decora la mesa junto a los bocaditos de su elección, se puede contratar este servicio por separado o en paquetes todo incluido.



Servicio a Domicilio:

La empresa le ofrece el servicio de llevar su pedido al hogar.



1.3 Características del Producto y/o Servicio

1.3.1 Clasificación por su Uso y Efecto

Según el Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU) se encuentra en la siguiente ubicación.

Cuadro N°1: Clasificación del CIIU

CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME (CIIU)		
Cod. CIIU	Sector	Sub. Sector
3	3100	3117
Industrias Manufactureras	Fabricación de Prod. Alimenticios, Bebidas y Tabaco	Fabricación de product. de panadería

Fuente: Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N°2: Clasificación por su USO

Clasificación	Concepto	Producto
Productos No Duraderos	Alimentación	Bocaditos para Eventos Sociales
Intangible	Servicio de Meseros Decoración de Mesas Servicio Domicilio	Eventos Sociales
Duraderos	Instalaciones	Infraestructura Maquinarias

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: Por su efecto la Productora ofrecerá un producto totalmente innovador, ya que se clasifica en diferentes tipos de variedades gastronómicas ofreciendo a los clientes la oportunidad de brindar en sus compromisos sociales un buffet de bocaditos diferenciado y exquisito, los productos son de consumo final, dando apertura a nuevas plazas de trabajo, el proyecto brinda la posibilidad de mejorar e incrementar el desarrollo gastronómico del Cantón Rumiñahui.

1.3.2 Productos y/o Servicios Complementarios

“Son aquellos que se consumen de manera conjunta y, por tanto, sí aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida del otro, y viceversa”³

Productos Complementarios.

La empresa ofrecerá y complementará los Bocaditos con bebidas gaseosas a su elección, bebidas espirituosas como vino tinto, cerveza, cocteles, whisky, así también jugos naturales, entre otras.

Servicios Complementarios.

La empresa ofrecerá el servicio de transporte del producto, hacia el lugar del evento social, transporte del personal de invitados.

³ Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

Productos y/o Servicios Sustitutos

“Satisfacen una necesidad similar a la del bien del proyecto y, por tanto, el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar de consumir el bien del proyecto, si éste subiera de precio”⁴

Productos Sustitutos.

Los productos sustitutos para bocaditos son los productos secos de pastelería tales como melvas, alfajores, suspiros, a planchaditos, entre otras.

1.3.3 Normatividad Técnica, Sanitaria y Comercial



Previa a la ejecución del presente estudio nos sujetaremos a las leyes, reglamentos, informe cuerpo de bomberos, y todo aquello con respecto a este proyecto, se adjuntan como anexos las normativas.

⁴ Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

Los requisitos para la constitución de la compañía en la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha son:

“El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

La empresa será constituida como Sociedad Anónima.

Capital mínimo.- El capital mínimo para la constitución de una Sociedad Anónima es de ocho cientos dólares de los Estados Unidos de América.

El objeto social (Informe previo)”⁵

⁵ http://www.pequenaindustria.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=157&Itemid=25

“Requisitos para la obtención del Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos:”⁶

1. Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
2. Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario
3. Copia del RUC
4. Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del DMQ del año anterior
5. Copia de la Patente Municipal vigente
6. Copia de centralita de gas emitida por el Cuerpo de Bomberos – Distrito Metropolitano de Quito si lo tuviera.

“Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento Municipio de Rumiñahui:”⁷

Formulario de solicitud de la patente

El certificado de normas particulares del predio

El formulario de no adeudar al municipio

Una copia de cédula de ciudadanía

⁶ <http://www.bomberosquito.gov.ec/Servicios2.html>

⁷ http://www.ruminahui.gov.ec/noticias.asp?ID_NOT=218

El Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.

En el caso los centros de venta de productos o servicios de manipulación de alimentos, salas de belleza, y consultorios médicos o dentales, estos deberán presentar el permiso de funcionamiento y los carnes de salud.

Las personas jurídicas adicionalmente deberán presentar, copia de las escrituras y de la resolución de constitución de la empresa, emitida por la Superintendencia de Compañías.

“Requisitos para la obtención del RUC (SRI):”⁸

Se debe llevar a cualquier oficina de la Administración Tributaria los siguientes documentos:

PERSONAS NATURALES.

Copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente

Copia de la última papeleta de votación

Copia de un documento que certifique la dirección. (Factura de Agua, luz o teléfono).

En el caso de **profesionales** adjuntar el título de instrucción superior.

En el caso de **artesanos** adjuntar una copia de la Calificación Artesanal.

⁸ http://ecuadorimpuestos.com/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=1

En el caso de ser **extranjero** deberá presentar: copia y original de la cédula de ciudadanía o del pasaporte y copia del censo.

“Requisitos para permiso Sanitario de Funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud Pública.-Los requisitos para los locales de atención al público son: Solicitar la inspección del local, con oficio dirigido a la Directora de Salud, en caso de los establecimientos nuevos. Para renovación deberán presentar el permiso del año anterior y las fotocopias de la cédula de identidad, RUC y certificado de votación.”⁹

1.4 Determinación de la Demanda Actual

1.4.1 Metodología de la Investigación

“La metodología es el conocimiento del método, mientras que el método es la sucesión de pasos que se deben dar para descubrir nuevos conocimientos, la metodología es el conocimiento de esos pasos.”¹⁰

Cuadro N°3: Tipos de Investigación.

Tipos de Investigación	
Investigación Básica Parte de un Mercado Teórico y permanece en él, su fin es formular nuevas teorías o modificar las existentes.	Investigación Aplicada Busca la aplicación de los conocimientos que se adquieren
Conclusión: Para el proyecto se utilizara la Investigación Básica ya que si existe competencia	

⁹ <http://w>

¹⁰ Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla

FUENTE: Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla
 ELABORADO POR: Luis Betancourt

Cuadro N°4: Métodos para obtención de Datos.

Medios utilizados para obtener datos.		
Investigación Documental	Investigación de Campo	Investigación Experimental
Se apoya en fuentes de carácter documental, documentos de cualquier especie.	Se apoya en informaciones que provienen entre otras de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.	Obtiene su información de la actividad intencional realizada por el investigador
Conclusiones: Se utilizará la Investigación de Campo basándose en encuestas y entrevistas		

FUENTE: Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla
 ELABORADO POR: Luis Betancourt

Cuadro N°5: Nivel de Conocimientos que se adquieren

Por el nivel de conocimientos que se adquieren		
Investigación Exploratoria	Investigación Descriptiva	Investigación Explicativa
Destaca los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.	Utiliza el método de análisis, señala las características de un objeto y sus propiedades.	Trata de explicar los por qué del objeto que se investiga.
Conclusión: Se utilizará la Investigación Descriptiva ya que permite analizar la situación histórica		

FUENTE: Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla
 ELABORADO POR: Luis Betancourt

Cuadro N°6: Fuentes de Información

Fuentes de Información	
Datos Primarios	Datos Secundarios
Su fuente de información es directa se la encuentra en el lugar de los hechos se la puede obtener de personas, organizaciones, etc.	Todas las fuentes de información relacionadas con el tema de investigación, pero que aun son su fuente de origen.
Conclusión: La información se obtendrá de la siguiente manera: folletos, revistas, libros, ministerio de turismo, entre otros.	

FUENTE: Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla
 ELABORADO POR: Luis Betancourt

1.4.1.1 Segmentación de Mercado

“Significa dividir el mercado en grupos más o menos homogéneos de consumidores, en su grado de intensidad de la necesidad. Más específico podemos decir que es la división del mercado en grupos diversos de consumidores con diferentes necesidades, características o comportamientos, que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes.”¹¹

El proyecto está dirigido específicamente a la población Urbana del Cantón Rumiñahui, el mercado será la Población Económicamente Activa (según censo realizado en el año 2001) PEA del Cantón Rumiñahui es 28.260 personas de una población activa de 5 años o más.

Cuadro N°7: PEA Cantón Rumiñahui

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	28.260	17.350	10.910
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA, PESCA, SILVICULTURA	2.101	1.397	704
MANUFACTURA	4.965	3.288	1.677
CONSTRUCCIÓN	2.217	2.114	103
COMERCIO	4.639	2.582	2.057
ENSEÑANZA	1.409	563	846
OTRAS ACTIVIDADES	12.929	7.406	5.523

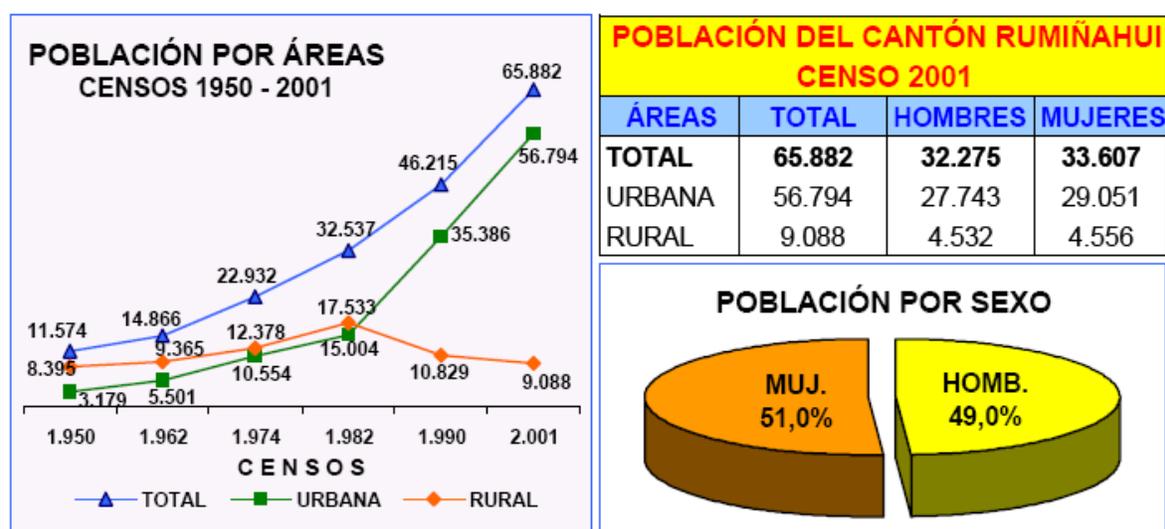
FUENTE: http://www.ruminahui.gov.ec/informacion.asp?ID_INF=42&SEC_INF=RUMINAHUI#2

http://www.ruminahui.gov.ec/informacion.asp?ID_INF=42&SEC_INF=RUMINAHUI#2

¹¹ www.monografias.com

En el cuadro observamos la PEA según su rama de actividades en agricultura, manufactura, construcción, comercio, enseñanza, y otras actividades, la clasificación se da por sexo.

Cuadro N°8: Población del Cantón Rumiñahui y Crecimiento Anual



Fuente: www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId=1095729&name=DLFE-16666.pdf -

Análisis: “Según el INEC el crecimiento promedio anual desde el último censo 2001 es del 3.2%”¹² lo que multiplicado por 8 años tenemos una proyección estimada de la Población Económicamente Activa (PEA) al 2009 de **36.359** personas.

¹² www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId=1095729&name=DLFE-16666.pdf -

1.4.1.2 Segmento Objetivo.

La producción y comercialización está dirigida a todos aquellos eventos sociales a presentarse en el Cantón Rumiñahui en los cuales tenemos bodas, bautizos, quince años, cumpleaños, agasajos, reuniones, pedidos a domicilio, grados en colegios, institutos, universidades, entre otras.

1.4.1.3 Tamaño Universo

Para determinar el Tamaño del Universo tomamos en cuenta la proyección estimada según el último censo 2001 de la Población Económicamente Activa (PEA) que para el año 2009 la PEA estimada es de **36.359** personas en el Cantón de Rumiñahui, para la elaboración de la prueba piloto se eligió un total de 20 encuestados entre los cuales están los dueños de locales comerciales en San Luis Shopping, Directivos de la Escuela Politécnica del Ejército, y ejecutivos de varias empresas del Cantón Rumiñahui con la siguiente encuesta:

LE GUSTARÍA QUE EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI SE INSTALE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOCADITOS DE CALIDAD PARA EVENTOS SOCIALES Y SERVICIOS?	
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

Una vez terminada la prueba piloto se obtuvieron los siguientes resultados:

Nivel de Aceptación: 90% (corresponde a 18 personas) “**p**” (18/20)

Nivel de Error: 10% (corresponde a 2 personas) “**q**” (2/20)

De las 20 personas encuestadas, 18 personas si les gustaría que se instale una Empresa Productora y Comercializadora de Bocaditos para eventos sociales y servicios mientras que en la encuesta 2 personas respondieron que no están de acuerdo con este tipo de proyectos en este sector.

1.4.1.4 Tamaño de la Muestra

“Significa o es igual al número total de unidades muestrales o elementos que van a ser investigadas, Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseamos saber cuántos del total tendremos que estudiar; la fórmula sería la siguiente”¹³

¹³ Un Enfoque a la Investigación de Mercados / Farid Mantilla

$$n = \frac{NZ^2 (pq)}{e^2 (N - 1) + Z^2 (pq)}$$

Donde:

n: Muestra

N: Tamaño de la Población o Universo (36359)

p: Probabilidad a Favor (0.90)

q: Probabilidad en Contra (0.10)

Z: Nivel de Confianza $(1.96)^2 = 3.8416$

e: Error o Nivel de Significancia (0.05)

$$n = \frac{36359 (1,96)^2 (0,90*0,10)}{(0,05)^2 (36359 - 1) + (1,96)^2 (0,90*0,10)}$$

$$n = 137,72$$

$$n = 138$$

Diseño del Cuestionario.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO



Su opinión es muy importante para nosotros!!

OBJETIVO: Analizar la demanda que tendría una Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios ubicada en el Cantón Rumiñahui.

INSTRUCCIONES:

1. Conteste con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación
2. Los resultados de esta encuesta serán tratados con absoluta reserva
3. Señale con una "X" el lugar donde corresponda

NOMBRE: _____

CI: _____ TELÉFONO: _____

INFORMACIÓN PERSONAL

1. GÉNERO: Masculino Femenino

2. LUGAR DE RESIDENCIA: _____

3. EDAD: 18 – 30 31 – 40 41 – 50 más de 50

4. ESTUDIOS: Primarios Secundarios

Superior Cuarto nivel

5. INGRESOS MENSUALES (\$): 200 – 400 401 – 800

801 – 1200 1201 – 5000 más de 5000

INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO Y/O SERVICIO

6. ¿Conoce sobre Bocaditos que se sirven en eventos sociales tales como: Alitas BBQ, Picaditas de Embutidos, Mini Mil Hojas, Camarón en salsa de Coco, Brochetas de Camarón, Brochetas de pollo o carne en salsa agri dulce, etc. ?

INSTRUCCIÓN: Si su respuesta es negativa, pase a la pregunta 16

SI NO

7. ¿Ha consumido en algún evento social este tipo de Bocaditos?

SI NO

8. ¿Cuándo usted va comprar Bocaditos para un evento social que tiene previsto realizar o tiene una reunión con amigos cual de los siguientes encuentra a la venta?

Picaditas de Embutidos Jamón serrano, quesos, tocino, aceitunas, etc.

Bocaditos de Pastelería Aplanchaditos, suspiros, melbas, etc.

Bocaditos Sal Mini empanadas rellenas de pollo, carne, etc.

Bocaditos de Dulce Tortita de frutas, Macarrón de Chocolate, etc.

Bocaditos de Mariscos Brocheta de Camarón, Patitas de Cangrejo, etc.

Bocaditos Salsas Trocito de Pavo en salsa Chanverry, etc

9. ¿Cuándo usted compra Bocaditos para un evento social que tiene previsto realizar o tiene una reunión con amigos cual de los siguientes le gustaría adquirir? (1 menos importante, y 5 más importante)

Picaditas de Embutidos Jamón serrano, quesos, jamón, aceitunas, etc.

Bocaditos de Pastelería Aplanchaditos, suspiros, melbas, etc.

Bocaditos Sal Mini empanadas rellenas de pollo, carne, etc.

Bocaditos de Dulce Tortita de frutas, Macarrón de Chocolate, etc.

Bocaditos de

Mariscos y Salsas Brocheta de Camarón, Patitas de Cangrejo, Trocito de Pavo en salsa Chanverry, alitas de pollo en salsa BBQ, etc

10. ¿Con un rango de 1 al menos importante y 5 al más importante señale según su gusto?

Picaditas de Embutidos

Bocaditos de:

Sal Dulce

Mariscos y Varios Pastelería

11. ¿Cuántas veces usted organiza un evento social en su familia al año?

Nunca 1 a 2 veces al año

2 a 4 veces al año Más de 4 veces al año

12. ¿Cuántas veces ha asistido a un evento social donde ha encontrado este tipo de Bocaditos?

Nunca

1 a 2 veces al año

2 a 4 veces al año

Más de 4 veces al año

13. ¿Le gustaría contratar aparte de la compra de Bocaditos, servicio de meseros los cuales organicen, distribuyan y den un toque de elegancia en su compromiso social a un cómodo precio?

SI NO

14. ¿Le gustaría contratar aparte de la compra de Bocaditos, servicio de arreglo de mesas con asesoría personalizada la cual de la elegancia a su compromiso a un precio muy cómodo?

SI NO

15. ¿Le gustaría tener a su disposición solo con una llamada el servicio a domicilio para la compra de bocaditos?

SI NO

INFORMACIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO

16. ¿Está usted dispuesto a probar un nuevo producto tipo buffet de Bocaditos con una gran variedad de carnes, salsas, etc.?

INSTRUCCIÓN: Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 22

SI NO

17. ¿Cuántas veces estaría dispuesto a consumir este producto ya sea en sus reuniones sociales como en reuniones en su casa con un grupo de amigos?

Semanal Mensual Trimestral Anual

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por la compra de Bocaditos para 100 personas (4 unidades/persona)?

19. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por la compra de un paquete completo de Bocaditos incluido el servicio de meseros y arreglo de mesas para 100 personas (4 unidades/persona), (7 meseros/100 personas) y (3 juegos para arreglos de mesas + asesoría estética profesional)? _____

20. ¿Qué producto o servicio adicional le gustaría en la empresa "Bocaditos" _____

21. ¿Qué tipo de paquete le gustaría adquirir?

Bocaditos (Picadita de Embutidos)

Jamón serrano, quesos, jamón, mortadela, tocino, salami, aceitunas, salsas, etc.

Precio para 40 unidades / 10 personas = \$15

Bocaditos (Sal) \$0.60 c/u

Mini empanadas rellenas de pollo y carne, Tostada con mouse de queso, tortillas de maíz con guacamole, empanaditas de morocho, etc.

Precio para 40 unidades / 10 personas = \$ 24

Bocaditos (Dulce) \$0.60 c/u

Tortita de frutas, Macarrón de Chocolate, Mini mil hojas, Mouse de frambuesas y arándanos, Fondue de frutas al chocolate, alfajores, Trufas de chocolate y almendras, etc.

Precio para 40 unidades / 10 personas = \$24

Bocaditos (Mariscos y Salsas) \$1.20 c/u

Camarones envueltos en tocino, Mini brochetas de camarón y champiñones, Camarón en salsa de coco, Patitas de cangrejo en su salsa, pavo en salsa chanberry, Mini brocheta de carne en salsa agridulce, mini brochetas de pollo en salsa agridulce, alitas BBQ.

Precio para 40 unidades /10 personas = \$48

Servicio Meseros + Bocaditos

7 meseros / 100 personas = \$3.50 c/mesero*hora = \$24.50

Servicio Arreglo + Bocaditos

3 juegos para arreglos de mesas + asesoría estética profesional = \$29.99

Servicio Completo + Bocaditos (Todo Incluido)

Bocaditos para 100 personas (dos picadita de embutidos + 100 unidades de bocaditos de sal + 100 unidades de bocaditos de dulce + 200 unidades de bocaditos de mariscos y salsas + servicio de meseros +servicio de arreglo de mesas) = \$449.99

INFORMACIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO

22. ¿Por favor calificar la calidad del producto cuando realizo la compra de sus últimos Bocaditos?

Excelente Muy Bueno Bueno Regular

23. ¿Por favor calificar el servicio cuando realizó la compra de sus últimos Bocaditos?

Excelente Muy Bueno Bueno Regular

24. ¿Nombre a la empresa donde usted puede conseguir este tipo de Bocaditos? _____

25. ¿La empresa donde usted adquiere bocaditos le da el servicio de meseros y arreglo de mesas?

SI NO

Procesamiento de la Información.

Análisis de los Resultados

1) GÉNERO:

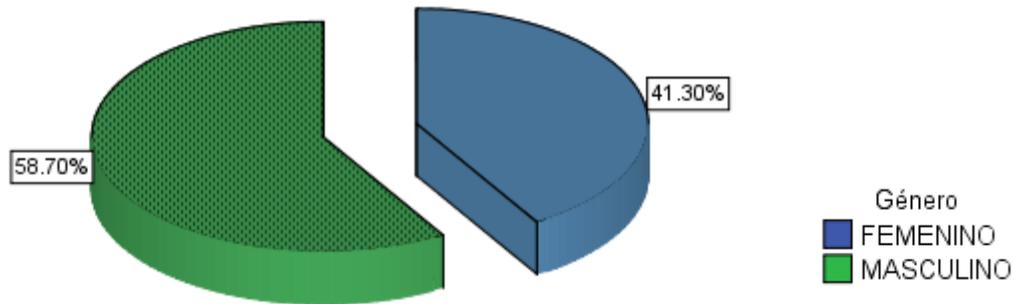
Cuadro N°9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
FEMENINO	57	41,3	41,3	41,3
MASCULINO	81	58,7	58,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°1



El 58,70% de los encuestados son del sexo masculino que corresponde a 81 personas mientras que el 41,30% son del sexo femenino correspondiente a 57 mujeres.

2) LUGAR DE RESIDENCIA:

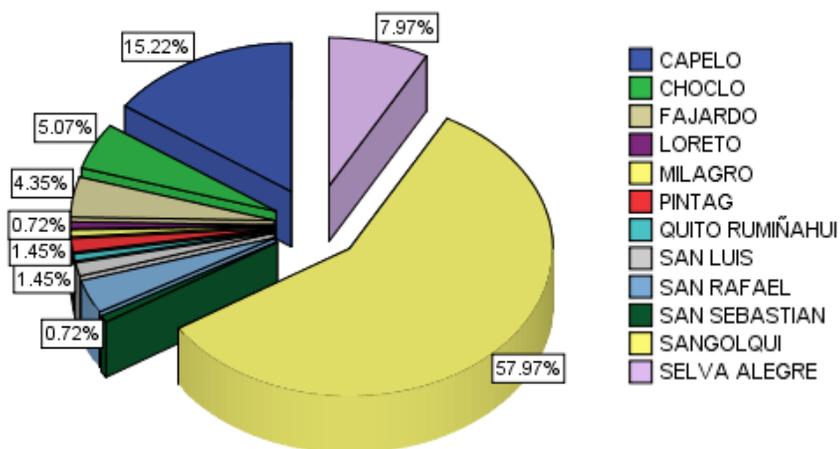
Cuadro N°10

Lugar de Residencia (Dentro del Cantón Rumiñahui)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CAPELO	21	15,2	15,2	15,2
CHOCLO	7	5,1	5,1	20,3
FAJARDO	6	4,3	4,3	24,6
LORETO	1	,7	,7	25,4
MILAGRO	1	,7	,7	26,1
PINTAG	2	1,4	1,4	27,5
QUITO RUMIÑAHUI	1	,7	,7	28,3
SAN LUIS	2	1,4	1,4	29,7
SAN RAFAEL	5	3,6	3,6	33,3
SAN SEBASTIAN	1	,7	,7	34,1
SANGOLQUI	80	58,0	58,0	92,0
SELVA ALEGRE	11	8,0	8,0	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°2



El 57,97% de los encuestados residen en sangolquí que corresponde a 80 encuestados, el 15,22% (21 personas) residen en capelo.

3) EDAD:

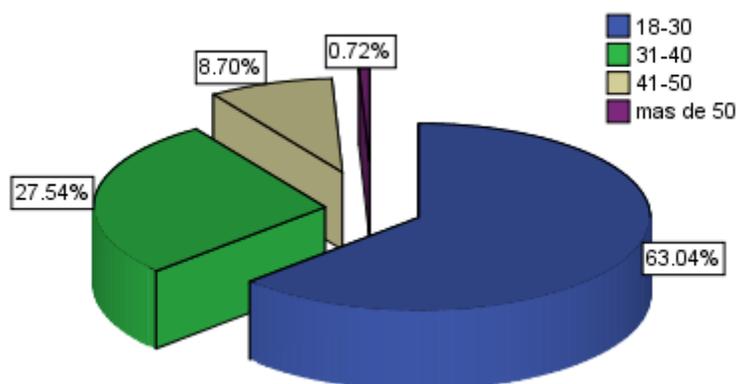
Cuadro N°11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Años: 18-30	87	63,0	63,0	63,0
31-40	38	27,5	27,5	90,6
41-50	12	8,7	8,7	99,3
más de 50	1	,7	,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°3



El 63,04% de los encuestados tiene una edad comprendida entre 18 a 30 años, el 27,54% entre 31 a 40 años, el 8,7% de 41 a 50 años, el 0,72% con más de 50 años por lo que el producto que ofrecerá la empresa deberá estar dirigido a clientes con edades comprendidas de 18 a 40 años ya que en este margen se centra el 87,5% de los encuestados.

4) ESTUDIOS REALIZADOS:

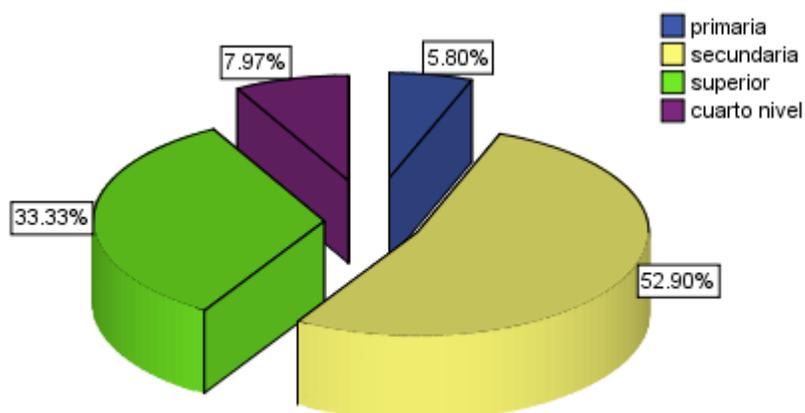
Cuadro N°12

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
primaria	8	5,8	5,8	5,8
secundaria	73	52,9	52,9	58,7
superior	46	33,3	33,3	92,0
cuarto nivel	11	8,0	8,0	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°4



El 52,9% tienen un nivel de estudios secundario, el 33,33% tiene un nivel de estudios superior, el 7,97% han obtenido un nivel de estudios de cuarto nivel, y solo el 5,8% tiene una instrucción primaria.

5) INGRESOS MENSUALES:

Cuadro N°13

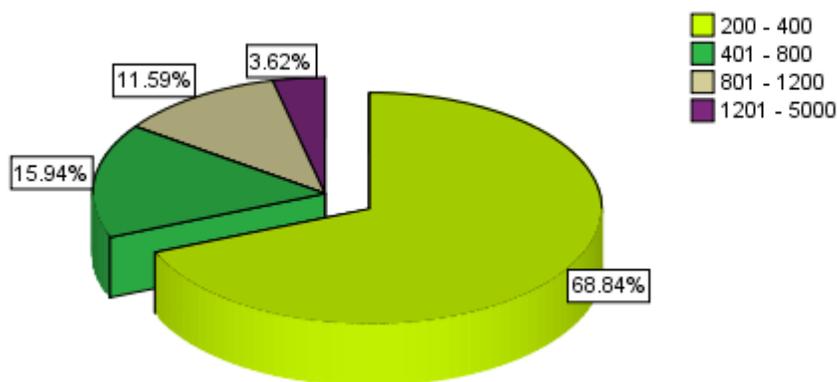
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$ 200 - 400	95	68,8	68,8	68,8
dólares: 401 - 800	22	15,9	15,9	84,8
801 - 1200	16	11,6	11,6	96,4
1201 - 5000	5	3,6	3,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°5

Ingresos Mensuales (\$)



El 68,84% de los encuestados perciben ingresos mensuales de \$200 a \$400, el 15,94% percibe ingresos de \$401 a \$800 mensuales, el 11,59% tienen ingreso mensual de \$801 a \$1200, y en un pequeño porcentaje con 3,62% con ingresos de \$1201 a \$5000.

6) Conoce sobre Bocaditos que se sirven en eventos sociales tales como: Alitas BBQ, Picadita de Embutidos, Mini mil hojas, Camarón en salsa de Coco, Brochetas de Camarón, Brochetas de Pollo o Carne en salsa agridulce, etc.?

Cuadro N°14

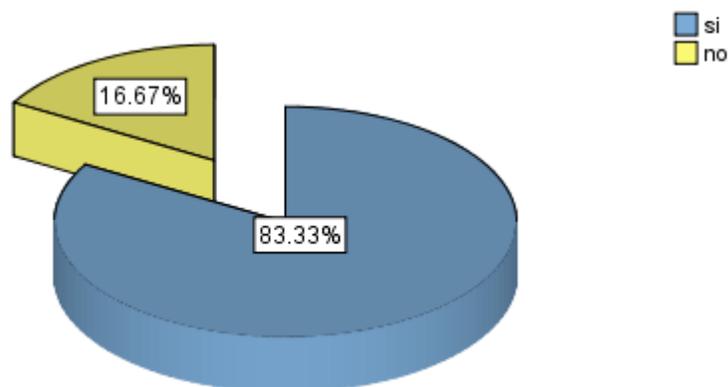
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	115	83,3	83,3	83,3
No	23	16,7	16,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°6

Conoces sobre bocaditos que se sirven en eventos sociales tipo gourmet



Podemos observar que la tendencia es mayor hacia aquellas personas que **si** conocen sobre este tipo de bocaditos, ya que el 83,33% nos dan una respuesta positiva, mientras que las personas que no conocen representan un 16,67%.

7) Ha consumido en algún evento social este tipo de Bocaditos. ?

Cuadro N°15

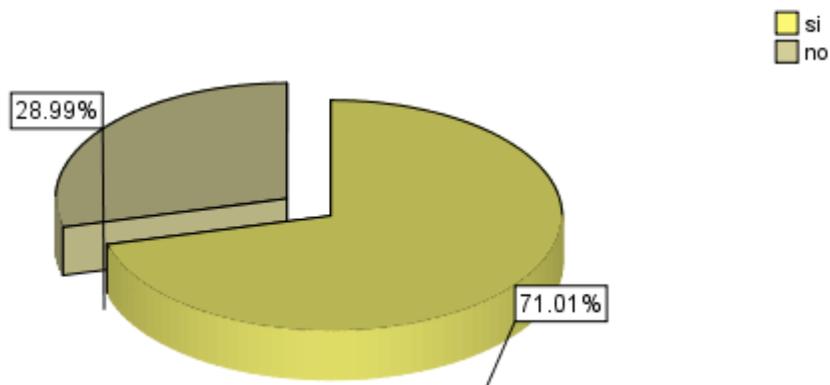
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	98	71,0	71,0	71,0
no	40	29,0	29,0	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°7

Ha consumido en algun evento social este tipo de bocaditos



El 71.01% **si** ha consumido este producto mientras que el 29% nos dice que nunca ha consumido este producto.

8) Cuando usted va comprar Bocaditos para un evento social que tiene previsto realizar o tiene una reunión con amigos cual de los siguientes encuentra a la venta. ?

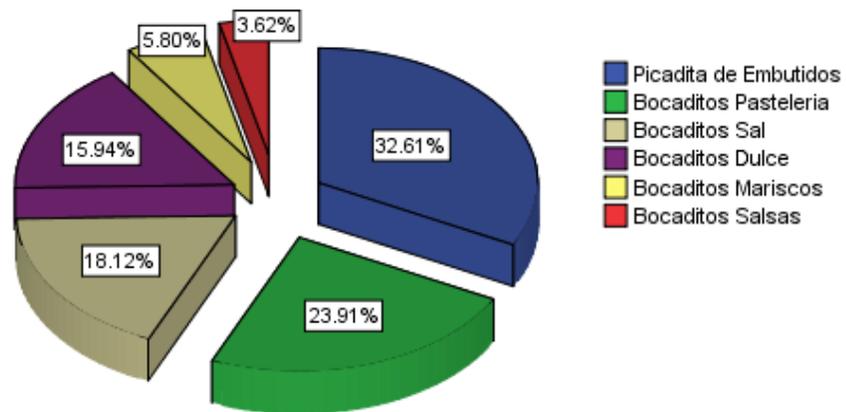
Cuadro N°16

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Picadita de Embutidos	45	32,6	32,6	32,6
Bocaditos Pastelería	33	23,9	23,9	56,5
Bocaditos Sal	25	18,1	18,1	74,6
Bocaditos Dulce	22	15,9	15,9	90,6
Bocaditos Mariscos	8	5,8	5,8	96,4
Bocaditos Salsas	5	3,6	3,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°8



El 32,61% de los encuestados encuentra a la venta Picadita de Embutidos, el 23,91% Bocaditos de Pastelería, el 18,12% Bocaditos de Sal, el 15,94% encuentra a la venta Bocaditos de Dulce, el 5,80% encuentra a la venta Bocaditos de Mariscos, y el 3,62% encuentra a la venta Bocaditos de Salsas, La empresa puede concluir que tan solo el 9% ha encontrado a la venta Bocaditos de Mariscos y Salsas este es un producto no explotado para la venta dando a la Productora de Bocaditos una gran demanda de clientes.

9) Cuando usted compra Bocaditos para un evento social que tiene previsto realizar o tiene una reunión con amigos cual de los siguientes le gustaría adquirir (1 menos importante y 5 más importante)

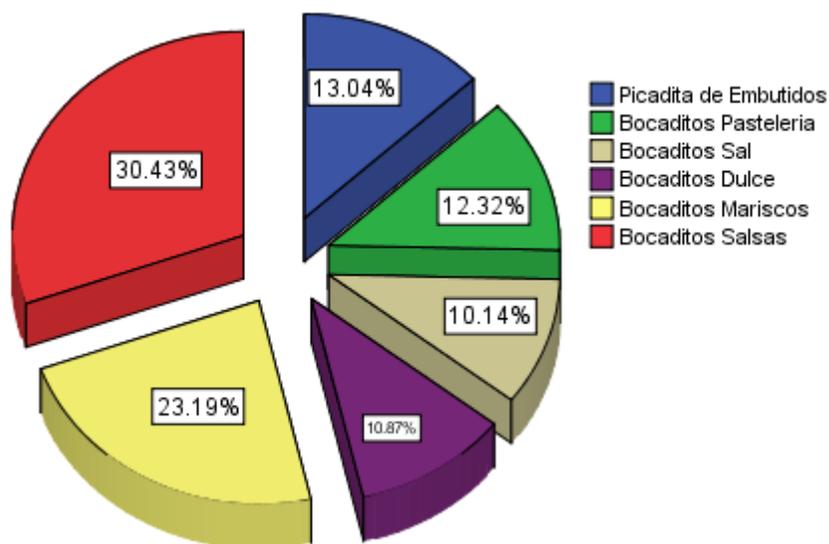
Cuadro N°17

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Picadita de Embutidos	18	13,0	13,0	13,0
Bocaditos Pastelería	17	12,3	12,3	25,4
Bocaditos Sal	14	10,1	10,1	35,5
Bocaditos Dulce	15	10,9	10,9	46,4
Bocaditos Mariscos	32	23,2	23,2	69,6
Bocaditos Salsas	42	30,4	30,4	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°9



La empresa produciría en un 13,04% Picaditas de Embutidos, el 12,32% de los Bocaditos de Pastelería corresponden a Bocaditos de Sal y Dulce que los clientes conocen como Pastelería, siendo un 33,33% producción de Bocaditos de Sal / Dulce, y un 53,62% Bocaditos de Mariscos y Salsas.

10) Con un rango de 1 al menos importante y 5 más importante señale según su gusto?

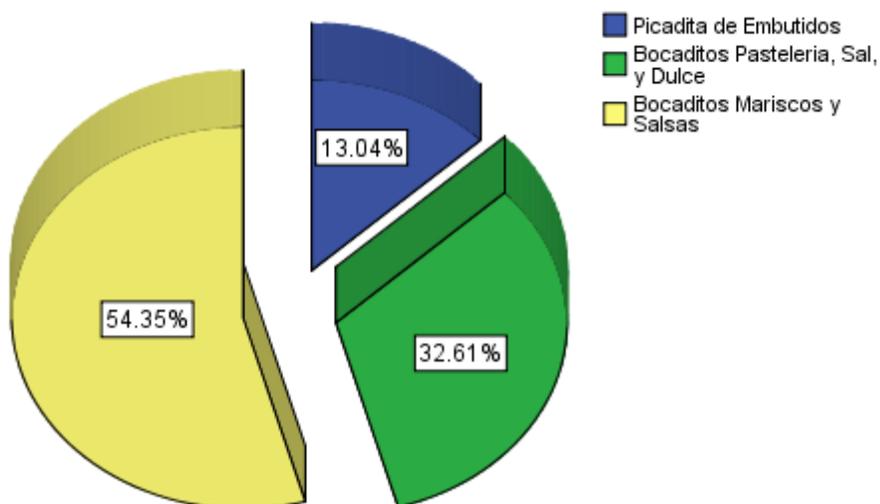
Cuadro N°18

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Picadita de Embutidos	18	13,0	13,0	13,0
Bocaditos Pastelería, Sal, y Dulce	45	32,6	32,6	45,7
Bocaditos Mariscos y Salsas	75	54,3	54,3	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°10



El gusto de los encuestados por adquirir en un 54% un producto que no lo encuentra a la venta que son los Bocaditos de Mariscos y Salsas, se convierte en una oportunidad para este proyecto ya que la empresa ingresaría al mercado con un producto nuevo, novedoso y que gusta a sus clientes, con un 33% Bocaditos de Sal y Dulce, mientras que en un 13% Picadita de Embutidos.

11) Cuantas veces usted organiza un evento social en su familia al año?

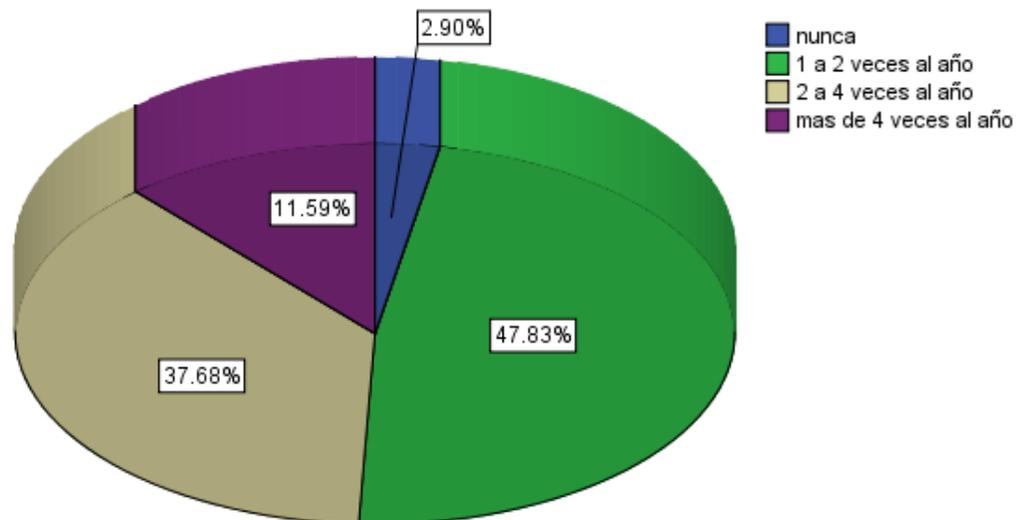
Cuadro N°19

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	4	2,9	2,9	2,9
1 a 2 veces al año	66	47,8	47,8	50,7
2 a 4 veces al año	52	37,7	37,7	88,4
más de 4 veces al año	16	11,6	11,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°11



El 47,83% realizan eventos sociales 1 a 2 veces al año, el 37,68% realizan eventos en sus hogares de 2 a 4 veces al año, el 11,59% más de 4 veces al año, y el 2,90% nunca realizan eventos sociales, la empresa estará dirigida al 97,10% de los encuestados los cuales realizan eventos sociales de 1 a más de 4 veces al año.

12) Cuantas veces ha asistido a un evento social donde ha encontrado este tipo de Bocaditos?

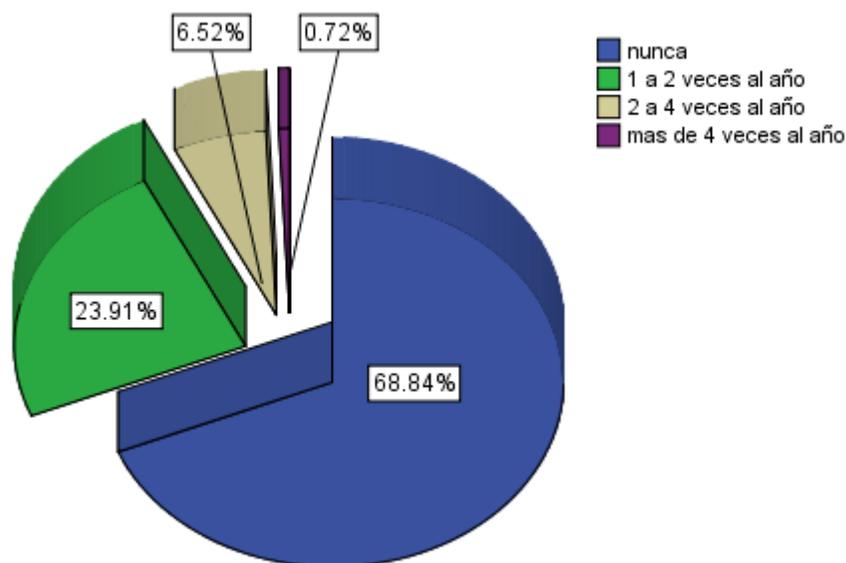
Cuadro N°20

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	95	68,8	68,8	68,8
1 a 2 veces al año	33	23,9	23,9	92,8
2 a 4 veces al año	9	6,5	6,5	99,3
más de 4 veces al año	1	,7	,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°12



El 68,84% de los encuestados nunca han asistido a un evento social donde han servido este tipo de Bocaditos, mientras que un 23,91% si ha asistido de 1 a 2 veces al año, esto quiere decir que el mercado para Bocaditos aun no se ha explotado en el Cantón Rumiñahui.

13) Le gustaría contratar aparte de la compra de Bocaditos servicio de meseros los cuales organicen, distribuyan y den un toque de elegancia en su compromiso social a un cómodo precio. ?

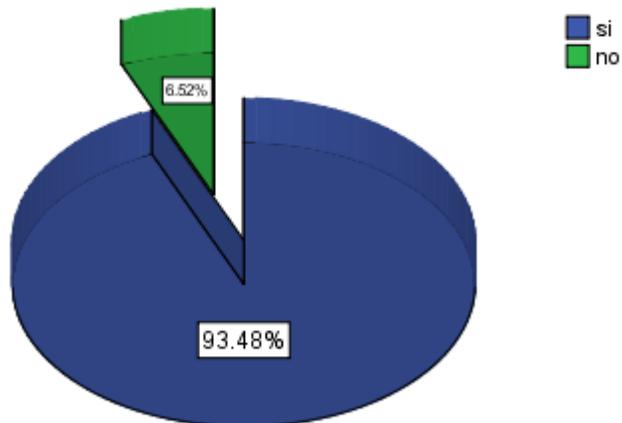
Cuadro N°21

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	129	93,5	93,5	93,5
no	9	6,5	6,5	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°13



El 93,5% de los encuestados si desea el servicio de meseros, mediante esta pregunta la empresa puede determinar una buena aceptación para la implementación y aceptación de este servicio.

14) Le gustaría contratar a parte de la compra de Bocaditos, servicio de arreglo de mesas con asesoría personalizada la cual de la elegancia a su compromiso a un precio muy cómodo?

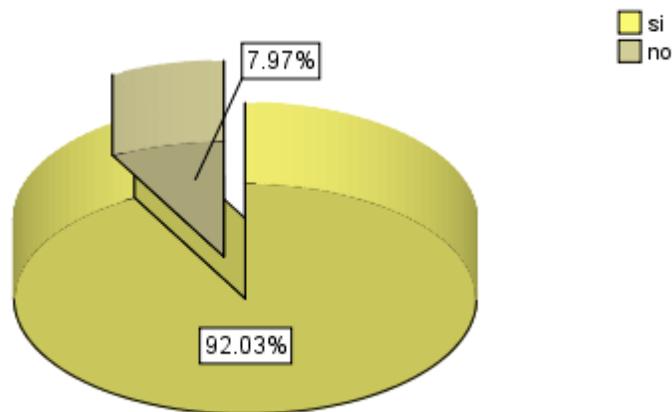
Cuadro N°22

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	127	92,0	92,0	92,0
no	11	8,0	8,0	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°14



El 92,03% de los encuestados si le gustaría contratar el servicio de arreglo de mesas, mientras que el 7,97% no lo desean, esto indica a la empresa una buena aceptación para la implementación y aceptación de este servicio.

15) Le gustaría tener a su disposición solo con una llamada el servicio a domicilio para la compra de Bocaditos?

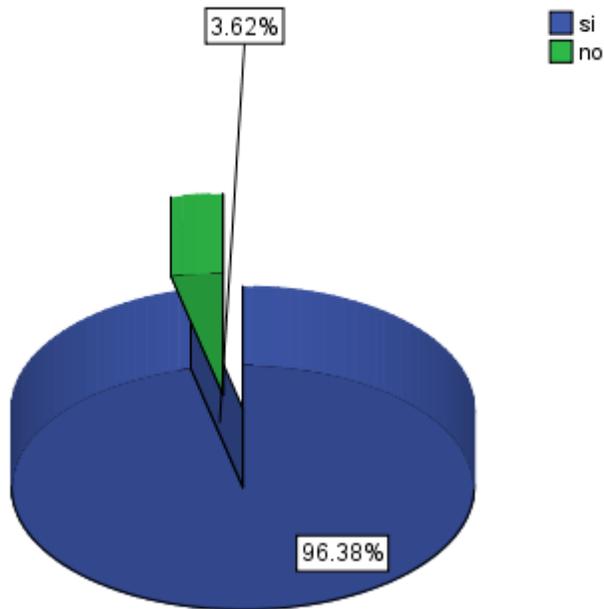
Cuadro N°23

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	133	96,4	96,4	96,4
no	5	3,6	3,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°15



El 96,38% desea el servicio a domicilio, y solo un 3,62% no lo desea con este porcentaje de aceptación se implementa este servicio a la empresa.

16) Esta dispuesto a probar un nuevo producto tipo buffet de Bocaditos con una gran variedad de carnes, salsas, etc.?

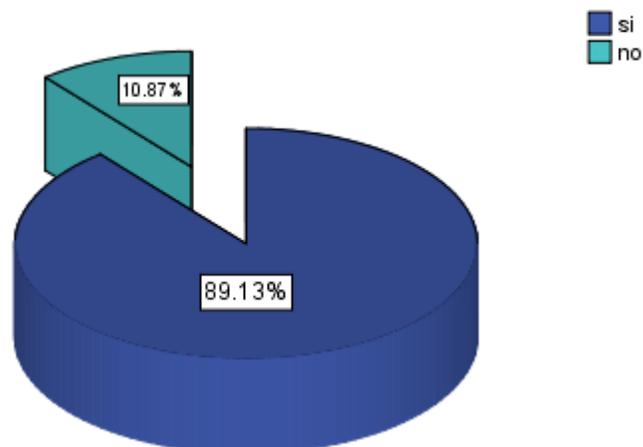
Cuadro N°24

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	123	89,1	89,1	89,1
no	15	10,9	10,9	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°16



El 89,13% de las personas (123 personas) si están dispuestas a probar un estilo diferente de Bocaditos, esta pregunta sirve para determinar el nivel de aceptación de este tipo de producto.

17) Cuantas veces estaría dispuesto a consumir este producto ya sea en sus reuniones sociales como en reuniones en su casa con un grupo de amigos?

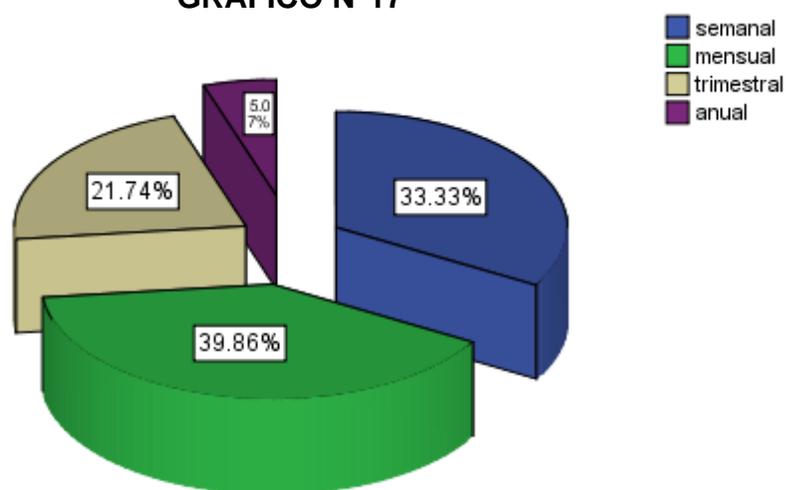
Cuadro N°25

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
semanal	46	33,3	33,3	33,3
mensual	55	39,9	39,9	73,2
trimestral	30	21,7	21,7	94,9
anual	7	5,1	5,1	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°17



El 33,33% estaría dispuesto a consumir este producto semanalmente, el 39,86% mensualmente, el 21,74% trimestralmente y el 5,10% anualmente, esto permitirá a la empresa definir la capacidad de producción.

18) Cuanto estaría dispuesto a gastar por la compra de Bocaditos para 100 personas (4 unid/persona)?

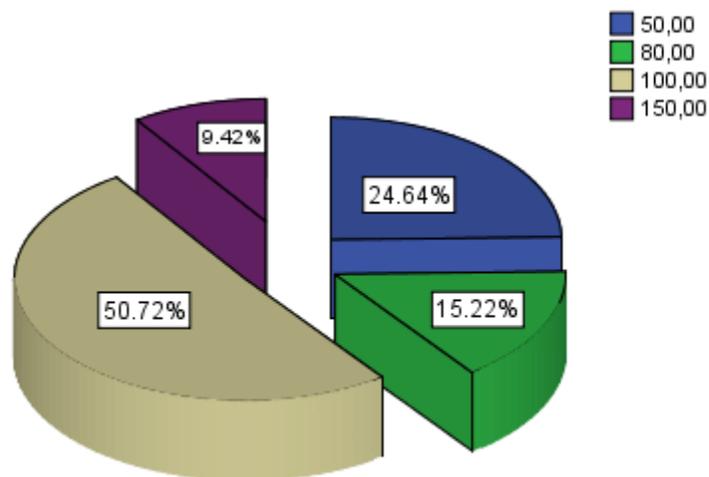
Cuadro N°26

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
50,00	34	24,6	24,6	24,6
80,00	21	15,2	15,2	39,9
100,00	70	50,7	50,7	90,6
150,00	13	9,4	9,4	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°18



El 50,72% de los encuestados están dispuestos a pagar \$100, el 24,64% están dispuestos a pagar \$50, el 15,22% están dispuestos a pagar \$80, y el 9,42% pagarían \$150 por Bocaditos para 100 personas, la empresa mediante esta encuesta determina cuanto están dispuestos a pagar por el producto.

19) Cuanto estaría dispuesto a gastar por un paquete completo de Bocaditos incluido Servicios?

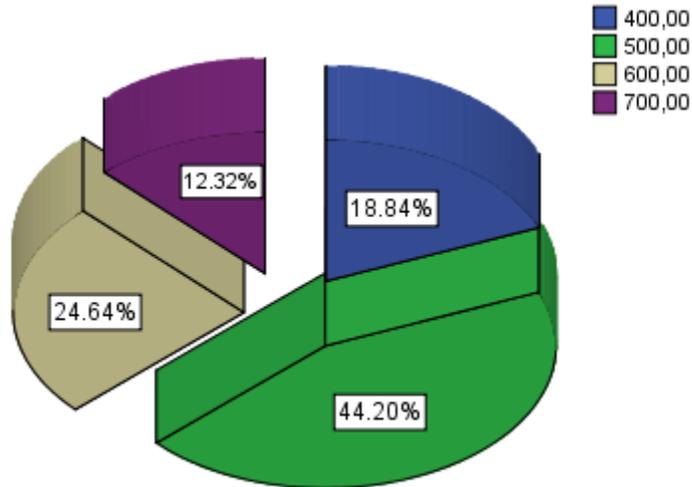
Cuadro N°27

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
400,00	26	18,8	18,8	18,8
500,00	61	44,2	44,2	63,0
600,00	34	24,6	24,6	87,7
700,00	17	12,3	12,3	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°19



El 44,20% de los encuestados estaría dispuesto a gastar \$500, el 25% dispuesto a gastar \$600, el 19% dispuesto a gastar \$400, el 12% dispuesto a gastar \$700 por el paquete completo mas los servicios, la empresa mediante esta encuesta determina cuanto están dispuestos a pagar por el producto más el servicio completo.

20) Que producto o servicio adicional le gustaría en la empresa
 “Bocaditos”

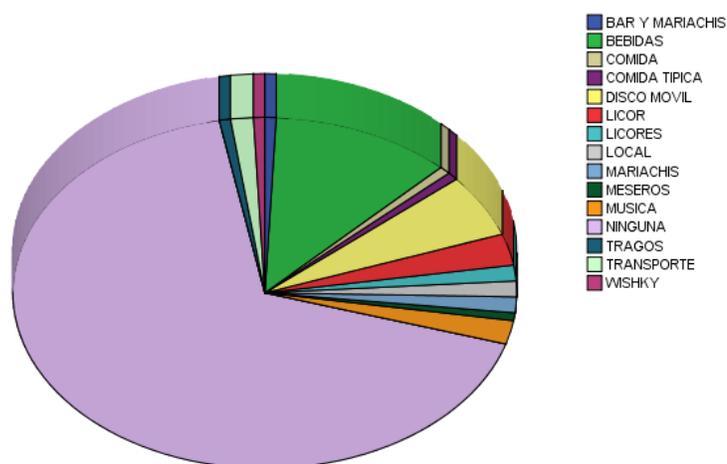
Cuadro N°28

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAR Y MARIACHIS	1	,7	,7	,7
BEBIDAS	16	11,6	11,6	12,3
COMIDA	1	,7	,7	13,0
COMIDA TIPICA	1	,7	,7	13,8
DISCO MOVIL	8	5,8	5,8	19,6
LICOR	4	2,9	2,9	22,5
LICORES	2	1,4	1,4	23,9
LOCAL	2	1,4	1,4	25,4
MARIACHIS	2	1,4	1,4	26,8
MESEROS	1	,7	,7	27,5
MUSICA	3	2,2	2,2	29,7
NINGUNA	93	67,4	67,4	97,1
TRAGOS	1	,7	,7	97,8
TRANSPORTE	2	1,4	1,4	99,3
WISHKY	1	,7	,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°20



Un 67,4% de 93 personas encuestadas opinan que no se necesita ningún producto o servicio adicional mientras que 25 personas con un porcentaje de 18% determina que les gustaría bebidas como producto adicional entre licores y bebidas.

21) Qué tipo de paquete le gustaría adquirir?

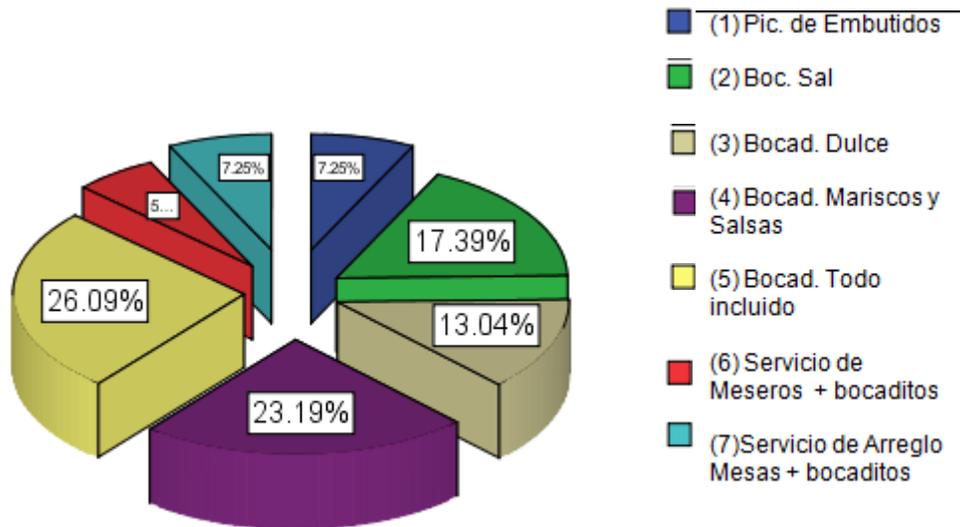
Cuadro N°29

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
(1) Pic. de Embutidos	10	7,2	7,2	7,2
(2) Boc. Sal	24	17,4	17,4	24,6
(3) Bocad. Dulce	18	13,0	13,0	37,7
(4) Bocad. Mariscos y Salsas	32	23,2	23,2	60,9
(5) Bocad. Todo incluido	36	26,1	26,1	87,0
(6) Servicio de Meseros + bocaditos	8	5,8	5,8	92,8
(7) Servicio de Arreglo Mesas + bocaditos	10	7,2	7,2	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°21



El 26,09% sí les gustaría contratar un paquete todo incluido, seguido con un alto porcentaje de aceptación los Bocaditos de Mariscos y Salsas con un porcentaje de 23,19% lo que nos determina que las personas le gustaría probar un producto nuevo y diferente en calidad y sabor, con un 17.39% están los bocaditos de sal seguido por un 13,04% de Bocaditos de Dulce, los resultados de la encuesta determina en mayor número que a los encuestados les gustaría adquirir paquetes todo incluido, como también aquellos productos y servicios los cuales no han sido explotados en el Cantón Rumiñahui.

22) Por favor calificar la calidad del producto cuando realizo la compra de sus últimos Bocaditos?

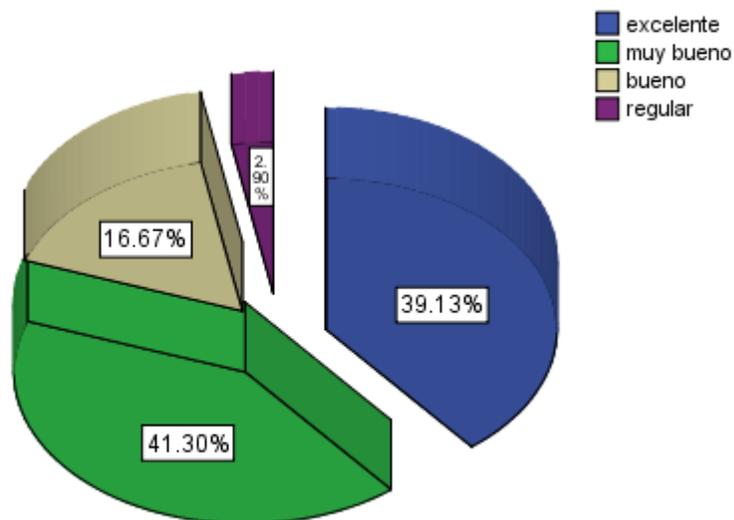
Cuadro N°30

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
excelente	54	39,1	39,1	39,1
muy bueno	57	41,3	41,3	80,4
bueno	23	16,7	16,7	97,1
regular	4	2,9	2,9	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°22



El 41% aprecia la calidad del producto como muy bueno, el 39% como excelente, apenas un 17% como bueno, y un 2,9% como regular, lo que nos indica que la empresa deberá ofrecer productos y servicios de primera calidad, y diferenciado.

23) Por favor calificar el servicio cuando realizo la compra de sus últimos Bocaditos?

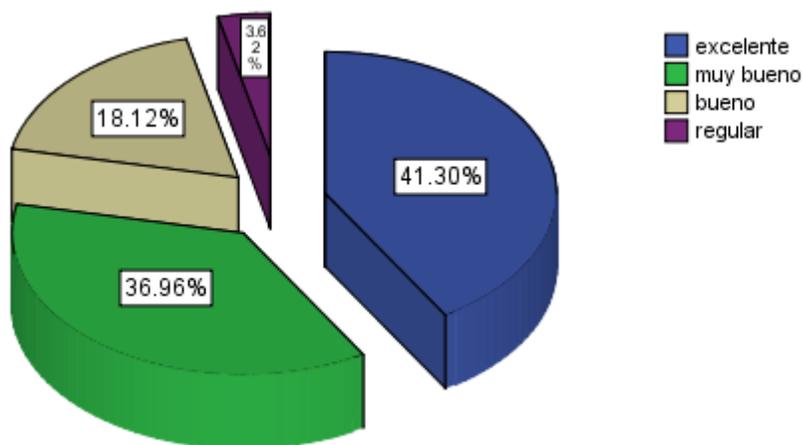
Cuadro N°31

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
excelente	57	41,3	41,3	41,3
muy bueno	51	37,0	37,0	78,3
bueno	25	18,1	18,1	96,4
regular	5	3,6	3,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°23



El 41,30% de los encuestados califica al servicio de la competencia como excelente, el 37% lo califica como muy bueno, el 18% como bueno y apenas un 3,6% califica al servicio de la competencia como regular, la empresa deberá ofrecer un servicio al cliente de excelencia para poder competir en este mercado.

24) Nombre a la empresa donde usted puede conseguir este tipo de Bocaditos?

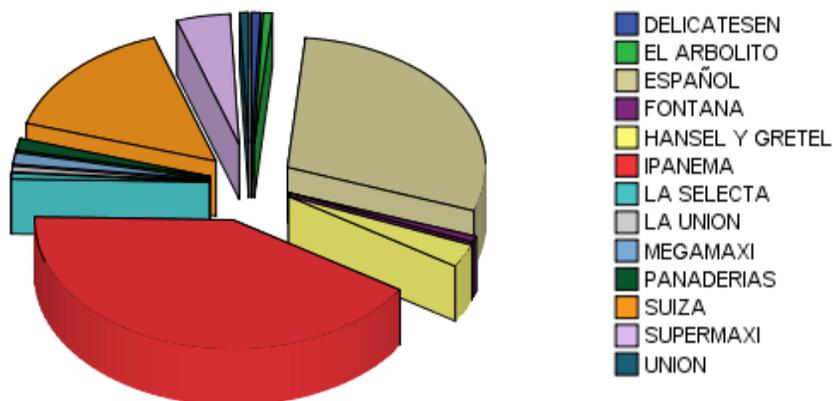
Cuadro N°32

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
DELICATESEN	1	,7	,7	,7
EL ARBOLITO	1	,7	,7	1,4
ESPAÑOL	40	29,0	29,0	30,4
FONTANA	1	,7	,7	31,2
HANSEL Y GRETEL	4	2,9	2,9	34,1
IPANEMA	57	41,3	41,3	75,4
LA SELECTA	1	,7	,7	76,1
LA UNION	1	,7	,7	76,8
MEGAMAXI	2	1,4	1,4	78,3
PANADERIAS	2	1,4	1,4	79,7
SUIZA	21	15,2	15,2	94,9
SUPERMAXI	6	4,3	4,3	99,3
UNION	1	,7	,7	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°24



El 41,3% de los encuestados consigue estos Bocaditos en la panificadora Ipanema seguido del Español con un 29%, y el 15,2% es la Suiza esto permite conocer el perfil de la competencia y su porcentaje de aceptación a la cual vamos a estudiar más adelante.

25) La empresa donde usted adquiere Bocaditos le da el servicio de meseros y arreglo de mesas?

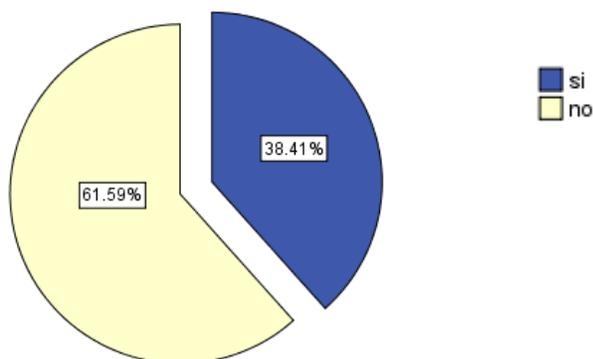
Cuadro N°33

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	53	38,4	38,4	38,4
no	85	61,6	61,6	100,0
Total	138	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°25



Más de la mitad de las personas encuestadas nos muestran que la competencia no ofrece este tipo de servicios con un 61,59%, mientras que el 38,41% opina que si encuentra este tipo de servicios donde ellos compran Bocaditos, con esta información la empresa determina que la competencia posee productos de calidad, y servicio al cliente de calidad pero no ofrecen un servicio diferenciado.

Conclusión de la Investigación de Campo: En la encuesta se obtuvo información relevante para el cálculo de la oferta, demanda y demanda insatisfecha.

1.5 Análisis de la Demanda

“La **demanda** en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)”¹⁴

Elasticidad de la Demanda

La Elasticidad de la Demanda se clasifica en:

Demanda Elástica: Existen bienes cuya demanda es muy sensible al precio, pequeñas variaciones en su precio provocan grandes variaciones en la cantidad demandada.

Demanda Inelástica o Rígida: Son bienes poco sensibles al precio, En éstos pueden producirse grandes variaciones en los precios sin que los consumidores varíen las cantidades que demandan.

El caso intermedio se llama de **Elasticidad Unitaria**.¹⁵

Análisis: Si existiera una variación en los precios de Bocaditos esto no haría que disminuya su demanda ya que los clientes que desean contratar y adquirir estos productos y servicios se basan en el número de invitados para adquirirlos, por lo tanto la empresa afronta una Demanda Inelástica, esta empresa ofrece Bocaditos con variedad de precios ampliando así su mercado potencial.

¹⁴ www.wikipedia.com

¹⁵ <http://www.eumed.net/cursecon/4/elasticidad-demanda.htm>

1.5.1 Clasificación de la Demanda

A la demanda se la puede clasificar tomando en cuenta lo siguiente:

En relación con su oportunidad

Con su necesidad

Con su temporalidad

Con su destino

En Relación con su Oportunidad.- La demanda puede ser:

Tipo Insatisfecha: Cuando la producción y oferta no alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado.

Tipo Satisfecha: Cuando la producción y oferta si alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado, existe dos tipos:

1. Saturada
2. No Saturada

Análisis: (tipo insatisfecha) La encuesta determinó que la competencia no alcanza a cubrir las expectativas en servicio de Bocaditos, la competencia no brinda un producto variado, la encuesta determina una demanda insatisfecha con productos de Bocaditos de Mariscos y Salsas la cual no ofrece la competencia.

De Acuerdo con su Necesidad.- La demanda puede ser:

Básica (De bienes sociales y racionalmente necesarios): Los consumidores requieren ineludiblemente para mantenerse.

Suntuaria (De bienes no necesarios o de gusto): La demanda necesaria suntuaria se relaciona con la intención de satisfacer un gusto más que una necesidad.

Análisis: La empresa de acuerdo a su necesidad determina una demanda Suntuaria ya que sus productos y servicios no son necesarios y de gusto.

De Acuerdo con su Destino.- La demanda puede clasificarse como:

Bienes Finales.

Bienes Intermedios o Industriales.

Conclusión: La Productora y Comercializadora de Bocaditos de acuerdo a su destino su demanda está clasificada como finales ya que su producto y servicio se lo contrata para un consumo final.

En Relación con la Permanencia.- Puede clasificarse como:

Flujo o Continua.

Stock o Estacional: que corresponde a aquella que se vincula con un carácter permanente.

Conclusión: La empresa tendrá una demanda de flujo o continúa ya que su producto es de consumo ya que no se vincula a ningún carácter permanente.

1.5.2 Factores que Afectan a la Demanda

En la demanda pueden influir diversos factores que debe analizarse como son: Tamaño de la población, hábitos y preferencias del consumidor, estratos ingresos y precios, una vez que se conoce estos factores permite establecer la demanda histórica, la situación actual y sobre todo determinar la demanda a futuro.¹⁶

Los factores que afectan a la demanda son:

Tamaño y crecimiento de la población.

Hábitos de consumo.

Gustos y preferencias.

Nivel de Ingresos / Precios.

Tamaño y Crecimiento de la Población.

El tamaño y crecimiento del mercado el cual va a estar dirigido el proyecto es importante ya que va a determinar el número de clientes potenciales que podrán acceder a los productos y servicios que pretende ofertar la Productora y Comercializadora de Bocaditos, es por ello que a continuación se presenta un cuadro del crecimiento de la PEA (Población Económicamente Activa) del Cantón Rumiñahui donde está dirigido el proyecto.

^{15,16} N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta edición, 2000, Pág. 37

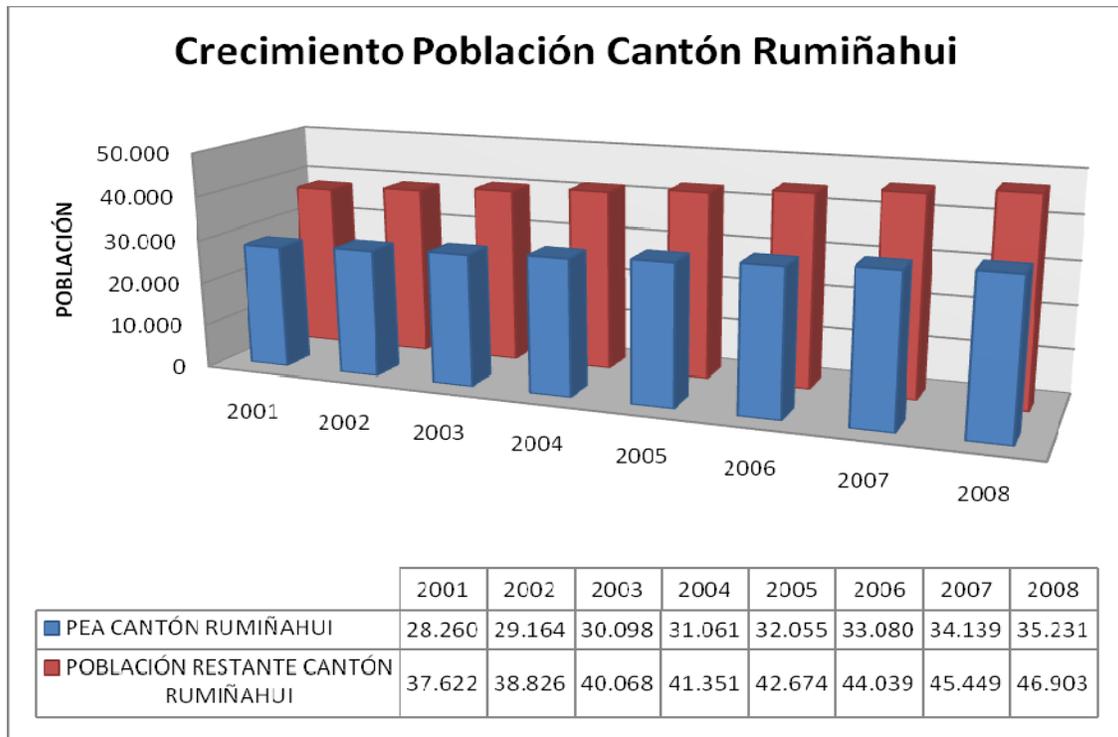
Cuadro N°34

CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN CANTÓN RUMIÑAHUI				
AÑOS	PEA CANTÓN RUMIÑAHUI	POBLACIÓN RESTANTE CANTÓN RUMIÑAHUI	% CRECIMIENTO	TOTAL
2001	28260	37622	Según censo 2001	65882
2002	29164	38826	3.2	67990
2003	30098	40068	3.2	70166
2004	31061	41351	3.2	72411
2005	32055	42674	3.2	74728
2006	33080	44039	3.2	77120
2007	34139	45449	3.2	79588
2008	35231	46903	3.2	82134

Fuente: INEC, Censo 2001

Elaborado por: Luis Betancourt

GRÁFICO N°26



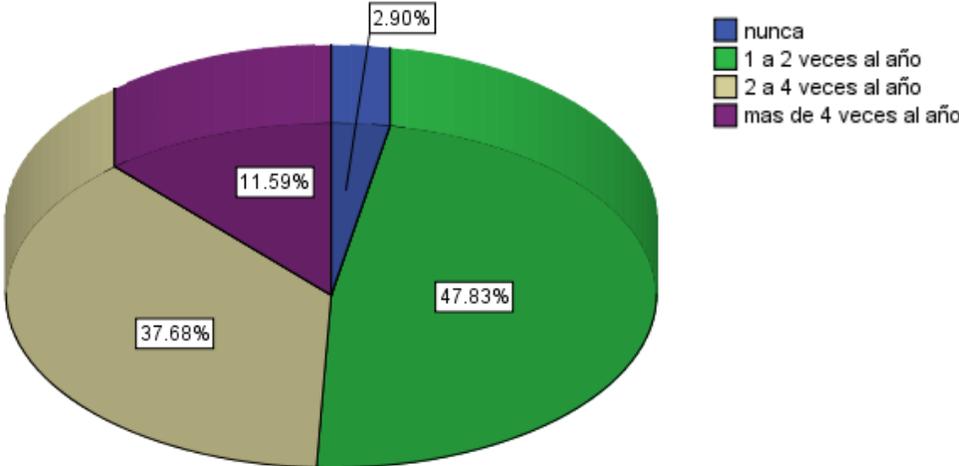
Fuente: INEC, Censo 2001

Elaborado por: Luis Betancourt

La gráfica determina un crecimiento progresivo del Cantón Rumiñahui, nuestra demanda se encuentra en la PEA, si analizamos este sector de la población podemos encontrar un crecimiento del 3.2% anual llegando al 2008 a una PEA de 34.868.

Hábitos de consumo.

GRÁFICO N°27

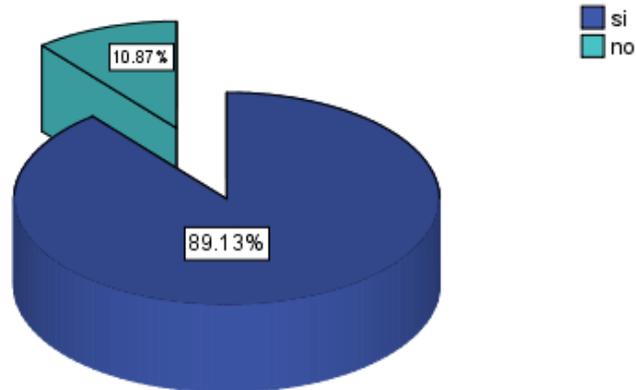


Fuente: Encuestas
Elaborado por: Luis Betancourt

La encuesta aplicada a 138 personas se puede determinar un habito de consumo de un 85,51% de personas que organizan de 1 a 4 veces al año eventos sociales, con un 11,59% más de 4 veces al año, siendo un habito de consumo lo suficientemente alto para introducir este producto y servicio al mercado.

Gustos y Preferencias.

GRÁFICO N°28



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

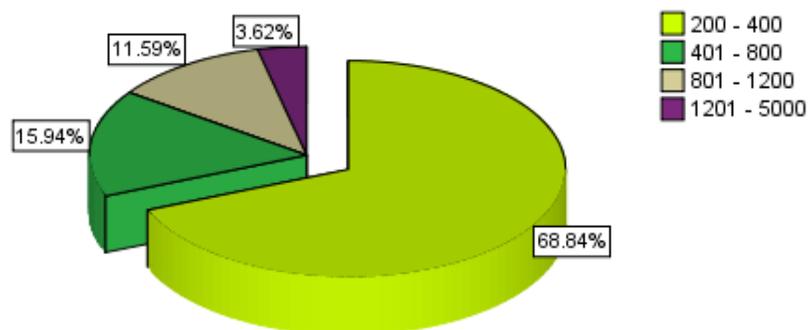
El 89,13% de los encuestados, sí están dispuestas a probar un estilo diferente de Bocaditos, esta pregunta me sirve para determinar el nivel de aceptación de este tipo de producto

Nivel de Ingresos / Precios

(INGRESOS)

GRÁFICO N°29

Ingresos Mensuales (\$)



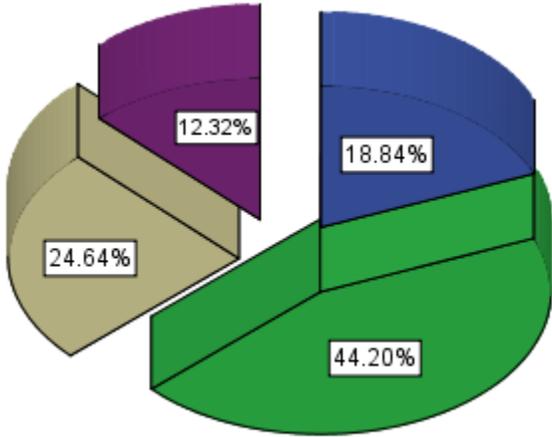
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

El 68.84% de los encuestados nos dice que sus ingresos mensuales fluctúan de \$200 a \$400, el 15,94% sus ingresos son de \$401 a \$800 mensuales, el 11,59% con un ingreso mensual de \$801 a \$1200, y por último en un pequeño porcentaje con 3,62% con ingresos de \$1201 a \$5000.

(PRECIOS)

GRÁFICO N°30



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Luis Betancourt

El 44,20% de los encuestados estaría dispuesto a gastar \$500, el 25% dispuesto a gastar \$600, el 19% dispuesto a gastar \$400, el 12% dispuesto a gastar \$700 por el paquete completo mas los servicios, la empresa mediante esta encuesta determina cuanto están dispuestos a pagar por el producto más el servicio completo.

1.5.3 Análisis Histórico de la Demanda

Cuadro N°35

AÑOS	PEA CANTÓN RUMIÑAHUI	POBLACIÓN RESTANTE CANTÓN RUMIÑAHUI	TOTAL
2001	28.260	37.622	65.882
2002	29.164	38.826	67.990
2003	30.098	40.068	70.166
2004	31.061	41.351	72.412
2005	32.055	42.674	74.729
2006	33.080	44.039	77.119
2007	34.139	45.449	79.588
2008	35.231	46.903	82.134

Fuente: INEC, Censo 2001

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis:

El último censo realizado en el año 2001 permitió conocer que la PEA para ese año era 28.260 con una población total de 65.882 habitantes dicho censo estableció una estimación de crecimiento anual del 3.2% permitiendo saber que para el 2009 fecha actual se establecería una Población Económicamente Activa de 36.359 personas con una población total del Cantón Rumiñahui de 84.763 habitantes, el porcentaje de la Población Económicamente Activa para el 2009 es **42,89%** del total de la población del Cantón Rumiñahui, dando un total de 36.359 personas.

Cuadro N°36

PEA Cantón Rumiñahui estimada actual según Censo 2001

AÑO	PEA CANTÓN RUMIÑAHUI
2009	36.359

Fuente: INEC, Según estimación Censo 2001

Elaborado por: Luis Betancourt

1.5.4 Demanda Actual del Producto y/o Servicio: interna y/o externa

Cálculo de la Demanda

Análisis: Para el cálculo de la demanda partimos de la PEA (2009) = 36.359 personas, discriminamos con la pregunta número 16 “si” multiplicando por el 89,13%, obtenemos 32.407 personas, luego aplicamos la pregunta número 17 que hace referencia a la demanda y la cantidad de consumo de bocaditos en el año obteniendo 746.107 personas tal como observamos en el siguiente cuadro.

PEA (2009) = 36.359 PERSONAS.

$36.359 * 89,13\%$ (pregunta # 16 “si”) = 32.407 personas

Cuadro N°37

DEMANDA (Pregunta 17)			
Semanal	(33,3%)	10.792 * 52 semanas	561.160
Mensual	(39,9%)	12.930 * 12 meses	155.165
Trimestral	(21,7%)	7.032 * 4 trimestres	28.129
Anual	(5,1%)	1.653 * 1 año	1.653
Total Demanda 2009			746.107

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Betancourt

1.5.5 Proyección de la Demanda

Análisis: La proyección al año 2015 nos da una demanda para ese año de 901.320 personas, para poder realizar una proyección real partimos de la información obtenida por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC el cual nos indica que según el censo realizado en el año 2001 el crecimiento anual estaría estimado en un 3,2%, dato del cual nos basamos para realizar la estimación siguiente.

Cuadro N°38

AÑOS	DEMANDA
2009	746.107
2010	769.982
2011	794.621
2012	820.049
2013	846.291
2014	873.372
2015	901.320

Fuente: INEC, Según estimación Censo 2001

Elaborado por: Luis Betancourt

1.6 Análisis de la Oferta.

La oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado grupo de productores que están dispuestos a vender un producto o servicio a un determinado precio ¹⁷

¹⁷ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta edición, 2000, Pág. 45

1.6.1 Clasificación de la Oferta.

En relación a la cantidad de oferentes se distinguen tres tipos de oferta:

OFERTA MONOPÓLICA

Existe un sólo productor del bien o servicio y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad, en la oferta monopólica no existen productos/servicios sustitutos con la misma calidad que tiene el bien producido por el monopolio.

OFERTA OLIGOPÓLICA

En la oferta oligopólica el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores ellos determinan los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su empresa.

OFERTA COMPETITIVA

Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio, y el servicio que ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

Conclusión: La empresa se relaciona con una Oferta Competitiva ya que el producto Bocadoitos puede ser encontrado en diferentes tipos de productos ofrecidos ya sea por panificadoras en el caso de Bocadoitos de pastelería donde la calidad, el precio y el servicio lo ponen cada empresa dedicada a la comercialización de este producto.

1.6.2 Factores que Afectan a la Oferta.

Al igual que en la demanda, existen algunos factores que pueden producir cambios en la oferta como son:¹⁸

- Número de los Competidores.
- Incursión de Nuevos Competidores.
- Capacidad de Inversión Fija.
- Precios de los servicios relacionados.

Número de los Competidores.

Las empresas que existen actualmente ofreciendo este tipo de productos son:

¹⁸ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Cuarta edición, 2000, Pág. 45

Cuadro N°39

EMPRESAS	PRODUCTOS QUE OFERTAN
DELICATESEN	Bocaditos de Pastelería, Postres
EL ARBOLITO	Bocaditos de Pastelería
ESPAÑOL	Picadita de Embutidos.
FONTANA	Postres y Bocaditos de dulce
HANSEL Y GRETEL	Bocaditos de Pastelería, Postres
IPANEMA	Bocaditos de Pastelería, Sal, Dulce, Alitas BBQ
LA SELECTA	Bocaditos de Pastelería
LA UNION	Bocaditos de Pastelería
MEGAMAXI	Bocaditos de Pastelería, Sal, Postres
PANADERIAS	Bocaditos de Pastelería
SUIZA	Picadita de Embutidos.
UNION	Bocaditos de Pastelería

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

Incurción de Nuevos Competidores

La empresa se encuentra en una oferta competitiva, libre competencia donde los precios, servicio y calidad dependen de los ofertantes por ello el ingreso de nuevos competidores es muy accesible por el tipo de oferta que se maneja.

Podemos concluir que no existen problemas en el ingreso y salida de los competidores.

Capacidad de Inversión Fija.

No existen barreras tanto para el ingreso como salida de nuevos competidores, con relación al mercado se puede decir que la inversión es relativamente accesible ya que no se va a construir una planta de producción por los costos que esto implica por ello se va a arrendar un local en el Cantón Rumiñahui lo suficientemente grande para la planta de producción y oficinas, estableciéndose que la inversión promedio para la materialización de este proyecto es \$91.900 dólares.

Precios de los Servicios Relacionados.

Según las encuestas realizadas demostraron que las personas están dispuestas a pagar por un paquete todo incluido un promedio de \$500 dólares, sin embargo hay que tomar en cuenta los precios de la competencia.

1.6.3 Comportamiento Histórico de la Oferta.

Es indispensable conocer la competencia para de esta manera establecer la cantidad de ofertantes en el mercado y su incidencia en los últimos años para determinar el comportamiento a futuro y conocer la demanda insatisfecha de clientes que gustan de Bocaditos gourmet.

En el Cantón Rumiñahui el consumo de Bocaditos era todo aquel producto de pastelería como alfajores, melvas, a planchaditos, volovanes, aquellos productos

que se encuentran en una pastelería, el consumo se limitaba solo a este tipo de productos debido a la falta de ofertantes y diversidad de productos.

La oferta de Bocaditos en el Cantón Rumiñahui en los últimos años ha tenido un crecimiento importante debido al ingreso de nuevos ofertantes con productos diferenciados, con el ingreso a esta plaza de centros comerciales se dio el ingreso al mercado a empresas ofertantes de Bocaditos como El Español con sus Picaditas de Embutidos, de igual manera La Suiza con el mismo producto, y Hansel & Gretel con el ingreso de un fino producto de Bocaditos de Pastelería.

Hasta el momento se ha observado ofertas de Bocaditos en el Cantón Rumiñahui de Bocaditos de Pastelería, Picadita de Embutidos, y Bocaditos de Sal como empanadas, volovanes, entre otras, el proyecto pretende introducir al mercado una empresa el cual los Bocaditos con su variedad sea el producto principal ya que las empresas que ofertan Bocaditos en la actualidad lo utilizan como un producto complementario, de la misma manera se pretende introducir Bocaditos Gourmet como Bocaditos de Mariscos, Salsas, que de acuerdo a la encuesta realizada es de gran aceptación.

1.6.4 Oferta Actual.

El número de ofertantes en el Cantón Rumiñahui es indeterminado ya que las panaderías pequeñas ofrecen Bocaditos de Pastelería tales como alfajores, aplanchados, melvas, entre otras, mientras que para Bocaditos de Mariscos y Salsas no existen ofertantes, los ofertantes que brindan productos de Picadita de Embutidos en el Cantón Rumiñahui son El Español y la Suiza, según la encuesta realizada hemos obtenido la siguiente información:

De las 12 empresas que se determinaron como competencia el 39,13% brindan un servicio de calidad según la pregunta 22 de la encuesta, por tanto 4 empresas se toman como competencia directa.

Cuadro N°40

EMPRESAS QUE OFRECEN BOCADITOS	PICADITA DE EMBUTIDOS	BOCADITOS DE SAL	BOCADITOS DE DULCE	BOCADITOS DE MARISCOS Y SALSAS
ESPAÑOL	X			
IPANEMA		X	X	
LA UNION		X	X	
SUIZA	X			

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

CÁLCULO DE LA OFERTA:

De conformidad con la investigación de mercado no existe información estadística en todo aquello que se relaciona con la Producción y Comercialización de Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios, sin embargo de las entrevistas realizadas o efectuadas a ejecutivos y propietarios de estas cuatro empresas que se constituyen como competencia directa se llega a determinar una oferta de la siguiente manera.

Para poder realizar el cálculo de la oferta se debe partir de las ventas realizadas por la competencia en el último año, para esto tomamos como referencia el siguiente cuadro en el cual se refleja información de la empresa Panificadora Ipanema la cual según la encuesta realizada se encuentra dentro de las cuatro empresas consideradas competencia directa.

Cuadro N° 41

VENTAS DE PRODUCTOS DE MINIPASTELERIA (NÚMERO DE PERSONAS)	
ENERO - JUNIO	6132
JULIO - DICIEMBRE	7376
TOTAL VENTAS AÑO 2008	13508

Fuente: Panificadora Ipanema.

Análisis: Para llegar a determinar la oferta de la competencia cabe recalcar que las otras tres empresas restantes que corresponde a competencia directa tienen producciones similares con producto de calidad.

Para el año 2008 Panificadora Ipanema atiende a un total de 13.508 personas multiplicado por 4 empresas de competencia directa nos da un total de:

13.508 * 4 = 54.032 personas

Para poder determinar el cálculo de la oferta partimos de **54.032** personas atendidas por la competencia, luego discriminamos con la pregunta número 22 “excelente” 39,13%, luego por la pregunta número 12 que se refiere a la oferta y el número de veces al año que las personas han asistido a un evento social donde han encontrado este tipo de Bocaditos el cálculo se presenta a continuación:

54.032 personas * 39,13% (pregunta # 22 “excelente”) = 21.143 personas

Cuadro N° 42

OFERTA (Pregunta 12)		
Nunca	68.84%	-
1 a 2 veces al año (23,9%)	5.053 * 2 veces	10.106
2 a 4 veces al año (6,5%)	1.374 * 3 veces	4.123
Más de 4 veces al año (0,7%)	148 * 4 veces	592
Total		14.821

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Betancourt

14.821 personas * 4 empresas de excelencia = 59.284 personas

Cuadro N° 43: Oferta Actual

AÑO	TOTAL OFERTADO
2009	59.284

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: Apenas el 7,95% del total demandado se convierte en el mercado que la competencia ha explotado en la actualidad.

Proyección de la Oferta.

En atención al estudio de mercado para llegar a determinar el crecimiento de la oferta en número de personas se tomó en cuenta los precios de los diferentes

productos en los períodos 2005 -2009 (demostrados en los cuadros 46,47 y 48) donde se concluye el crecimiento en ese período del 5,3%.

Cuadro Nº 44

AÑO	TOTAL OFERTADO
2009	59.284
2010	62.426
2011	65.735
2012	69.219
2013	72.888
2014	76.751
2015	80.819

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: El futuro de la empresa es provechoso ya que solo una pequeña parte de la demanda ha sido explotada por la competencia tan solo 59.284 personas ha logrado explotar la competencia, mientras que la encuesta determinó el gusto de los clientes por adquirir un producto nuevo el cual ofrecerá la empresa.

1.7 Estimación de la Demanda Insatisfecha.

Este análisis permite establecer el balance entre la oferta y la demanda potenciales, determinando la brecha existente, la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar la capacidad de producción de Bocaditos¹⁹

¹⁹ Preparación y Evaluación de Proyectos, Econ. Edilberto Meneses

Cuadro N° 45

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	746.107	59.284	686.823
2010	769.982	62.426	707.556
2011	794.621	65.735	728.886
2012	820.049	69.219	750.830
2013	846.291	72.888	773.403
2014	873.372	76.751	796.621
2015	901.320	80.819	820.501

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Betancourt

Conclusión: Para iniciar con la ejecución del presente proyecto se considera que se arrancará con el 5% de la demanda insatisfecha; esto quiere decir que para el año 2010 se va dar servicio a 35.378 personas por lo tanto se atenderá semanalmente a 680 personas.

1.8 Análisis de Precios

Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios.

La fijación de precios lleva consigo el deseo de obtener beneficios por parte de la empresa, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de ventas realizadas, aunque no guarde una relación directa con los beneficios que obtiene, ya que si los precios son elevados, los ingresos totales pueden ser altos.

Dentro de los factores que influyen en la fijación de precios están los siguientes:

Objetivos de la Empresa: Normalmente, la fijación de los precios está en interacción con otros elementos del marketing mix, tales como objetivos de distribución, de publicidad, y financieros.

Costes: La determinación de unos límites inferiores por debajo de los cuales no se debe descender, con el objetivo de no poner en peligro la rentabilidad del negocio. A no ser que, perjudicando esta rentabilidad, la empresa desee que el precio juegue un papel estratégico, y ¿cómo? A través de:

- Penetración rápida en el mercado.
- Conseguir establecer relaciones con un nuevo cliente o nuevos segmentos.
- Conseguir experiencia atendiendo a la demanda y capacidad de producción, en relación con la competencia.

Elasticidad de la Demanda: Es el conocimiento del grado de sensibilidad de la venta de un producto, entre cambios experimentados por alguno de los distintos factores internos que actúan sobre ella. Su análisis aportará información sobre posibles oscilaciones en el volumen de ventas de un producto, cuando el precio varía en un determinado porcentaje o cuando se incrementa un presupuesto como, por ejemplo, el de publicidad.

Valor del Producto en los Clientes: Para establecer una política de precios es preciso un buen conocimiento de los comportamientos de compra de los clientes, del valor que para ellos representa el producto vendido y su traducción en el «precio», así como la imagen que se tenga de ellos. No se venden productos, sino «contribuciones a la actividad del cliente». Esta percepción depende, como hemos dicho anteriormente, de

factores objetivos y subjetivos y permite la práctica de precios diferenciados, atendiendo al valor atribuido al producto por los diferentes segmentos del mercado.

Competencia: Las empresas, además de considerar otros factores, establecen sus precios en función de las acciones o reacciones de la competencia. Temas como el alza o baja de precios alcanzan su importancia estratégica en función de las posibles reacciones de los competidores y productos sustitutos y elasticidad de la demanda.

1.8.1 Precios Históricos y Actuales.

Cuadro Nº 46

PICADITA DE EMBUTIDOS (10 PERSONAS)		
	LA ESPAÑOLA	SUIZA
2005	12,21	16,28
2006	12,58	16,78
2007	12,97	17,30
2008	13,95	18,60
2009	15,00	20,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 47

BOCADITOS SAL				
	QUICHE DE TOCINO Y CHAMPIÑONES	EMPANADITAS DE POLLO	VOLOVAN	SANDWICHES DE POLLO EN SALSA DE CHAMPIÑONES.
2005	1,22	0,57	1,34	0,53
2006	1,26	0,59	1,38	0,55
2007	1,30	0,61	1,43	0,56
2008	1,40	0,65	1,53	0,60
2009	1,50	0,70	1,65	0,65

Fuente: IPANEMA

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 48

BOCADITOS DULCE				
	MIL HOJAS	TRUFAS	ALFAJORES	BROCHETA DE FRUTAS
2005	0,41	0,33	0,49	0,33
2006	0,42	0,34	0,50	0,34
2007	0,43	0,35	0,52	0,35
2008	0,47	0,37	0,56	0,37
2009	0,50	0,40	0,60	0,40

Fuente: IPANEMA

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: Mediante la investigación de campo se determina el precio histórico de los productos ofertados por la competencia en el Cantón Rumiñahui, no existe

oferta de Bocaditos de Mariscos y Salsas por ello no es posible determinar precio histórico de este producto.

MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN.

La Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales busca colocar en el mercado un producto diferente, novedoso y que guste a sus clientes, con un estatus de calidad en sus productos y servicios que ofrece la empresa como así también en la calidad de servicio al atender a sus clientes.

La empresa debe ser capaz de obtener esta ventaja competitiva; ya que los clientes buscan tener un servicio de calidad y productos diferenciados al ofertar un tipo de Bocaditos de Mariscos y Salsas los cuales no son conocidos en este mercado y que mediante encuestas se logro determinar un nivel muy alto de aceptación a este tipo de productos.

ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Crear paquetes promocionales en los cuales se incluyan desde productos variados, paquetes con productos y servicios todo incluido, basándose en la competencia, las necesidades de los clientes y temporadas donde existen mayor demanda de nuestros productos y servicios.

El personal tanto administrativo, personal de cocina, personal de eventos como meseros, ayudantes, jefe de evento, que labore en la empresa serán capacitados en diferentes cursos dependiendo su área tales como

liderazgo, relaciones humanas, servicio al cliente, actualización de cocina gourmet, etiqueta y protocolo.

Al brindar un servicio de calidad y diferenciado a nuestros clientes, acorde a sus exigencias esto nos colocará en una posición considerable ante nuestros competidores.

ESTRATEGIA DE PRECIO

La estrategia de precio que se utilizará es la de “**alineamiento**” que consiste en tomar en cuenta el valor medio del mercado. Por lo tanto en función del precio promedio que se oferta actualmente en el mercado, la investigación de campo recogida a través de la encuesta determina que para Bocaditos de Sal y Dulce el precio promedio es de \$ 1,50 ctvs. y se fijará un precio de \$ 0,81 ctvs. C/Bocadito

ESTRATEGIA DE PLAZA

La Productora y Comercializadora de Bocaditos estará ubicada muy cerca de la plazoleta del parque central de Salgolquí es una ventaja competitiva debido a la cercanía que existe para llegar a cualquier lugar del Cantón Rumiñahui.

El mercado donde la empresa se involucrara es pequeño y relativo ya que la mayoría de los ofertantes no ofrecen servicios de meseros y arreglo de mesas usando a nuestro producto como un producto sustituto no tenemos

una competencia directa la cual se encargue de ofrecer y dar un servicio y productos de primera calidad.

La visión de la empresa es expandirse a nivel nacional sin descuidar la calidad de servicio.

ESTRATEGIA DE PROMOCION

Suscribirse a guías y revistas emitidas por el gobierno del Cantón Rumiñahui.

Realizar ofertas y promociones a Colegios, Institutos, Universidades y Empresas en las cuales entreguemos un precio diferenciado en la contratación anual para atender sus eventos sociales.

Diseñar una página web oficial de la empresa en la cual se distinga diferentes tipos de paquetes, ventas por la web mediante tarjetas de crédito, se atenderán opiniones para mejorar tanto en el servicio como en el producto, se ofrecerá información acerca de la visión, misión y objetivos de la empresa e interactuar con el cliente haciéndole conocer los servicios como asesoría estética profesional para el evento social, u ofertas especiales.

Publicitar a la Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales a través de medios de radio, prensa y televisión.

Promocionar mediante trípticos informativos una nueva línea de productos de Bocaditos como también servicios para sus Eventos Sociales

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

Las estrategias a adoptarse en los canales de distribución son:

Distribución Exclusiva: El producto se distribuye en un sólo punto de venta de una determinada región.

Distribución Selectiva: El producto se distribuye en varios puntos de venta de una determinada región.

Distribución Exhaustiva: El producto tiene presencia en la mayor cantidad de puntos de venta de una determinada región²⁰

Análisis: Para el proyecto se utilizará la Distribución Exclusiva, ya que los productos y servicios se distribuirán en un solo punto de venta ubicado en una zona media del Cantón Rumiñahui.

1.8.2 Márgenes de Precios.

“El resultado de un negocio se deduce de la diferencia entre los ingresos y los costos totales asociados con una inversión. En este sentido, el precio o tarifa por cobrar debería ser el que permite cubrir la totalidad de los costos de operación (fijos y variables, de administración, fabricación y ventas, tributarios, etc.),

²⁰ www.monografias.com

otorgada por la rentabilidad exigida sobre la inversión y recuperar la pérdida de valor de los activos por su uso²¹

Los precios de Bocaditos deben estar de acuerdo con el servicio que prestamos así como los precios de los demás ofertantes, por lo que tras un análisis empírico, ya que aún no se deducen costos de Hornos, Maquinarias, Materiales, Mano de Obra, equipos, Costos fijos, etc., con certeza, se ha puesto los siguientes precios estimados:

Cuadro N°49

BOCADITOS:

BOCADITOS PRECIOS	PICADITA DE EMBUTIDOS	BOCADITOS DE SAL	BOCADITOS DE DULCE	BOCADITOS DE MARISCOS Y SALSAS
Precio para 40 unidades/10 personas	\$ 43,60	\$ 32,40	\$ 32,40	\$ 60
Precio Unitario c/u	\$ 1,09	\$ 0,81	\$ 0,81	\$ 1,50

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

²¹ Preparación y Evaluación de Proyectos / Nassir Sapag y Reinaldo Sapag

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

2.1 Tamaño del Proyecto.

“La importancia de definir el tamaño de la empresa radica principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación”²²

2.1.1 Factores Determinantes del Proyecto.

“La determinación de lo que podría considerarse el tamaño óptimo de la inversión responde a un análisis interrelacionado de una serie de variables, entre las cuales se destacan: la demanda, la capacidad financiera del inversionista, la disponibilidad de insumos, entre otros”²³

Los factores condicionantes del tamaño del presente estudio, son:

- El Mercado
- Disponibilidad de los Recursos Financieros
- Disponibilidad de Mano de Obra
- Disponibilidad de Materia Prima, Materiales e Insumos
- Disponibilidad Maquinaria y Equipo.

²² SAPAG CHAIN, "Preparación y Evaluación de Proyectos

²³ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos.

2.1.1.1 El Mercado

“Este análisis permite establecer el balance entre la oferta y la demanda potenciales, determinando la brecha existente, la demanda insatisfecha, la cual será la primera condición para determinar la dimensión de la nueva planta”²⁴

Cuadro N°50

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	746.107	59.284	686.823
2010	769.982	62.426	707.556
2011	794.621	65.735	728.886
2012	820.049	69.219	750.830
2013	846.291	72.888	773.403
2014	873.372	76.751	796.621
2015	901.320	80.819	820.501

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Luis Betancourt

El estudio de mercado llegó a determinar la viabilidad del presente proyecto, vemos la necesidad de la creación de una Productora y Comercializadora de Bocaditos con un servicio de calidad y producto diferenciado, por tanto se pretende iniciar con el 5% de la demanda insatisfecha esto quiere decir que se ajusta a la capacidad de esta empresa con la atención a 680 personas a la semana en el año 2010, a un promedio de 150 personas por evento y 4 eventos por semana.

	Número de Personas
Demanda Insatisfecha	707.556
5%	35.378 anual
Semanal	680

²⁴ Preparación y Evaluación de Proyectos, Econ. Edilberto Meneses

2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

“Los recursos financieros, es el dinero que utiliza la empresa para llevar a cabo sus operaciones. Son los recursos que utilizan para financiar las actividades empresariales, además de los recursos financieros la empresa cuenta con otros elementos como los recursos materiales, recursos tecnológicos, recursos humanos o capital humano, e información...”²⁵

Para la creación de una Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios será necesario determinar el monto a invertir, el 30% será con recursos propios y el 70% mediante un crédito en una institución financiera que ofrezca las mejores condiciones.

Análisis: El siguiente cuadro determina la mejor opción para realizar un crédito Bancario ya sea en la Banca Privada o Pública, en el cuadro se puede apreciar la tasa de interés y el tipo de crédito, este puede ser comercial o micro empresarial, el crédito micro empresarial por el riesgo que corre la entidad financiera al otorgar este tipo de crédito cobran un interés muy alto por tanto se va preferir un **Crédito Comercial** en la banca privada, si comparamos las tasas de interés en estos dos tipos de banca nos damos cuenta que si bien es cierto la banca pública sí brinda una tasa de interés más baja en crédito comercial no obstante la aprobación de crédito es demorosa y difícil de adquirirla y mas a un si la banca pública da mayor apertura al sector agroindustrial.

²⁵ <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080821121005AAEEbMy>

Cuadro N°51

BANCA PÚBLICA			
Banco Nacional del Fomento		Corporación Financiera Nacional	
BNF		CFN	
COMERCIAL	MICRO EMPRESA	COMERCIAL	MICRO EMPRESA
11,20%	20%	11,83%	22,41%

Fuente: <http://www.superban.gov.ec>

Elaborado por: Luis Betancourt *

Cuadro N°52

BANCA PRIVADA					
BCO PICHINCHA		BCO GUAYAQUIL		BCO INTERNACIONAL	
COMERCIAL	MICRO EMPRESA	COMERCIAL	MICRO EMPRESA	COMERCIAL	MICRO EMPRESA
11,83%	33,83%	15,75%	25,50%	11,83%	33.30%
PRODUBANCO		BCO PACÍFICO			
COMERCIAL	MICRO EMPRESA	COMERCIAL	MICRO EMPRESA		
14,03%	25,50%	11,83%	25,50%		

Fuente: <http://www.superban.gov.ec>

Elaborado por: Luis Betancourt *

*Tasas aplicadas a crédito a 5 años.

2.1.1.3 Disponibilidad de Recursos Humanos.

La empresa introducirá al mercado un producto y servicio diferente a lo ofertado en la actualidad para ello será necesario tener el personal competitivo para ocupar las diferentes plazas y a su vez capacitarlos constantemente en varias áreas como: atención al cliente, administrativo, comida gourmet, salubridad e higiene,

entre otras; es decir que se contratará personal calificado de la zona, ayudando al desarrollo del Cantón Rumiñahui. Todos nuestros trabajadores estarán sujetos a los sueldos y beneficios sociales de acuerdo al Código de Trabajo.

Para determinar la disponibilidad de Recurso Humano en el Cantón Rumiñahui nos basamos en Centros de capacitación SECAP para el área administrativa y la bolsa de empleo de la ESPE para el área Administrativa, en las cuales se determino:

Recurso Humano Operativo: En el Cantón Rumiñahui existen centros de capacitación como SECAP que brinda capacitación en el área de pastelería y repostería, donde existe un área de datos para bolsa de empleo con más de 150 ofertas de personal disponible capacitado ofreciendo sus servicios en el área de pastelería, repostería, postilleros, ayudantes de cocina, utileros, entre otros.

Recurso Humano Administrativo: La Bolsa de Empleo de la Escuela Politécnica del Ejército pone a disposición hojas de vida de estudiantes universitarios de los últimos niveles de administración, auditoria y finanzas, egresados e Ingenieros Comerciales y Auditores, para ocupar cargos de administración dependiendo del requerimiento de la empresa.

2.1.1.4 Disponibilidad de Materia Prima, Insumos, Materiales y Servicios Básicos.

“Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, la materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido

una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.”²⁶

MATERIA PRIMA: CUADRO N° 53

MATERIA PRIMA				
PRODUCTO	PROVEEDORES	EXISTE DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO ?	CALIDAD	PRECIO
ESPECIES Y ESENSIAS	BAKELS	No, el producto se lo debe adquirir en Quito	EXCELENTE	\$ 1,30 c/kilo
	LEVAPAN	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,28 c/kilo
ACEITE	ABCALSA	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,28 c/kilo
	DANEC	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 26 c/caneca
	LA FABRIL	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 26 c/caneca
LECHUGA Y VEGETALES	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 0,30 c/kilo
	MEGAMAXI	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 0,55 c/kilo
Pan Rodajas	IPANEMA	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 0,98 c/funda pan
	SUPAN	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,30 c/funda pan
HARINA	MOLINERA MANTA	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 32 qq
	GRUPO SUPERIOR	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 32 qq
LEVADURA	LEVAPAN	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,69 c/kilo
	ABCALSA	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,72 c/kilo
AZÚCAR	MODERNA	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 29 qq
	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 28 qq
SAL	BERMEO ONOFRE CENEFRA	Sí, existen el producto en Sangolquí	MEDIA	\$ 0,28 c/kilo
	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 0,26 c/kilo
HUEVOS	JORGE MARTINEZ	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 2,65 c/cubeta
	INDAVES	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 2,72 c/cubeta
CHOCOLATE	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 3,69 c/kilo
	LEVAPAN	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 4,00 c/kilo
QUESO	TANILAC	Sí, mediante rutas de reparto	MEDIA	\$ 1,45 c/queso 450gr
	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 1,33 c/queso 450gr
LECHE	TANILAC	Sí, mediante rutas de reparto	MEDIA	\$ 0,58 c/litro
	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 0,56 c/litro
CARNE Y MARISCO	MEGAMAXI	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 5,45 c/kilo res
	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 3,60 c/kilo
POLLO Y CERDO	PRONACA	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,35 c/libra
	MEGAMAXI	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 1,40 c/libra
	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 1,30 c/libra

Fuente: Información obtenida mediante proformas anexo3
Elaborado por: Luis Betancourt

²⁶ <http://www.scribd.com/doc/14998597/Concepto-y-definicion-de-materia-prima>

Análisis: Mediante las proformas se obtuvo información de diferentes proveedores para la materia prima de los cuales se ha elegido en el siguiente cuadro un solo proveedor para cada producto tomando en cuenta la calidad, la disponibilidad para el Cantón Rumiñahui, el precio del producto y otros.

CUADRO N° 54

MATERIA PRIMA					
PRODUCTO	PROVEEDORES	EXISTE DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO ?	CALIDAD	PRECIO	ANÁLISIS
ESPECIES Y ESENSAS	LEVAPAN	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,28 c/kilo	Precio, calidad
ACEITE	DANEC	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 26 c/caneca	Disponibilidad, precio, calidad
LECHUGA Y VEGETALES	MEGAMAXI	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 0,55 c/kilo	Calidad, disponibilidad
PAN RODAJAS	IPANEMA	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 0,98 c/funda pan	Calidad, disponibilidad, precio
HARINA	MOLINERA MANTA	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 32 qq	Se elije los dos proveedores por calidad, precio y disponibilidad
	GRUPO SUPERIOR	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 32 qq	
LEVADURA	LEVAPAN	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,69 c/kilo	Precio, calidad
AZÚCAR	MERCADO SANGOLQUÍ	Sí, existen el producto en Sangolquí	BAJA	\$ 28 qq	Precio, y calidad estandar del producto
SAL	BERMEO ONOFRE CENEFRA	Sí, existen el producto en Sangolquí	MEDIA	\$ 0,28 c/kilo	Precio, calidad, disponibilidad
HUEVOS	JORGE MARTINEZ	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 2,65 c/cubeta	Precio, calidad, disponibilidad
CHOCOLATE	LEVAPAN	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 4,00 c/kilo	Precio, calidad
QUESO	TANILAC	Sí, mediante rutas de reparto	MEDIA	\$ 1,45 c/queso 450gr	Precio y calidad estandar del producto
LECHE	TANILAC	Sí, mediante rutas de reparto	MEDIA	\$ 0,58 c/litro	Precio y calidad estandar del producto
CARNE Y MARISCO	MEGAMAXI	Sí, existen el producto en Sangolquí	EXCELENTE	\$ 5,45 c/kilo res	Precio, calidad, disponibilidad
POLLO Y CERDO	PRONACA	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	\$ 1,35 c/libra	Precio, calidad, disponibilidad
Fuente: Información obtenida mediante proformas anexo3					
Elaborado por: Luis Betancourt					

Materiales e Insumos:

Se determinó dos proveedores de Materiales para la empresa los mismos que tienen sede en Quito pero mediante rutas de reparto se puede adquirir el producto directamente a las bodegas de la empresa, de las dos alternativas que observamos en el cuadro Almacenes Espinoza tiene una mayor variedad de productos y un precio más accesible considerando también el mayor tiempo de espera para cancelar los pedidos, se toma a esta empresa como proveedor de materiales para la empresa.

CUADRO N° 55

Materiales				
PRODUCTO	PROVEEDORES	EXISTE DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO ?	CALIDAD	PRECIO
FUNDAS TINAS MOLDES PALILLOS	ALMACENES ESPINOZA	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	Bajos, al por mayor
PAPEL ALUMINIO TARRINAS DE ALUMINIO CUCHARAS Vasos PLATOS DESECHABLES, ETC	EMPORIO COMERCIAL	Sí, mediante rutas de reparto	EXCELENTE	Bajos, dependiendo del producto y el número de vtas al por mayor
Fuente: Información obtenida mediante proformas anexo3				
Elaborado por: Luis Betancourt				

SERVICIOS BÁSICOS:

En el Cantón Rumiñahui existe disponibilidad de todos los servicios básicos en el siguiente cuadro observamos los proveedores, y la calidad de servicio que brindan.

CUADRO N° 56

SERVICIOS BÁSICOS			
SERVICIO	PROVEEDORES	EXISTE DISPONIBILIDAD DEL SERVICIO ?	CALIDAD
AGUA POTABLE	EMMOP	Sí, existen el servicio en Sangolquí	EXCELENTE
LUZ ELÉCTRICA	EEQ	Sí, existen el servicio en Sangolquí	EXCELENTE
TELÉFONO	ANDINATEL	Sí, existen el servicio en Sangolquí	EXCELENTE
INTERNET	ANDINANET	Sí, existen el servicio en Sangolquí	EXCELENTE
Fuente: Información obtenida mediante proformas anexo3			
Elaborado por: Luis Betancourt			

2.1.1.5 Disponibilidad de Maquinarias y Equipos.

“Se define como Maquinarias y Equipos a todos los elementos que se utilizan para la preparación de un producto directa o indirectamente. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final”²⁷

Análisis: El mercado de Maquinarias y equipos para cocina y pastelería es muy reducido en nuestro mercado, existen dos proveedores de maquinarias para pastelería estos proveedores son nacional y extranjero, la maquinaria extranjera es de excelente calidad pero debido a los altos aranceles que cancelan para entrar a laborar en nuestro mercado la diferencia de precios es muy alta por ello se ha escogido a dos empresas nacionales y de excelente calidad las mismas que se resumen en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 57

MAQUINARIAS Y EQUIPOS					
PRODUCTO	PROVEEDORES	EXISTE DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO ?	CALIDAD	GARANTÍA	ANÁLISIS
PARRILLA ELECTRICA INDUSTRIAL LICUADORA INDUSTRIAL REFRIGERADORA INDUSTRIAL 2 PUERTAS BATIDORA INDUSTRIAL BALANZA GRAMOS	MONTERO	No, el producto se lo debe adquirir en Quito	EXCELENTE	SÍ	Precio, calidad y garantía
HORNO GIRATORIO 14 LATAS CONGELADOR INDUSTRIAL COCINA 3 QUEMADORES INDUSTRIAL AMASADOR INDUSTRIAL	ECUAHORNOS	No, el producto se lo debe adquirir en Quito	EXCELENTE	SÍ	Precio, calidad y garantía
Fuente: Información obtenida mediante proformas anexo3					
Elaborado por: Luis Betancourt					

²⁷ <http://www.scribd.com/doc/14998597/Concepto-y-definicion-de-maquinaria>

2.1.2 Optimización del Tamaño.

“La capacidad de producción se define como el volumen, o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando”²⁸

La Empresa brindará un servicio de calidad y diferenciado se considera que se arrancará con el 5% de la demanda insatisfecha; por lo tanto se atenderá semanalmente a 680 personas, a un promedio de 150 personas c/evento por 4 eventos a la semana

Análisis: Para cubrir la demanda de 680 personas con un promedio de 4 Bocaditos por personas la empresas elaborará 2.720 Bocaditos semanales.

La producción de Bocaditos se estima en porcentajes diferentes ya que según la encuesta realizada en el estudio de mercado se determino que las personas prefieren en mayor proporción el consumo de Bocaditos de Mariscos y Salsas a diferencia de los demás, las producciones serian las siguientes:

Cuadro N°58

LINEAS DE PRODUCTOS	%	PRODUCCIÓN DE BOCADITOS AL MES
Picadita de Embutidos	13%	1414
Bocaditos de Sal	16%	1741
Bocaditos de Dulce	17%	1850
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	5875
Totales	100%	10880

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luis Betancourt

²⁸ PRIETO Jorge Elicer, Los proyectos: La razón de ser del presente

Definición de las Capacidades de Producción.

“La capacidad de producción se define como el volumen, o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando”²⁹

Capacidad de Producción Picadita de Embutidos:

La Picadita de Embutidos está conformada de una brochetas de queso, jamón, aceituna, jamón serrano, vinagreta entre otras.

La capacidad máxima de producción es de 60 brochetas de embutidos cada hora entre escoger el producto, el fino corte de los ingredientes, terminando con el congelamiento de las brochetas, por las 8 horas reglamentarias de trabajo se producirían 480 brochetas de Embutidos al día, y tan solo el 14,80% de la capacidad máxima de producción se utilizara para cumplir con 71 brochetas diarias y así cumplir con la demanda de atender a 680 personas semanales.

Capacidad de Producción Bocadoitos de Sal, Dulce y Mariscos:

Para la producción máxima de Bocadoitos, depende de los 20 minutos que demora la cocción en el horno giratorio en donde un una hora el horno se utiliza en su capacidad máxima 2 veces y descansa 20 minutos por tanto el horno trabajaría 16 horneadas por día a su máxima capacidad, el horno es de 14 latas y en cada lata se hornean 20 Bocadoitos esto quiere decir:

$14 \text{ latas} * 20 \text{ Bocadoitos} = 280 \text{ Bocadoitos} * 2 \text{ veces c/hora} = 560 \text{ Bocadoitos c/hora}$

$560 \text{ Bocadoitos} * 16 \text{ horneadas diarias} = \mathbf{8.960 \text{ Bocadoitos diarios (producc.max.)}$

²⁹ PRIETO Jorge Elicer, Los proyectos: La razón de ser del presente.

Por tanto para cumplir la demanda de 87 Bocaditos de Sal, 93 Bocaditos de Dulce, y 294 Bocaditos de Mariscos, esto quiere decir 474 Bocaditos tan solo utilizaremos un 5,29% de la capacidad máxima de producción para cumplir con la atención a 680 personas semanales.

Para saber la producción de las cuatro líneas de productos que tiene el proyecto realizaremos ejemplos de cada una de las 4 líneas de producción estas son:

Producción de Picadita de Embutidos o Brochetas de Embutidos

Producción de Bocaditos de Sal y Dulce (empanaditas rellenas, alfajores, mil hojas, quiche de tocino y champiñones, volován de pollo, tortita de frutas, macarrones, entre otras)

Producción de Bocaditos de Mariscos y Salsas (brochetas de carne en salsa agridulce, brochetas de pollo en salsa agridulce, camarón apanado, camarón en salsa de ajo, alitas bbq, entre otras)

Para poder realizar el cálculo del costo unitario de cada línea de producto es necesario saber en porcentajes cuanto se utilizará en cada línea de producto a continuación se realiza el cálculo respectivo de los CIF Y costos directos de fabricación.

Cuadro N°59

MATERIALES E INSUMOS			
PRESENTACION	%	Materiales e Insumos al año	Materiales e Insumos al mes (\$)
Picadita de Embutidos	13%	1256,14	104,68
Bocaditos de Sal	16%	1546,02	128,84
Bocaditos de Dulce	17%	1642,65	136,89
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	5217,83	434,82
Totales	100%	9.662,64	

Fuente: Estúdio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N°60

SERVICIOS BÁSICOS			
PRESENTACION	%	Servicios Básicos al año (\$)	Servicios Básicos al mes (\$)
Picadita de Embutidos	13%	1333,8	111,15
Bocaditos de Sal	16%	1641,6	136,8
Bocaditos de Dulce	17%	1744,2	145,35
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	5540,4	461,7
Totales	100%	10.260	

Fuente: Estúdio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N°61

UTILES DE OFICINA			
PRESENTACION	%	Útiles de Oficina al año (\$)	Útiles de Oficina al mes (\$)
Picadita de Embutidos	13%	148,68	12,39
Bocaditos de Sal	16%	182,99	15,25
Bocaditos de Dulce	17%	194,42	16,20
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	617,58	51,46
Totales	100%	1143,66	

Fuente: Estúdio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N°62

UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA			
PRESENTACION	%	Útiles de Aseo y Limpieza al año (\$)	Útiles de Aseo y Limpieza al mes (\$)
Picadita de Embutidos	13%	17,11	1,43
Bocaditos de Sal	16%	21,06	1,75
Bocaditos de Dulce	17%	22,37	1,86
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	71,06	5,92
Totales	100%	131,60	

Fuente: Estúdio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N°63

PUBLICIDAD			
PRESENTACION	%	Publicidad al año (\$)	Publicidad al mes (\$)
Picadita de Embutidos	13%	30,94	2,58
Bocaditos de Sal	16%	38,08	3,17
Bocaditos de Dulce	17%	40,46	3,37
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	128,52	10,71
Totales	100%	238,00	

Fuente: Estúdio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N°64

MANO DE OBRA DIRECTA			
PRESENTACION	%	Mano de Obra Directa al año (\$)	Mano de Obra Directa al mes (\$)
Picadita de Embutidos	13%	2340,00	195,00
Bocaditos de Sal	16%	2880,00	240,00
Bocaditos de Dulce	17%	3060,00	255,00
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	9720,00	810,00
Totales	100%	18000,00	

Fuente: Estúdio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N°65

MANO DE OBRA INDIRECTA			
PRESENTACION	%	Mano de Obra Indirecta al año (\$)	Mano de Obra Indirecta al mes (\$)
Picadita de Embutidos	13%	3588,00	299,00
Bocaditos de Sal	16%	4416,00	368,00
Bocaditos de Dulce	17%	4692,00	391,00
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	14904,00	1242,00
Totales	100%	27600,00	

Fuente: Estúdio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: Producción de Picadita de Embutidos.

La Picadita de Embutidos está conformada de una brochetas de queso, jamón, aceituna, jamón serrano, vinagreta entre otras, el proceso de elaboración consiste en escoger el producto, el fino corte de los ingredientes, terminando con el congelamiento de las brochetas, por las 8 horas reglamentarias de trabajo se producirían 480 brochetas de Embutidos al día, y tan solo el 11% de la capacidad máxima de producción se utilizara para cumplir con 54 brochetas diarias y así

cumplir con la demanda de atender a 354 personas semanales, esto quiere decir 1414 brochetas al mes.

Cuadro N°66

Cálculo de Requerimiento Materia Prima.

DETALLE DE MATERIA PRIMA				
BROCHETAS DE EMBUTIDOS (Una mezcla de jamón serrano, quesos, aceitunas, embutidos, entre otras)				
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIA	VALOR TOTAL ANUAL
Lechuga	Unidad	3	0,45	1,35
Queso Gourmet	Unidad 450gr	15	3,75	56,25
Embutidos	c/kilo	124	3,29	407,96
Aceitunas	c/paquete 1000 aceitunas	2	8,35	16,70
TOTAL				482,26

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

CIF = Servicios Básicos + Útiles de Oficina + Útiles de Aseo y Limpieza + M.O.I. + Publicidad

Costo Unitario = Materia Prima + Materiales e Insumos + M. O. Directa + CIF

1071 brochetas de Embutidos al mes

Costo Unitario = 482,26 + 124,07 + 195,00 + 111,15 + 12,39 + 1,43 + 2,58 + 299,00

1.414 brochetas de embutidos al mes

Costo Unitario = \$ 0,87ctvs.

Análisis: El costo total al mes para elaborar 1414 bocaditos de embutidos es de \$1227,88 el costo unitario por cada bocadito seria \$0,87 ctvs. Se estima un precio de venta al público de \$1,09ctvs.

Análisis: Producción de Bocaditos de Sal

Volován de Pollo:

En el cuadro de requerimiento de materia prima se estima que se utilizara 48 qq de harina al año de esto corresponde 4 qq al mes y 1 qq a la semana el cual se utilizara para realizar todos los productos de pastelería (empanaditas rellenas, alfajores, mil hojas, quiche de tocino y champiñones, volován de pollo, tortita de frutas, macarrones, entre otras), para este ejemplo se utilizaran 17 kilogramos de harina al mes, para realizar 6,23 volovanes se utilizara 1 kg de harina por ende 70 kilogramos de harina sirven para elaborar semanalmente 435 volovanes y cubrir una demanda de 1.741 volovanes al mes.

Cuadro N°67

Cálculo de Requerimiento Materia Prima.

DETALLE DE MATERIA PRIMA				
BOCADITOS DE SAL				
(quiche de champiñones y tocino, volován de pollo, sandwich de pollo en salsa de champiñones, mini empanadas rellenas de pollo y carne)				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL (\$)
Especies y Esencias	c/sobre	4	0,50	2,00
Aceite	c/caneca	0,17	26,00	4,42
Manteca	c/bloque 50 kilos	0,17	61,50	10,46
Hojaldrita	c/bloque 5 kilos	1	8,05	8,05
Lechuga	Unidad	3	0,45	1,35
Vegetales	c/kilo	4	2,50	10,00
Pan rodajas	c/funda	15	0,98	14,70
Harina	c/qq	1,67	32,00	53,44
Levadura	c/kilo	2	1,69	3,38
Azúcar	c/qq	0,17	29,00	4,93
Sal	c/kilo	1,67	0,28	0,47
Huevos	c/cubeta	6	2,65	15,90
Quesos de Cocina	Unidad 450gr	7,50	1,45	10,88
Leche	c/litro	8,33	0,58	4,83
Carne	c/kilo	8,33	4,45	37,08
Pollo	c/libra	20	1,35	27,00
Champiñones	c/kilo	2,50	2,10	5,25
Tocino	c/kilo	5	4,80	24,00
TOTAL				238,14

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

CIF = Servicios Básicos + Útiles de Oficina + Útiles de Aseo y Limpieza + Publicidad + M.O.I

Costo Unitario = Materia Prima + Materiales e Insumos + M. O. Directa + CIF

1741 volovanes al mes

Costo Unitario = 238,14 + 128,84 + 240,00 + 136,80 + 15,25 + 1,75 + 3,17 + 368,00

1741 volovanes al mes

Costo Unitario = \$ 0,65 ctvs.

Análisis: El costo total al mes para elaborar 1741 Volovanes de Pollo es de \$1131,95 el costo unitario por cada Volován seria \$0,65 ctvs. Se estima un precio de venta al público de \$0,81ctvs.

Análisis: Producción de Bocaditos de Dulce

Tortita de Frutas:

En el cuadro de requerimiento de materia prima se estima que se utilizará 20 qq de harina al año de esto corresponde 1,66 qq al mes y 0,42q a la semana el cual se utilizará para realizar todos los productos de pastelería relacionados con Bocaditos de dulce (alfajores, mil hojas, tortita de frutas, macarrones, entre otras), así mismo es necesario utilizar hojaldrita para la utilización de bocaditos de dulce,

un bloque de 5 kilos es suficiente para el mes, esto corresponde a 1,25 kilos a la semana para laborar a la semana 463 bocaditos, para este ejemplo se utilizaran 125 kilogramos para laborar los 463 bocaditos para cubrir la demanda de 1850 bocaditos al mes.

Cuadro N°68

Cálculo de Requerimiento Materia Prima.

DETALLE DE MATERIA PRIMA				
BOCADITOS DE DULCE				
(tortita de frutas, mini mil hojas, brocheta de frutas al fondue, mini macarrones)				
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIA	VALOR TOTAL ANUAL
Especies y Esencias	c/sobre	4	0,50	2,00
Aceite	c/caneca	0,17	26,00	4,42
Manteca	c/bloque 50 kilos	0,17	61,50	10,46
Hojaldrita	c/bloque 5 kilos	1	8,05	8,05
Lechuga	Unidad	3	0,45	1,35
Vegetales	c/kilo	4	2,50	10,00
Harina	c/qq	1,67	32,00	53,44
Levadura	c/kilo	2	1,69	3,38
Azúcar	c/qq	0,17	29,00	4,93
Sal	c/kilo	1,67	0,28	0,47
Huevos	c/cubeta	6	2,65	15,90
Chocolate	c/kilo	20	3,10	62,00
Quesos de Cocina	Unidad 450gr	7,50	1,45	10,88
Leche	c/litro	8,34	0,58	4,84
Cerezas	c/kilo	8	3,10	2,58
Frutillas	c/kilo	8	2,90	23,20
Banano	c/racímo	1	15,00	15,00
Uvas	c/kilo	6,67	2,80	18,68
TOTAL				251,58

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

CIF = Servicios Básicos + Útiles de Oficina + Útiles de Aseo y Limpieza + Publicidad + M.O.I

Costo Unitario = Materia Prima + Materiales e Insumos + M. O. Directa + CIF

1850 tortitas de fruta al mes

Costo Unitario = 251,58 + 136,89 + 255,00 + 145,35 + 16,20 + 1,86 + 3,37 + 391,00

1850 tortitas de frutas al mes

Costo Unitario = \$ 0,65 ctvs.

Análisis: El costo total al mes para elaborar 1850 tortitas de frutas es de \$1201,25 el costo unitario por cada bocadito sería \$0,65 ctvs. Se estima un precio de venta al público de \$0,81ctvs.

Análisis: Producción de Bocaditos de Mariscos y Salsas

Brochetas de carne en Salsa Agridulce:

Tomaremos como ejemplo la producción de Brochetas de carne en salsa agridulce, donde se estima que se utilizará 200 kilos de lomo fino de carne al año, donde corresponden 16,67 kilos al mes y 4,17 kilos a la semana, en cada brocheta se utiliza 3 cortes finos de carne con un peso de 20gr cada corte en total una brocheta demanda 60gr de lomo fino por tanto, un kilo de carne sirve para elaborar

17 brochetas multiplicado por 4,17kilos a la semana se elaborarán 71 brochetas a la semana y al mes un total de 284 brochetas de carne en salsa agridulce para cubrir una demanda de 5.875 bocaditos al mes, el restante de Mariscos y Salsas.

Cuadro N°69

Cálculo de Requerimiento Materia Prima.

DETALLE DE MATERIA PRIMA				
BOCADITOS DE MARISCOS Y SALSAS				
(apanaditos de camarón, brocheta de mariscos, minibrocheta de carne y pollo en salsa agridulce, alitas BBQ, pavo en salsa chanberry)				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIA	VALOR TOTAL ANUAL
Especies y Esencias	c/sobre	4	0,50	2,00
Aceite	c/caneca	0,17	26,00	4,42
Manteca	c/bloque 50 kilos	0,17	61,50	10,46
Lechuga	Unidad	3	0,45	1,35
Vegetales	c/kilo	4	2,50	10,00
Harina	c/qq	0,67	32,00	21,44
Azúcar	c/qq	0,17	29,00	4,93
Sal	c/kilo	1,67	0,28	0,47
Leche	c/litro	8,33	0,58	4,83
Carne	c/kilo	16,67	4,45	74,18
Pollo	c/libra	20	1,35	27,00
Alitas de Pollo	c/kilo	30	2,20	66,00
Pavo	c/kilo	5	3,25	16,25
Camarón	c/kilo	8,33	8,35	69,57
Corvina	c/kilo	5	5,70	28,50
Champiñones	c/kilo	2,50	2,10	5,25
TOTAL				346,65

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

CIF = Servicios Básicos + Útiles de Oficina + Útiles de Aseo y Limpieza + Publicidad + M.O.I

Costo Unitario = Materia Prima + Materiales e Insumos + M. O. Directa + CIF

5875 bocaditos

Costo Unitario = 346,65 + 434,82 + 810,00 + 461,70 + 51,46 + 5,92 + 10,71 + 1242,00

5875 bocaditos

Costo Unitario = \$ 0,57 ctvs.

Análisis: El costo total es de \$3.363,26 el costo unitario por cada brocheta de carne seria \$0,57 ctvs. Se estima un precio de venta al público de \$1,50ctvs.

2.2 Localización del Proyecto.

“El estudio de localización del proyecto debe definir claramente cuál será el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”³⁰

2.2.1 Macro localización.

“Es la definición de la zona, región, provincia o área geográfica en la que se localizará la unidad productiva tratando de reducir al mínimo los costos totales.”³¹



Para la creación de la empresa se consideró varias alternativas de localización dentro de la Provincia de Pichincha donde se eligió al Cantón Rumiñahui, se tomó en cuenta a esta parroquia ya que tiene una demanda alta de consumidores, las personas de las demás parroquias elijen a este sector para realizar diferentes

³⁰ BACA URBINA Gabriel, Evaluación de proyectos

³¹ CALDA MOLINA Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos.

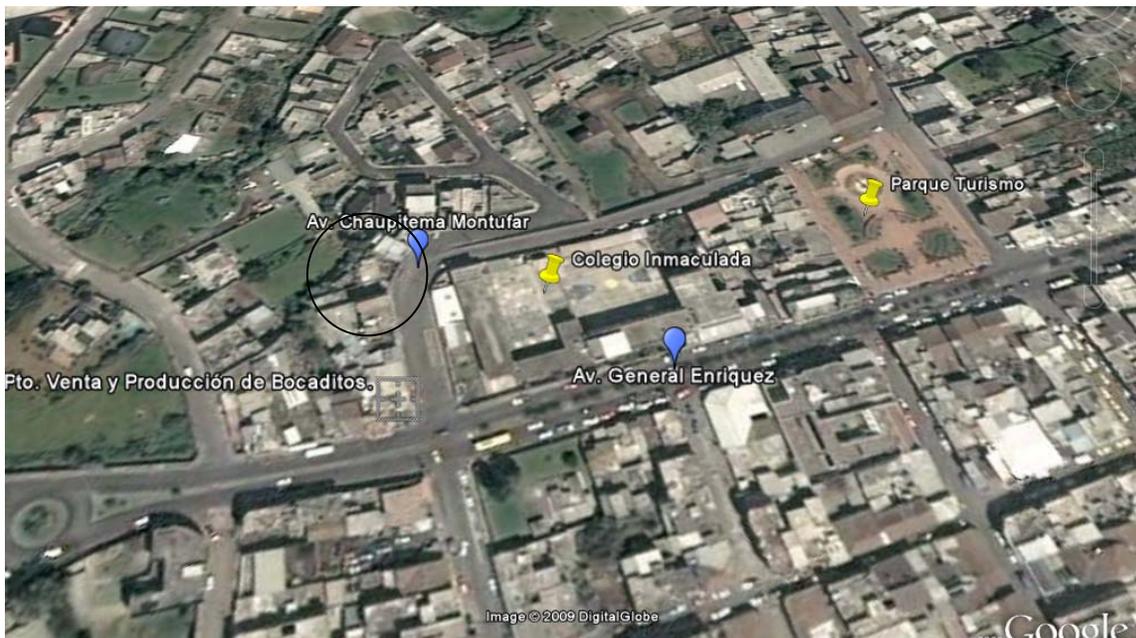
actividades sociales, cuenta con un clima, fauna, flora, gastronomía y paisajes adecuados, que hacen a este lugar adecuado para cualquier compromiso social.

2.2.2 Micro localización.

“El emplazamiento (micro localización), en sí consiste en determinar el terreno concreto donde se va a levantar el proyecto y por consiguiente, debe ser más detallada.”³²

La Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios estará ubicado en la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, Parroquia de Sangolquí, donde se encuentran 2 opciones:

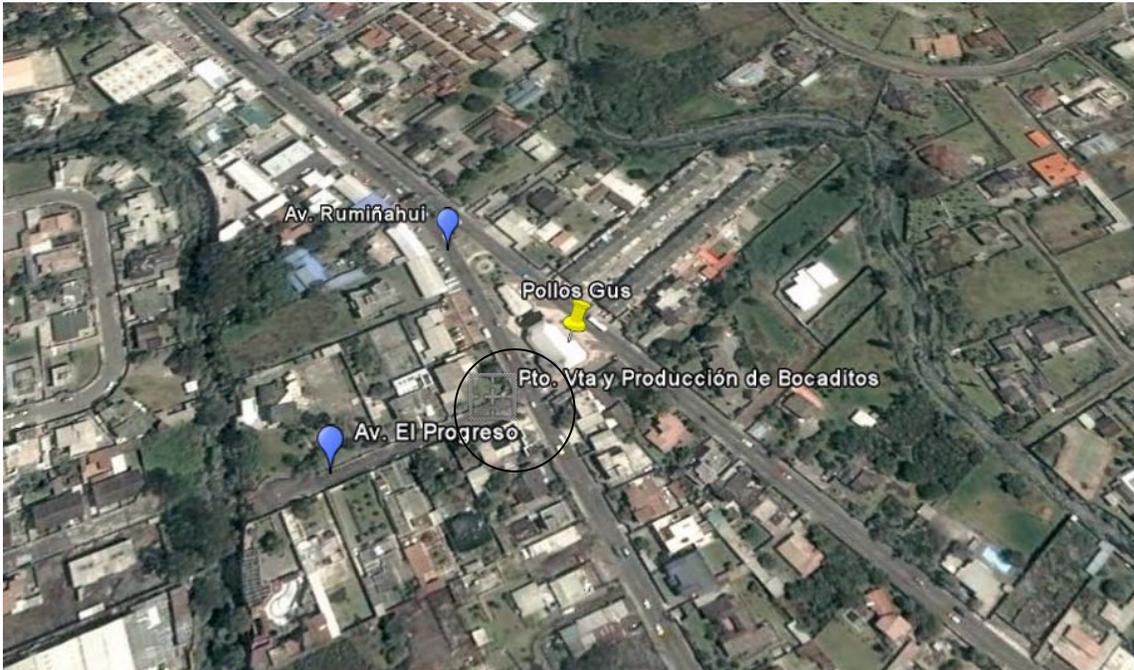
OPCIÓN A.- Av. General Enríquez y Av. Chaupiteña Montufar frente al Colegio Inmaculada.



Fuente: Google Earth

³² ALEGRE F. Jenner, Formulación y Evaluación de proyectos de inversión

OPCIÓN B.- Av. Rumiñahui y El Progreso - San Rafael Frente a Pollo Gus.



Fuente: Google Earth

2.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas.

Transporte y Comunicación.

Las oficinas, Producción y Comercialización de Bocaditos se encuentra ubicado en una zona céntrica y de gran demanda en Sangolquí los principales medios de transporte para llegar a las oficinas son las Cooperativas de Transporte como Amaguaña, Vingala, Condorval, Termasturis, entre otras, si buscamos una opción más personal, los taxis, las vías son de primer orden y son de las más circuladas en toda la parroquia.

El tema comunicación está en perfecto orden ya que la telefonía celular y fija, internet, redes de conexión, están permanente activas para todo tipo de operación o actividad en la zona.

Cercanía a las Fuentes de Abastecimiento.

Todos los implementos y materiales que necesitemos para la continuidad de nuestra actividad de Producción y venta de Bocaditos se encuentran en la Jurisdicción del Sector, hemos escogido proveedores de la zona Sangolquí, Capelo, San Rafael, para tener agilidad y puntualidad a los requerimientos de nuestra empresa.

Cercanía al Mercado (PEA).

La empresa se encuentra en la zona más importante de Sangolquí donde se ubica el Mercado Central de Sangolquí, Centro Comercial River Mall, San Luis Shopping, Parque Turismo, Colegio Inmaculada, Comidas típicas.

La zona bancaria como son: Banco Pichincha, Servipagos, Banco Internacional, Produbanco, Banco de Guayaquil, entre otros bancos, están cerca de nuestra zona de actividades, y por ende miles de personas realizan actividades en todos los lugares mencionados anteriormente.

Disponibilidad Local.

En la parroquia de Sangolquí si existe disponibilidad de locales comerciales para arriendo no obstante lo que la empresa necesita es un local de dos plantas, lo suficientemente grande para ubicar la producción, oficinas y despacho de producto con un pequeño punto de venta para el servicio a Domicilio de Bocaditos, por ello se analizo dos locales el uno ubicado en Chaupiterna Montufar y General Enríquez y el otro local en la Av. Rumiñahui y El Progreso - San Rafael Frente a Pollo Gus

Factores Ambientales

Sangolquí no tiene problemas de contaminación ambiental, ya que se encuentra rodeado por una abundante vegetación, nuestras oficinas tendrán mínimos

problemas de contaminación el ambiente tanto interno como externo de las oficinas no se verá afectado por este factor.

Disponibilidad de Servicios Básicos.

Además de los servicios de agua, luz y teléfono que contará la empresa, servicios como el internet, seguridad como la Policía Nacional, Bomberos, entre otros, serán importantes ya que están cerca de nosotros. Así mismo, se encuentra la zona bancaria con casi todos los bancos constituidos en el Cantón Rumiñahui, colegios, zonas de recreación, zonas comerciales, clínicas, parqueaderos, Escuela Politécnica del Ejército, entre otros servicios, que son de gran importancia para que nuestro cliente esté completamente satisfecho.

Posibilidad de Eliminación de Desechos.

Los desechos que se puedan reciclar serán donados a empresas que vendan papel reciclado, cartones, envases de plástico y/o vidrio, entre otros, mientras los desechos que no se puedan reciclar serán recolectados por la empresa encargada de la Basura.

2.2.2.2 Matriz Locacional

“El diseño de la matriz locacional toma como referencia el Método Cualitativo de evaluación por puntos, que consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignar valores ponderados, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, dependerá del criterio del evaluador”³³

³³ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos.

“A continuación, se procede a asignar una calificación a cada factor en las diferentes alternativas de localización de acuerdo con una escala predeterminada, la cual será multiplicada por el peso asignado a cada factor para obtener una calificación ponderada. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje”³⁴

2.2.2.3 Selección de Alternativa Óptima

Para nuestro caso, la escala que se utilizará será de 1 a 10 la calificación, donde 1 corresponde al puntaje bajo y 10 al puntaje alto. La matriz en la cual se evalúa las alternativas de localización propuestas se la presenta a continuación:

³⁴ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos.

Cuadro Nº 70: Matriz Locacional

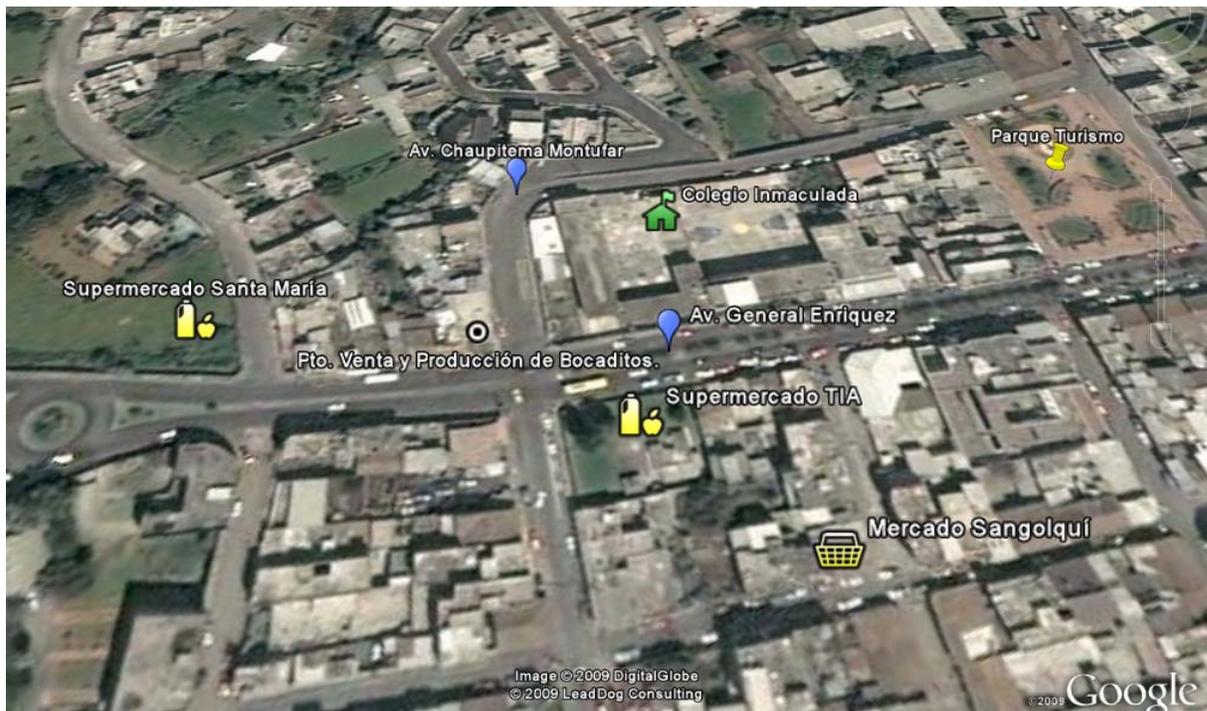
FACTOR	PESO	SANGOLQUÍ Av. Chaupitema Montufar y Av. General Enríquez		SAN RAFAEL Av. Rumiñahui y El Progreso - San Rafael Frente a Pollo Gus	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Cercanía al Cliente	0,30	9	2,70	7	2,10
Transporte y Comunicación	0,1	9	0,90	8	0,80
Fuentes de abastecimiento	0,1	8	0,80	7	0,70
Factores Ambientales	0,05	7	0,35	7	0,35
Servicios Básicos	0,1	9	0,90	9	0,90
Costo Arriendo	0,20	8	1,60	7	1,40
Eliminación de Desechos	0,15	6	0,90	7	1,05
TOTAL	1		8,15		7,30

Elaboración: Luis Betancourt

Una vez realizado los respectivos cálculos de las dos opciones, se ha concluido que la opción más favorable, es en Sangolqui en la Av. Chaupitema Montufar y Av. General Enríquez con 8,15 puntos.

2.2.2.4 Plano de la Micro localización.

La empresa se ubicara en Sangolqui, Av. Chaupitima Montufar y Av. General Enríquez frente al Colegio Inmaculada y diagonal a Comisariatos TIA, en esta zona se puede encontrar Supermercados Santa María, el Mercado de Sangolqui, el Parque Turismo, la Iglesia de Sangolquí, Bancos y centros comerciales.



Fuente: Google Earth

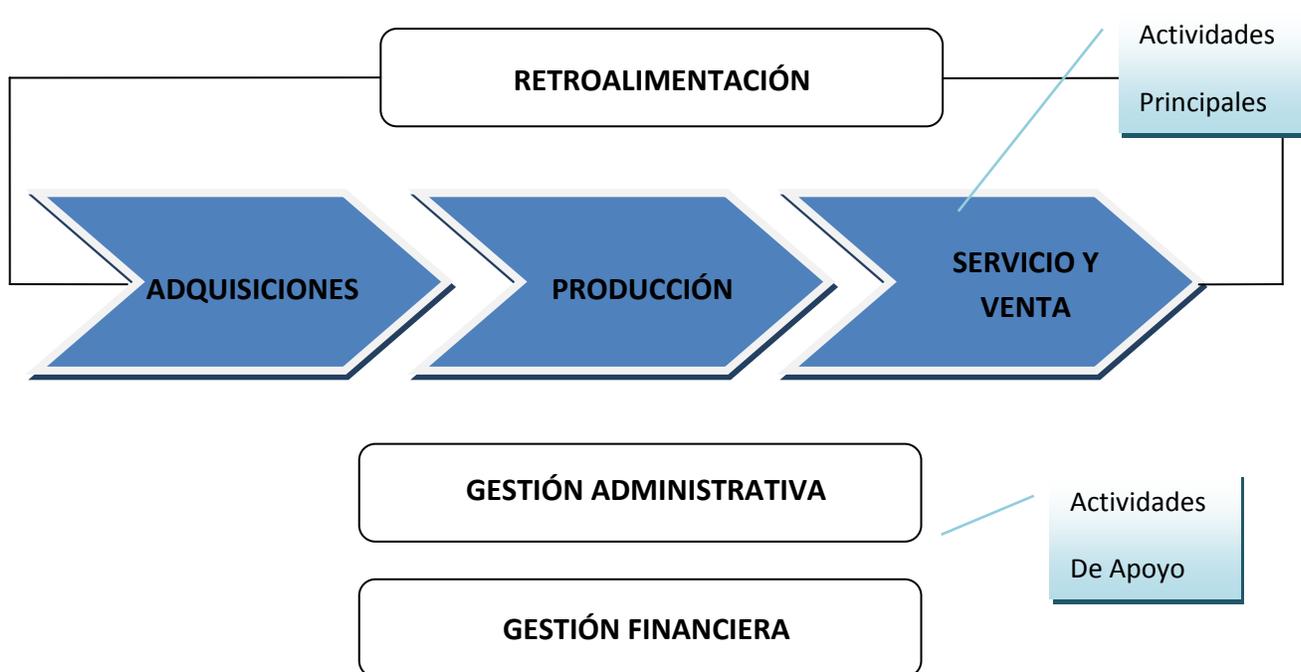
2.3 Ingeniería del Proyecto.

“Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio”³⁵

2.3.1 Cadena de Valor.

“La cadena de valor despliega el valor total, y consiste de las actividades de valor y del margen. Las actividades de valor son las actividades distintas física y tecnológicamente que desempeña una empresa. El margen es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor.”³⁶

GRÁFICO N 31: CADENA DE VALOR



Elaborado por: Luis Betancourt.

³⁵ Fuente: <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/inversion/capitulo4.htm>

³⁶ NICKO GOMERO, Formulación y Evaluación de Proyectos

Análisis: En la gráfica observamos la cadena de valor en donde se refleja el proceso secuencial de la empresa, tenemos las actividades principales relacionando con la adquisición del producto o Materia Prima, la producción de Bocaditos y los servicios que vamos a ofertar conjunto con las ventas, mientras que las actividades de apoyo serán la gestión administrativa y financiera.

2.3.2 Flujograma del Proceso.

Se utiliza una simbología aceptada para representar operaciones efectuadas tenemos:



Significa operación u operación



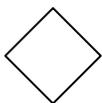
Indica Flujo de información



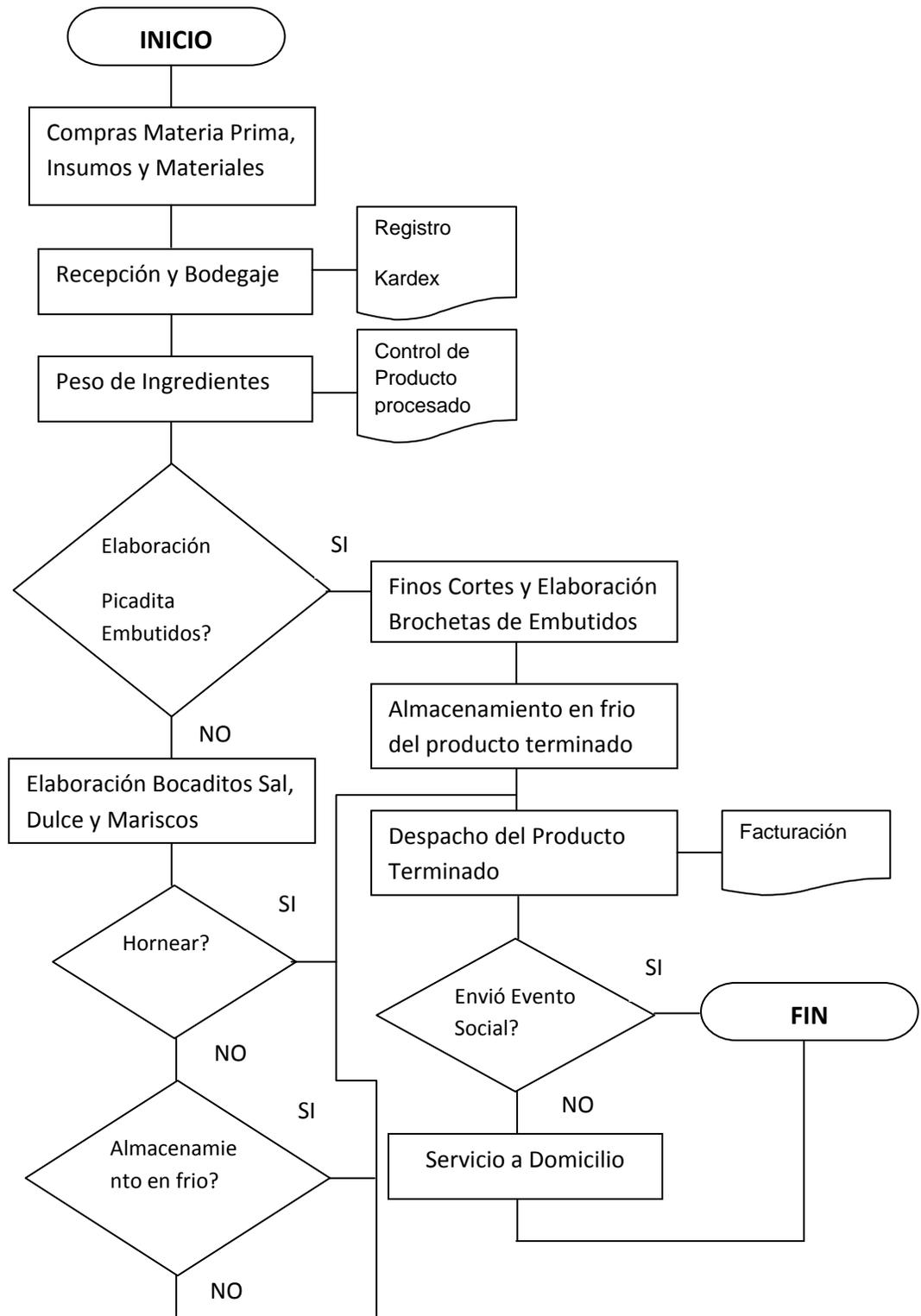
Indica acción o actividad dentro del proceso



Documentos generados en el proceso

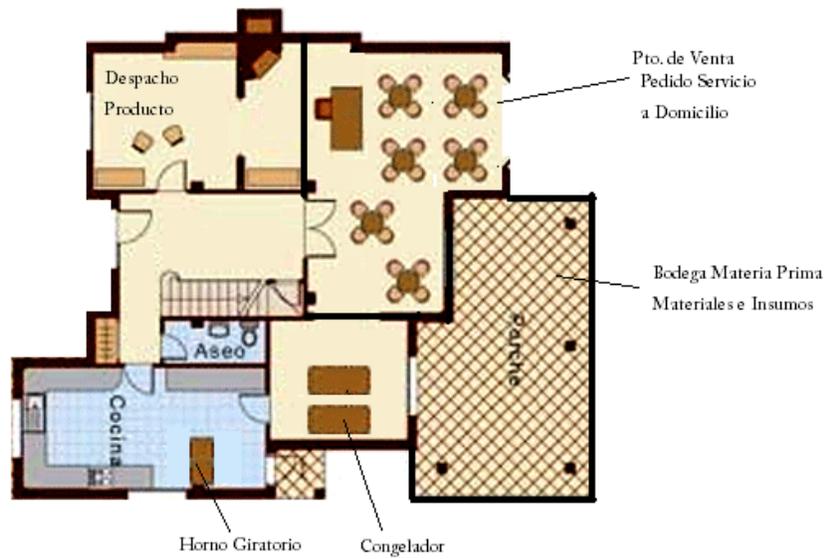


Indica decisión

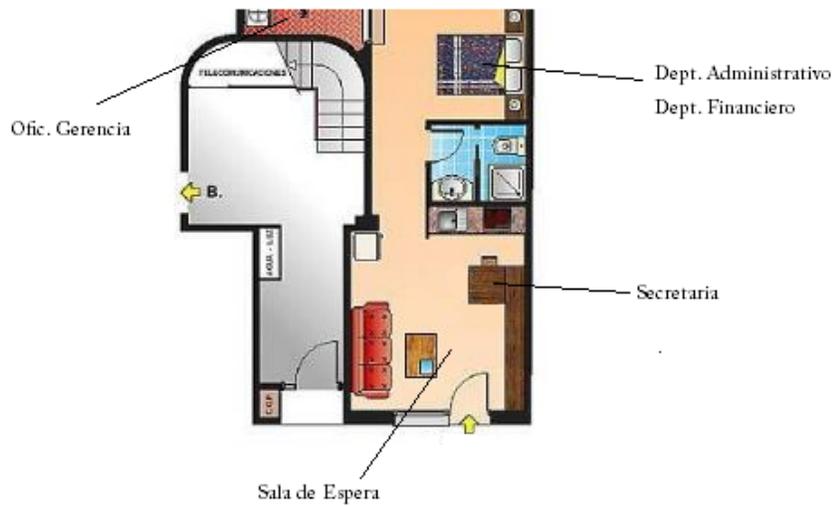


2.3.3 Distribución de Planta.

GRÁFICO N° 32
PLANTA BAJA



PLANTA ALTA



ELABORADO POR: Luis Betancourt.

2.3.4 Requerimiento de Materia Prima.

DETALLE DE MATERIA PRIMA POR LINEA DE PRODUCTO.

CUADRO N°71

DETALLE DE MATERIA PRIMA				
BROCHETAS DE EMBUTIDOS (Una mezcla de jamón serrano, quesos, aceitunas, embutidos, entre otras)				
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Lechuga	Unidad	36	0,45	16,20
Queso Gourmet	Unidad 450gr	180	3,75	675,00
Embutidos	c/kilo	1.484	3,29	4882,36
Aceitunas	c/paquete 1000 aceitunas	25	8,35	208,75
TOTAL				5.782,31

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

CUADRO N°72

DETALLE DE MATERIA PRIMA				
BOCADITOS DE SAL				
(quiche de champiñones y tocino, volován de pollo, sandwish de pollo en salsa de champiñones, mini empanadas rellenas de pollo y carne)				
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Especies y Esencias	c/sobre	48	0,50	24,00
Aceite	c/caneca	2	26,00	52,00
Manteca	c/bloque 50 kilos	2	61,50	123,00
Hojaldrita	c/bloque 5 kilos	12	8,05	96,60
Lechuga	Unidad	36	0,45	16,20
Vegetales	c/kilo	48	2,50	120,00
Pan rodajas	c/funda	180	0,98	176,40
Harina	c/qq	20	32,00	640,00
Levadura	c/kilo	24	1,69	40,56
Azúcar	c/qq	2	29,00	58,00
Sal	c/kilo	20	0,28	5,60
Huevos	c/cubeta	72	2,65	190,80
Quesos de Cocina	Unidad 450gr	90	1,45	130,50
Leche	c/litro	100	0,58	58,00
Carne	c/kilo	100	4,45	445,00
Pollo	c/libra	240	1,35	324,00
Champiñones	c/kilo	30	2,10	63,00
Tocino	c/kilo	60	4,80	288,00
TOTAL				2.851,66

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

CUADRO N°73

DETALLE DE MATERIA PRIMA				
BOCADITOS DE DULCE				
(tortita de frutas, mini mil hojas, brocheta de frutas al fondue, mini macarrones)				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIA	VALOR TOTAL ANUAL
Especies y Esencias	c/sobre	48	0,50	24,00
Aceite	c/caneca	2	26,00	52,00
Manteca	c/bloque 50 kilos	2	61,50	123,00
Hojaldrita	c/bloque 5 kilos	12	8,05	96,60
Lechuga	Unidad	36	0,45	16,20
Vegetales	c/kilo	48	2,50	120,00
Harina	c/qq	20	32,00	640,00
Levadura	c/kilo	24	1,69	40,56
Azúcar	c/qq	2	29,00	58,00
Sal	c/kilo	20	0,28	5,60
Huevos	c/cubeta	72	2,65	190,80
Chocolate	c/kilo	240	3,10	744,00
Quesos de Cocina	Unidad 450gr	90	1,45	130,50
Leche	c/litro	100	0,58	58,00
Cerezas	c/kilo	96	3,10	297,60
Frutillas	c/kilo	96	2,90	278,40
Banano	c/racimo	12	15,00	180,00
Uvas	c/kilo	80	2,80	224,00
TOTAL				3.279,26

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

CUADRO N°74

DETALLE DE MATERIA PRIMA				
BOCADITOS DE MARISCOS Y SALSAS				
(apanaditos de camarón, brocheta de mariscos, minibrocheta de carne y pollo en salsa agridulce, alitas BBQ, pavo en salsa chanberry)				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIA	VALOR TOTAL ANUAL
Especies y Esencias	c/sobre	48	0,50	24,00
Aceite	c/caneca	2	26,00	52,00
Manteca	c/bloque 50 kilos	2	61,50	123,00
Lechuga	Unidad	36	0,45	16,20
Vegetales	c/kilo	48	2,50	120,00
Harina	c/qq	8	32,00	256,00
Azúcar	c/qq	2	29,00	58,00
Sal	c/kilo	20	0,28	5,60
Leche	c/litro	100	0,58	58,00
Carne	c/kilo	200	4,45	890,00
Pollo	c/libra	240	1,35	324,00
Alitas de Pollo	c/kilo	360	2,20	795,00
Pavo	c/kilo	60	3,25	195,00
Camarón	c/kilo	100	8,35	835,00
Corvina	c/kilo	60	5,70	342,00
Champiñones	c/kilo	30	2,10	63,00
TOTAL				4.156,80

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 75: Materia Prima

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL ANUAL (\$)
Especias y Esencias	c/sobre	144	0,50	72,00
Aceite	c/caneca	6	26	156,00
Manteca	c/bloque 50 kilos	6	61,50	369,00
Hojaldrita	c/bloque 5 kilos	24	8,05	193,20
Lechuga	Unidad	144	0,45	64,80
Vegetales	c/kilo	144	2,50	360
Pan rodajas	c/funda	180	0,98	176,40
Harina	c/qq	48	32	1.536,00
Levadura	c/kilo	48	1,69	81,12
Azúcar	c/qq	6	29	174,00
Sal	c/kilo	60	0,28	16,80
Huevos	c/cubeta	144	2,65	381,60
Chocolate	c/kilo	240	3,10	744,00
Quesos de Cocina	Unidad 450gr	180	1,45	261,00
Queso Gourmet	Unidad 450gr	180	3,75	675,00
Leche	c/litro	300	0,58	174,00
Carne	c/kilo	300	4,45	1.335,00
Pollo	c/libra	480	1,35	648,00
Alitas de Pollo	c/kilo	360	2,20	795,00
Pavo	c/kilo	60	3,25	195
Camarón	c/kilo	100	8,35	835,00

Corvina	c/kilo	60	5,70	342,00
Champiñones	c/kilo	60	2,10	126,00
Tocino	c/kilo	60	4,80	288,00
Cerezas	c/kilo	96	3,10	297,60
Frutillas	c/kilo	96	2,90	278,40
Banano	c/racimo	12	15	180,00
Uvas	c/kilo	80	2,80	224,00
Embutidos	c/kilo	1.484	3,29	4.882,36
Aceitunas	c/paquete 1000 aceitunas	25	8,35	208,75
TOTAL				16.070,03

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt.

2.3.5 Requerimiento de Mano de Obra.

Cuadro Nº 76: Tabla de Sueldos

CARGO	Nº	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL 12.15%	APORTE PERSONAL 9.35%	DÉCIMO 13º SUELDO	DÉCIMO 14º SUELDO	FONDOS RESERVA	VACACIONES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Administrador	1	800.00	97.20	-	800.00	218.00	800.00	800.00	800.00	9.600
Asesor Contable	1	600.00	72.90	-	600.00	218.00	600.00	600.00	600.00	7.200
Auxiliar Contable	1	400.00	48.60	-	400.00	218.00	400.00	400.00	400.00	4.800
Chef	1	800.00	97.20	-	800.00	218.00	800.00	800.00	800.00	9.600
Ayudante de Cocina	1	400.00	48.60	-	400.00	218.00	400.00	400.00	400.00	4.800
Ayudante General	1	300.00	36.45	-	300.00	218.00	300.00	300.00	300.00	3.600
Chofer Repartidor	1	250.00	30.38	-	250.00	218.00	250.00	250.00	250.00	3.000
Vendedor	1	250.00	30.38	-	250.00	218.00	250.00	250.00	250.00	3.000
TOTAL									3.800	45.600

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Luis Betancourt

2.3.6 Requerimiento de Maquinaria, Insumos, Servicios y GIF

Cuadro Nº 77: Maquinaria y Equipos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL ANUAL (\$)
Parrilla Eléctrica Indust.	Unidad	1	265	265
Licuada Industrial	Unidad	1	120	120
Refrigerador Industrial	Unidad	1	1650	1650
Batidora Industrial	Unidad	1	80	80
Balanza gr.	Unidad	1	65	65
Horno Giratorio 14 Latas	Unidad	1	8000	8000
Congelador Industrial	Unidad	1	320	320
Cocina 3 quemadores Industrial	Unidad	1	220	220
Amasador Industrial	Unidad	1	450	450
TOTAL				11.170,00

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 78: Equipos de Computación

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL ANUAL (\$)
Combo Computadora	Unidad	3	999,00	2997,00
Fax	Unidad	1	139,00	139,00
Copiadora, Impresora y Escáner	Unidad	2	98,00	196,00
TOTAL				3.332,00

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro Nº 79: Equipos de Cocina

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Sartén Teflón Grande	Unidad	5	12,00	60,00
Utensilios de Cocina Industrial	Unidad	20	2,20	44,00
Juego Cuchillos Industriales	Docenas	3	25,00	75,00
Juego Ollas Industriales	Unidad	6	35,00	210,00
Batidora Mano	Unidad	2	45,00	90,00
Cucharones Industriales	Unidad	10	4,35	43,50
Mesa de Acero Industrial	Unidad	1	99,00	99,00
Utensilios Pastelería	Docena	3	22,30	66,90
Paletones	Unidad	5	3,50	17,50
Bandejas	Unidad	50	4,20	210,00
Tazones	Unidad	5	6	30,00
Juego de Vajillas	Docena	50	25,00	1250,00
Vasos de vidrio	Docena	50	8,00	400,00
TOTAL				2.595,90

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N 80: Materiales e Insumos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Fundas	c/100unidades	288	0,50	144,00
Tinas	Unidad	96	7,00	672,00
Moldes	Unidad	96	1.20	115,20
Palillos para Brochetas	c/100unidades	120	1,35	162,00
Papel Aluminio	c/6,96m ²	96	2,89	277,44
Papel Plástico Enrollado	c/9.29m ²	96	2.30	220,80
Servilletas	c/200 unidades	240	1,65	396,00
Tarrinas de Aluminio	c/100unidades	240	3,20	768,00
TOTAL				2.755,44

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 81: Servicios Básicos y Suministros

INSUMOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	200	2400
Arriendo	400	4800
Teléfono	90	1080
Agua Potable	70	840
Internet	35	420
Combustible	60	720
TOTAL		10.260

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 82: Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Pizarrón de tiza líquida	Unidad	1	11,76	11,76
Mesa Reuniones	Unidad	1	272,16	272,16
Sillas para Oficina	Unidad	3	150,00	450,00
Escritorios para Oficina	Unidad	2	345,00	690,00
Tarros de Basura	Unidad	10	9,00	90,00
TOTAL				1.513,92

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro Nº 83: Útiles de Oficina.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Hojas papel bond 75 Gramos Copilaser A-4	Resma	12	3,80	45,60
Archivador Ideal Azul Oficio	Unidad	12	2,20	26,40
Bolígrafo BIC P/M Negro	Unidad	12	0,18	2,16
Lápiz Peligol HB con Borrador	Unidad	12	0,10	1,20
Borrador Pelikan PZ-20 Artesco	Unidad	12	0,10	1,20
Cinta Transparente 18x25 RICH	Unidad	12	0,18	2,16
Tóner Samsung 2010	Unidad	12	75,00	900,00
Perforadora Artesco Grande	Unidad	2	6,00	12,00
Engrampadora KW 5712 Grande Metal	Unidad	2	10,00	20,00
Dispensador Eagle Chico	Unidad	2	1,00	2,00
Clip Andino	Cajas	2	0,22	0,44
Portaclip Foska Cuadrado	Unidad	2	0,40	0,80
Papelera 3 Servicios Metálica	Unidad	2	11,00	22,00
Film KX-FA57A	Unidad	12	18,00	216,00
Papel Fax Ofifax	Resma	3	1,40	4,20

Post-it Pequeño	Unidad	12	1,75	21,00
Tijera Pituko Mediana	Unidad	2	1,00	2,00
Regla Artesco 30 cm Plástico	Unidad	2	0,15	0,30
Resaltador Faber Varios Colores	Unidad	2	0,35	0,70
Pega Barra 3M 21 Gramos	Unidad	2	1,00	2,00
Calculadora Kenko Escritorio	Unidad	1	3,50	3,50
Corchografo 60x45 Marco Aluminio	Unidad	2	18,00	36,00
Tel Panas Sencillo Blanco	Unidad	1	17,00	17,00
TOTAL				1143,66

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 84: Útiles de Aseo y Limpieza

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Fundas Prakti Cosina 10N 58X71	Unidad	12	1,35	16,20
Papel Higiénico Scott Doble	Unidad	12	0,65	7,80
Pisodix Galón V/Aromas	Litros	12	4,00	48,00
Escoba Cerda Suave de Nylon	Unidad	4	1,75	7,00
Trapeador Brujita Redondo	Unidad	4	2,50	10,00
Guantes Varios Números	Par	12	1,20	14,40
Jabón Líquido Galón	Unidad	4	7,05	28,20
TOTAL				131,60

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 85: PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Afiches	Unidad	1000	0,10	100
Propaganda y difusión	Unidad	12	11,50	138
TOTAL				238,00

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 86: Vehículos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Camioneta Fiat Pickup con cubierta 2010	Unidad	1	12000,00	12000,00
TOTAL				12000,00

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

2.3.7 Determinación de las Inversiones.

El presupuesto de inversiones, se detallan en los rubros pertenecientes a la inversión inicial para poner en funcionamiento el negocio:

Cuadro Nº 87: Estimación de Inversiones

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipos	11.170,00
Equipos de Computación	3.332,00
Muebles y Enseres	1.513,92
Equipos de Cocina	2.595,90
Vehículos	12.000,00
Total Activos Fijos	30.611,82
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	1.200,00
Elaboración Proyecto	1.500,00
Total Activos Diferidos	2.700,00
CAPITAL DE TRABAJO (1 MES DE PRODUCCIÓN)	6.349,89
TOTAL	39.661,71

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: La inversión inicial para poner en marcha el proyecto es de \$39.661,71 de este monto el 30% que corresponde a \$ 11.898,51 será con recursos propios, mientras que el 70% que corresponde a \$ 27.763,20 será financiado mediante crédito Bancario.

Capital de Trabajo:

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año”³⁷.

Se estima que el Capital de Trabajo que se calculará será para un mes de producción.

³⁷ www.monografias.com

Para obtener el capital de trabajo se utilizará el método de ciclo de caja. Se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Total Desembolsos Anuales}}{\text{Rotación Efectivo}}$$

2.3.8 Calendario de Ejecución del Proyecto.

CUADRO N°88

Calendario de Ejecución

Nº	ACTIVIDADES	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT				NOV				DIC				ENE 2010				FEB 2010				MAR 2010				ABR 2010			
								1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración Proyecto	█																																	
2	Trámites Legales																																		
3	Trámites Bancarios																																		
4	Contactos Proveedores																																		
5	Crédito Aprobado																																		
6	Compra Maquinaria																																		
7	Instalación																																		
8	Adquisición Materia Prima																																		
9	Reclutar y Seleccionar Personal																																		
10	Capacitación Personal																																		
11	Marketing y Promoción																																		
12	Funcionamiento																																		

Elaborado por: Luis Betancourt

2.4 Estudio de Impacto Ambiental.

Legislación Vigente

Nos basaremos en la legislación vigente, es decir en la constitución actual que rige al país. Como anexo se adjunta toda la información de la Constitución Política del Ecuador (Anexo N° 4).

Identificación y descripción de los impactos potenciales.

Nuestros desperdicios por parte del sector operativo serán recolectados en fundas de basura y depositados en los carros de recolección de basura; mientras que los desperdicios de papel, cartón, vidrio y plástico por parte del sector administrativo serán donados a instituciones que se encargan de reciclar estos productos.

Medidas de Mitigación.

La empresa es de producirá Bocaditos y brindara servicios para Bocaditos en Eventos Sociales, no es necesario tener medidas de mitigación ya que no estamos elaborando ningún producto que vaya en contra del ambiente de la ciudad de Quito, sin embargo, nos sujetaremos a las ordenanzas municipales que tiene que ver con lo referente a recolección de basura.

CAPÍTULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

“Definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva”³⁸

3.1 Base Legal

Para la constitución de la empresa como Sociedad Anónima se deben acatar los siguientes pasos:

1. Aprobación del Nombre o Razón Social de la Empresa, en la superintendencia de compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es en numerario.
3. Elevar a escritura pública la constitución de la empresa en cualquier notaria.
4. Presentación de 3 escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en las ventanillas.
5. La superintendencia de compañías en el transcurso de 48 horas como máximo puede responder así:

OFICIO

Cuando hay algún error en la escritura

Cuando por su objeto debe obtener afiliaciones previas, tales como: cámara de minería, agricultura, pequeña industria.

³⁸ www.wikipedia.com

Cuando por su objeto debe obtener permisos previos tales como: consejo nacional de tránsito, ministerio de gobierno etc.

Se debe realizar todas las observaciones hechas mediante oficio para continuar con el proceso de constitución y así obtener la resolución.

3.1.1 Constitución de la Empresa

PARA CONTINUAR CON EL PROCESO DE CONSTITUCION

6. Debe publicar en el periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día (se recomienda comprar tres ejemplares de extracto: para registro mercantil, otro para la superintendencia de compañías y otro para la empresa).
7. Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaría donde obtuvo la escritura.
8. Debe obtener la patente municipal (Este requisito no es obligatorio en la constitución de la empresa pero si lo es para el giro social, es decir, cuando empiece a funcionar).
9. Afiliarse a la cámara de comercio.
10. Debe inscribir las escrituras en el registro mercantil para ello debe presentar 3 escrituras con la respectiva resolución de la superintendencia de

compañías ya sentadas razón por la notaria publicación original del extracto y certificado orinal de la cámara de la producción correspondiente.

11. Debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa para ello debe presentar: acta de junta general en donde se nombran al representante legal y administrador, nombramientos originales de cada uno.

12. Debe presentar en la superintendencia de compañías:

Escritura con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías inscrita en el registro mercantil.

Periódico en el cual se publico el extracto (1 ejemplar).

Copias simples de los nombramientos inscritos en el registro mercantil de representante legal y administrador.

Copias simples de cedula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador.

Copias simples del certificado de afiliación a la respectiva cámara.

Formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal.

Copias Simples de Pago de Agua, luz o teléfono.

13. La superintendencia después de verificar que todo este correcto le entrega al usuario:

Formulación del RUC

Cumplimiento de obligaciones y existencia legal.

Nomina de Accionistas

Oficio al Banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital).

14. Obtención del RUC en el servicio de Rentas Internas

15. Registro de la empresa en historia laboral del IESS.

16. Mínimo 2 accionistas y un capital superior a 800 dólares.

3.1.2 Tipo de Empresa (Sector y Actividad)

SECTOR:

Según el Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU) la empresa se encuentra ubicada en el código **CIIU 3** de Industrias Manufactureras, en el **sector 3100**, y **sub sector 3117 de fabricación de productos de panadería**.

Cuadro N°89: Clasificación del CIIU

CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME (CIIU)		
Cod. CIIU	Sector	Sub. Sector
3	3100	3117
Industrias Manufactureras	Fabricación de Prod. Alimenticios, Bebidas y Tabaco	Fabricación de product. de panadería

Fuente: Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

Elaborado por: Luis Betancourt

ACTIVIDAD

La actividad que llevará a cabo “BOCADITOS” tiene como finalidad producir Bocaditos de calidad tipo gourmet, y brindar servicios de meseros, arreglo de mesas y servicio a domicilio de calidad y diferenciado, por lo que se trabajará para satisfacer las necesidades de sus clientes y a su vez generar una utilidad económica para los socios, constituyendo además la generación de empleo y progreso del Cantón Rumiñahui.

3.1.3 Razón Social, logotipo, slogan

Nombre o Razón Social

El nombre de la Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios es “BOCADITOS S.A” la cual se dedicará a ofrecer un producto y servicio de calidad y diferenciado en Bocaditos.

La razón social de la **SOCIEDAD ANONIMA** está formada por lo menos dos o más accionistas, los que responden hasta por el monto de sus aportaciones.

Al nombre asignado, se deberá agregar las palabras “compañía anónima” o “sociedad anónima” o sus respectivas siglas C.A o S.A.

Capital Social

Mínimo será de \$ 800 dólares, dividido en acciones.

Titularidad de Propiedad de la Empresa

Cuadro N° 90: Titularidad de la Empresa

NOMBRE	ACCIONISTAS	CAPITAL SOCIAL	DIVISIÓN CAPITAL	OBLIGACIONES	ADMINISTRACIÓN
Sociedad Colectiva	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Sociedad en Comandita	3	\$ 800	Acción	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Sociedad Anónima	3	\$ 800	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Compañía en Nombre Colectivo	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Compañía de Responsabilidad	3	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios

Limitada					
Compañía Anónima	5	\$ 800	Acción	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Directorio
Compañía en Economía Mixta	2	\$ 800	Acción	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Directorio
Sociedad de Hecho	1	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Junta General de Socios
Empresas Unipersonales	1	\$ 400	Participación	50 % Capital Suscrito y Diferencia en 1 Año	Directorio

Fuente: Ley de Compañías (año 2009)

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: “BOCADITOS S.A.” adoptará la Sociedad anónima; la cual se inscribirá legalmente en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), con cuyo registro se podrán realizar todas las transacciones comerciales.

Se contará con tres personas que responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

El capital de esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a 400 USD. Estará dividido en participaciones de 1 USD

LOGOTIPO



SLOGAN

La empresa está enfocada a un tipo de producto gourmet por ello para el slogan se ve la necesidad de hacer notar la clase de comida y preparación que la empresa ofrecerá.

“EL PLACER DEL GOURMET”

3.2 Base Filosófica de la Empresa

“La filosofía de la empresa está constituida por los elementos preponderantes para construir una cultura organizacional adecuada, estos son: visión, misión, principios y valores; a partir de los cuales devienen los objetivos e ideales de la organización.”³⁹

3.2.1 Visión

La visión es una imagen de la empresa, busca generarse a futuro a través del esfuerzo y acciones conjuntas, constituyéndose en la brújula que guíe el desarrollo de sus actividades con base a la aplicación de los siguientes elementos:

- **Posición en el Mercado:** Líder
- **Tiempo:** 5 años
- **Ámbito del Mercado:** Producir y comercializar Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios
- **Servicio:** Meseros, Arreglo de Mesas y Servicio a Domicilio
- **Valores:** amabilidad, responsabilidad y puntualidad.
- **Principio Organizacional:** Servicio de Calidad y Diferenciado.

³⁹ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

VISIÓN 2014

En el año 2014, ser la Productora y Comercializadora de Bocaditos para Eventos Sociales y Servicios líder en Cocina Gourmet para Eventos Sociales ofreciendo un servicio de calidad y diferenciado con amabilidad, responsabilidad y puntualidad, en el Cantón Rumiñahui; garantizando la satisfacción de nuestros clientes.

3.2.2 Misión

La misión es la razón de existir de una empresa, refleja su razón de ser por medio del cumplimiento de objetivos basados en la aplicación de ciertos elementos, tales como:

- **Naturaleza del Negocio:** Brindar Bocaditos con un estilo de cocina gourmet y variedad en platos.
- **Razón de existir:** Satisfacer la necesidad de contratar Bocaditos para sus Eventos Sociales.
- **Mercado al que sirve:** Población Cantón Rumiñahui
- **Características generales del servicio:** calidad y diferenciado.
- **Posición deseada en el mercado:** líder.
- **Principios y valores:** amabilidad, responsabilidad y puntualidad.

MISIÓN

Brindar Bocaditos con un estilo de cocina gourmet y variedad en platos, con calidad y ofreciendo un servicio diferenciado.

3.2.3 Objetivos Estratégicos

“Los objetivos estratégicos representan los resultados deseados, a largo plazo, hacia los cuales se lanzan o dirigen nuestras acciones:”⁴⁰

Brindar a los clientes un producto de calidad y diferenciado en Bocaditos Gourmet para satisfacer sus necesidades y expectativas.

Mejorar la infraestructura de acuerdo a las sugerencias y requerimientos de los clientes, con la finalidad de hacer más atractiva la imagen de la empresa.

Difundir en el mercado nacional los beneficios que genera este nuevo producto y servicio innovador, a través de una publicidad continua, para atraer un mayor número de clientes.

⁴⁰ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

Recuperar la inversión en un menor tiempo, para posteriormente, obtener una rentabilidad para los socios de la empresa.

3.2.4 Principios y Valores

VALORES

*“Los **valores** se pueden definir como una creencia de lo que es apropiado y lo que no lo es, guían las acciones y el comportamiento de los empleados para cumplir los objetivos de la organización.”⁴¹*

AMABILIDAD: En cada hora del día, brindándola en la calidad de atención a nuestros clientes.

RESPONSABILIDAD: en cada una de las transacciones financieras y en el servicio que prestamos a nuestros clientes.

PUNTUALIDAD: en cada uno de nuestras acciones, dando siempre ha tiempo el servicio y/o bien que el cliente requiriera, además de cumplir con nuestros pagos a los proveedores.

⁴¹ E. NÚÑEZ, Planificación estratégica

PRINCIPIOS

“Los ***principios*** son conceptos fundamentales que apoyan al desarrollo de la administración”⁴².

Eficiencia y rapidez en la prestación al ofrecer cada uno de nuestros productos y servicios.

Innovación y creatividad constante para poder competir con las demás productoras de Bocadoitos.

Trabajar en equipo, logrando así un trabajo bien realizado, mediante la ayuda y colaboración de todos para que la productora y comercializadora llegue a ser líder en el mercado.

3.2.5 Estrategia Empresarial

“Una estrategia es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizativos y para luchar por la misión de la organización”⁴³

⁴² E. NÚÑEZ, Planificación estratégica

⁴³ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

La Estrategia Empresarial de “Bocaditos s.a.” es la de Brindar Bocaditos enfocados a un estilo de cocina gourmet y variedad en platos con un estilo innovador y un servicio diferenciado para de esta manera poder llegar a nuevos mercados y negocios conexos.

3.2.5.1 Estrategia de Competitividad

Cursos de capacitación sobre relaciones humanas, etiqueta / protocolo y liderazgo a los empleados de la empresa para que los clientes se sientan a gusto y no exista ninguna queja.

Con el fin de lograr una retro alimentación positiva referente al servicio y la calidad del producto se realizarán encuestas a los clientes para registrar sus inquietudes y experiencias.

3.2.5.2 Estrategia de Crecimiento

Realizar alianzas estratégicas con empresas que brindan el servicio de banquetes y locales para eventos sociales para de esta manera ofrecerles nuestros productos y servicios.

Desarrollar y ejecutar ideas innovadoras en lo referente al servicio de meseros y arreglo de mesas con una asesoría estética profesional.

Reinvertir las utilidades que se generen en el mejoramiento de los servicios y adecuación de la infraestructura física con el propósito de mantener una ventaja competitiva

3.2.5.3 Estrategia de Competencia

Incrementar las ventas de paquetes de Bocaditos y servicios a través de promociones.

3.2.5.4 Estrategia Operativa

Crear economías de escala con el propósito de producir más tratando de reducir al máximo desperdicios ya sea en materiales o materia prima.

3.3 Estrategia de Mercadotecnia

“La estrategia de mercadotecnia es un tipo de estrategia que define un mercado meta y la combinación de mercadotecnia relacionada con él. Se trata de una especie de panorama general sobre el modo de actuar de una empresa dentro de un mercado”⁴⁴

3.3.1 Estrategia de Precio

La estrategia de precios que se utilizará consiste en ubicar el precio promedio de la competencia y de acuerdo a la investigación realizada el precio que se fijará es de \$0,80 ctvs. Para Bocaditos Sal, Dulce y Picadita de Embutidos, para Bocaditos de Mariscos y Salsas el precio será de \$ 1,50.

Diseñar productos de excelente calidad diferenciándolo de los de la competencia con el fin de que el cliente sienta placer al invertir su dinero en un producto exclusivo.

Hacer un muestreo para el control de calidad de los productos, verificando que cumplan con el 80% de los requerimientos de calidad de la empresa.

⁴⁴ Jerome McCarthy y William Perreault (autores del libro "Marketing Planeación Estratégica

3.3.2 Estrategia de Promoción

Enviar catálogos con información de productos y servicios a los clientes para que conozcan lo que ofrece la empresa.

Enviar muestras a los clientes potenciales por tipo y producto con el fin de dar a conocer a la empresa.

Estar al tanto de las últimas tendencias en arreglo y decoraciones para así ofrecer un servicio mejorado y actualizado constantemente.

Enviar folletos a los clientes con fotos y diseños de nuestros servicios y productos.

3.3.3 Estrategia de Producto y Servicio

Comercializar productos cuyas materias primas sean naturales de manera que su valor agregado sea estar en contraste con los productos tecnológicos.

Crear diseños que reúnan las características de los gustos de los compradores finales para así ofrecer un servicio que vayan de acuerdo a gustos y preferencias.

Dar a conocer el origen Ecuatoriano del diseño de arreglo de mesas para concienciar a los clientes de la exclusividad y exotismo del diseño nacional.

Ofrecer el mismo producto en diferentes tamaños y diseños gourmet para así ajustarse al gusto de los clientes.

3.3.4 Estrategia de Plaza

Los tiempos de entrega de los productos en servicio a domicilio se dará a conocer con anterioridad de manera que el cliente este conforme y tenga conocimiento del tiempo de entrega.

Se respetaran las fechas de contratos para eventos sociales pues la cadena de abastecimiento está planeada de manera que se pueda cumplir todos los contratos.

Por medio del e-business brindar la posibilidad de hacer pedidos fácilmente ya sea para contratos o servicios sin levantarse de su computador este sistema es ágil y económico.

3.3.5 Estrategia de Distribución

La distribución de los materiales para eventos sociales se los hará minimizando espacios muertos en el vehículo para así minimizar costos.

La distribución en el despacho del producto terminado se realizara previa facturación del producto y en orden de salida del producto para así llevar un control exacto del producto que se despacha.

3.4 La Organización

“La Organización se refiere a la estructuración técnica de las relaciones, que debe darse entre las jerarquías, funciones y obligaciones individuales necesarias en un organismo social para lograr su mayor eficiencia”⁴⁵

3.4.1 Estructura Orgánica

La estructura organizacional es el conjunto de unidades y relaciones que integran la empresa.

Para el diseño de una estructura organizacional hay que tomar en cuenta ciertos parámetros como el de definir los tipos de puestos que se deben crear en la empresa, y sobre todo saber encontrar a las personas más adecuadas para cubrir

⁴⁵ A. REYES PONCE, Administración de Empresas

dichos puestos, pues son ellos los pilares de toda organización y quienes harán posibles el logro de los objetivos planteados.

3.4.2 Responsabilidades

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

La Junta General de Socios tendrá las siguientes funciones;

Asistir a las juntas

Cambiar o ajustar los estatutos

Conocer sobre la situación financiera de la compañía

Tomar decisiones trascendentales

GERENCIA GENERAL (Administrador)

La Gerencia General tendrá las siguientes funciones:

Planificar, organizar, dirigir y controlar la administración de la empresa

Cotizar precios con proveedores

Verificar roles de pagos

Elaborar planes estratégicos

Elaborar y aprobar presupuestos

Buscar fuentes de financiamiento

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO / FINANCIERO

El Departamento Administrativo tendrá las siguientes funciones:

ASESOR Y AUXILIAR CONTABLE:

Manejar los inventarios de la empresa.

Pagar Impuestos, Roles de Pagos, entre otros.

Realizar Estados Financieros

Velar por la contabilidad sea llevada de acuerdo a las normas y principios de contabilidad generalmente aceptadas

Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.

Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

Cumplir con las demás funciones que fueren señaladas por la Dirección General.

VENDEDOR:

Mantener el registro de ventas e inventario de productos, base de datos de clientes y más documentos propios de la función.

Informar sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.

Servir y ayudar con amabilidad a los clientes en cualquier requerimiento que este tenga.

Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

Cumplir con las demás funciones que fueren señaladas por la Dirección General.

DEPARTAMENTO OPERATIVO

El Departamento de Operativo tendrá las siguientes funciones:

CHEF:

Ejercer las tareas de Preparación y elaboración de productos.

Llevar oportunamente a conocimiento del administrador problemas que se le presentaren.

Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

Llevar un registro de producción semanal.

AYUDANTE COCINA:

Ejercer las tareas de ayuda en preparación y elaboración de productos.

Llevar oportunamente a conocimiento del chef problemas que se le presentaren.

Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

Ayuda a llevar un registro de producción semanal.

AYUDANTE GENERAL:

Ejercer las tareas de ayuda tanto en el área administrativa como operativa.

Llevar oportunamente a conocimiento del administrador problemas que se le presentaren.

Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

Ejercer las tareas operacionales como de la limpieza patio, áreas de producción, áreas administrativas, etc.

Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.

CHOFER REPARTIDOR:

Ejercer las tareas de distribución del producto tanto a servicio a domicilio como a eventos sociales donde contraten nuestros servicios.

Asistir a las capacitaciones y reuniones a las cuales fueren convocados.
Ejercer las tareas operacionales como de la limpieza y mantenimiento del vehículo.

3.4.3 Perfiles Profesionales

ADMINISTRADOR:

Profesional en administración de Empresas o Ingeniero Comercial.
Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.
Conocimientos de sistemas computacionales.
Relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 25 años.

ASESOR CONTABLE:

Superior en Contabilidad CPA
Mínimo 2 años en puestos similares.
Mayor de 23 años.

AUXILIAR CONTABLE:

Bachiller Contable
Mínimo 2 años en puestos similares.
Mayor de 20 años.

VENDEDOR:

Bachiller

Mínimo 2 años en puestos similares.

Mayor de 20 años.

CHEF:

Profesión Chef con experiencia en cocina gourmet.

Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.

Relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 25 años.

AYUDANTE COCINA:

Estudiante de cocina o escuelas de chefs de los últimos años de la facultad.

No requiere experiencia.

Relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 20 años.

AYUDANTE GENERAL:

Bachiller

Mínimo 1 años en puestos similares.

Mayor de 20 años.

CHOFER REPARTIDOR:

Bachiller.

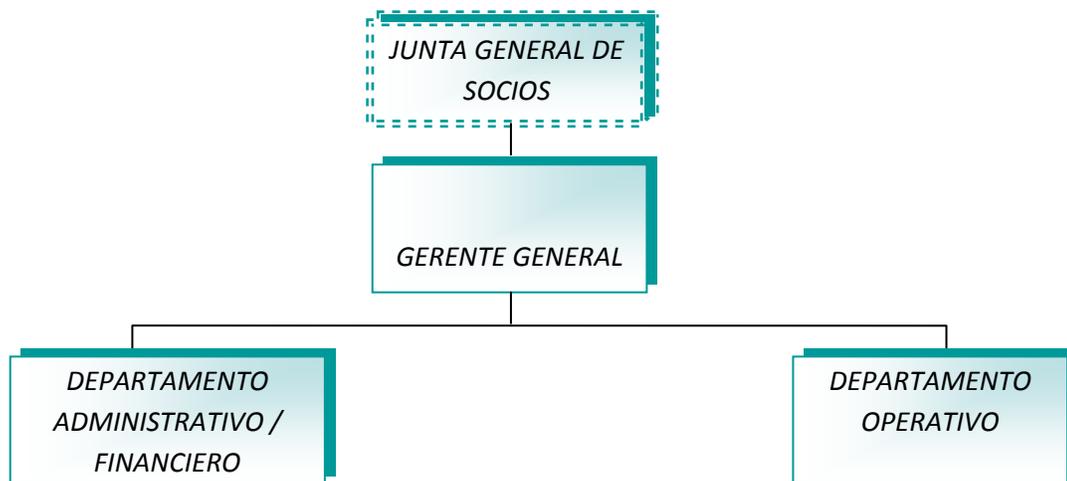
Chofer profesional

Mínimo 1 años en puestos similares.

Mayor de 25 años.

3.4.4 Organigrama Estructural

GRÁFICO N°33: Empresa “BOCADITOS S.A.”



ELABORADO POR: Luis Betancourt.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Presupuestos.

“El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios de mercado y técnico, que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente, la estructura financiera expresada por el balance general proyectado”⁴⁶

En el presente capítulo se efectuará un análisis de los diferentes indicadores financieros, a efectos de establecer la viabilidad del estudio desde el punto de vista económico.

4.1.1 Presupuestos de Inversión.

El presupuesto de inversión tendrá como propósito evaluar y determinar el monto de inversiones en activos fijos, intangibles y el capital de trabajo que requerirá el inversionista para la puesta en marcha del proyecto.

⁴⁶ MENESES, Edilberto; Preparación y evaluación de proyectos

Cuadro No 91

PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipos	11.170,00
Equipos de Computación	3.332,00
Muebles y Enseres	1.513,92
Equipos de Cocina	2.595,90
Vehículos	12.000,00
Total Activos Fijos	30.611,82
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	1.200,00
Elaboración Proyecto	1.500,00
Total Activos Diferidos	2.700,00
CAPITAL DE TRABAJO (1 MES DE PRODUCCIÓN)	6.349,89
TOTAL	39.661,71

Fuente: Proforma

Elaborado por: Luis Betancourt

4.1.1.1 Activos Fijos.

“Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de

servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido”⁴⁷

La inversión en activos fijos se da mediante la utilización de los recursos financieros para la adquisición de bienes tangibles que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto y que son la adquisición de maquinaria y equipos, equipos de oficina, y equipos de computación.

CUADRO N°92
PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipos	11.170,00
Equipos de Computación	3.332,00
Muebles y Enseres	1.513,92
Equipos de Cocina	2.595,90
Vehículos	12.000,00
Total Activos Fijos	30.611,82

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

⁴⁷ Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtml>

CUADRO N°93: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

1. MAQUINARIA Y EQUIPO	VIDA UTIL	VALOR COMPRA	AÑOS				
			UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Parrilla Eléctrica Industrial	10	265,00	26,50	26,50	26,50	26,50	26,50
Licudadora Industrial	10	120,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Refrigeradora Industrial	10	1.650,00	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00
Batidora Industrial	10	80,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Balanza gr.	10	65,00	6,50	6,50	6,50	6,50	6,50
Horno Giratorio 14 latas	10	8.000,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Congelador Industrial	10	320,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
Cocina 3 quemadores Industrial	10	220,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
Amasador Industrial	10	450,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
	Suma:		1.117,00	1.117,00	1.117,00	1.117,00	1.117,00
2. Equipos de Computación							
Equipos de Computación	3	3.332,00	1.110,67	1.110,67	1.110,67	1.110,67	1.110,67
	Suma		1.110,67	1.110,67	1.110,67	1.110,67	1.110,67
3. MUEBLES,ENSERES Y VEHÍCULOS							
Pizarrón de tiza Líquida	10	11,76	1,18	1,18	1,18	1,18	1,18
Mesa Reuniones	10	272,16	27,22	27,22	27,22	27,22	27,22
Sillas para Oficina	10	450,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Escritorios para Oficina	10	690,00	69,00	69,00	69,00	69,00	69,00
Tarros de Basura	10	90,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Camioneta Fiat Pickup 2010	5	12.000,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
	Suma		2.551,39	2.551,39	2.551,39	2.551,39	2.551,39
4. EQUIPOS DE COCINA							
Sartén Teflón Grande	3	60,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Utensilios de Cocina Industrial	3	44,00	14,67	14,67	14,67	14,67	14,67
Juego Cuchillos Industriales	3	75,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Juego Ollas Industriales	3	210,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Batidora Mano	3	90,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Cucharones Industriales	3	43,50	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50
Mesa de Acero Industrial	3	99,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
Utensilios Pastelería	3	66,90	22,30	22,30	22,30	22,30	22,30
Paletones	3	17,50	5,83	5,83	5,83	5,83	5,83
Bandejas	3	210,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Tazones	3	30,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Juego de Vajillas	3	1.250,00	416,67	416,67	416,67	416,67	416,67
Vasos de vidrio	3	400,00	133,33	133,33	133,33	133,33	133,33
	Suma		865,30	865,30	865,30	865,30	865,30
TOTAL DEPRECIACIONES :			5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

CUADRO N°94

MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

1. MAQUINARIA Y EQUIPO	%	VALOR COMPRA	AÑOS				
			UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Parrilla Eléctrica Industrial	2,00%	265,00	5,30	5,30	5,30	5,30	5,30
Licuada Industrial	2,00%	120,00	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40
Refrigeradora Industrial	2,00%	1.650,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
Batidora Industrial	2,00%	80,00	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
Balanza gr	2,00%	65,00	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
Horno Giratorio 14 latas	2,00%	8.000,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Congelador Industrial	2,00%	320,00	6,40	6,40	6,40	6,40	6,40
Cocina 3 quemadores Industrial	2,00%	220,00	4,40	4,40	4,40	4,40	4,40
Amasador Industrial	2,00%	450,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
	TOTAL		223,40	223,40	223,40	223,40	223,40
Equipos de Computación							
Equipos de Computación	2,00%	3.332,00	66,64	66,64	66,64	66,64	66,64
	TOTAL		66,64	66,64	66,64	66,64	66,64
3. MUEBLES,ENSERES Y VEHÍCULOS							
Escritorio	1,00%	11,76	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12
Silla Gerente	1,00%	272,16	2,72	2,72	2,72	2,72	2,72
Mesas	1,00%	450,00	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
Sillas Local	1,00%	690,00	6,90	6,90	6,90	6,90	6,90
Muebles	1,00%	90,00	0,90	0,90	0,90	0,90	0,90
Camioneta Fiat Pickup 2010	1,00%	12.000,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
	TOTAL		135,14	135,14	135,14	135,14	135,14
TOTAL MANTENIMIENTO			425,18	425,18	425,18	425,18	425,18

Fuente: Estudio Financiero / **Elaborado por:** Luis Betancourt

4.1.1.2 Activos Intangibles.

“Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.”⁴⁸

A diferencia de los activos fijos, los activos intangibles no se deprecian sino que se amortizan, es decir que estos gastos son susceptibles de recuperación una vez puesta en marcha las actividades de la nueva empresa. Los activos intangibles están sujetos a amortización en un periodo de 5 años.

El siguiente cuadro detalla la inversión en activos intangibles necesarios para la operación del servicio.

CUADRO N°95
PRESUPUESTO DE ACTIVOS INTANGIBLES

ACTIVOS DIFERIDOS	DETALLE
Gastos de Constitución	1.200,00
Elaboración Proyecto	1.500,00
Total Activos Diferidos	2.700,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis Betancourt

⁴⁸ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

CUADRO N°96

TABLA DE AMORTIZACION

ACTIVO DIFERIDO	%	VALOR INICIAL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	20%	1.200,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Elaboración Proyecto	20%	1.500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
TOTALES			540,00	540,00	540,00	540,00	540,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

4.1.1.3 Capital de Trabajo.

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año.”⁴⁹

El Capital de Trabajo que se calculará a continuación será para un mes de producción.

Para obtener el capital de trabajo se utilizará el método de ciclo de caja. Se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Total Desembolsos Anuales}}{\text{Rotación Efectivo}}$$

⁴⁹ www.wikipedia.com

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{\text{Ciclo de Caja (30 días)}}$$

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{30}$$

Rotación Efectivo = 12 veces rota el efectivo en el año

Total Desembolsos Anuales = Costos + Gastos

Costos = Materia Prima (\$16.070,03)

Gastos = Materiales e Insumos, Servicios Básicos y Suministros, útiles de Oficina, útiles de Aseo y Limpieza, Sueldos, Publicidad.

Gastos = 2.755,44 + 10.260,00 + 1.143,66 + 131,60 + 45.600,00 + 238,00

Gastos = 60.128,70

Total Desembolsos Anuales = 16.070,03 + 60.128,70

Total Desembolso Anuales = **76.198,73**

Capital de Trabajo = 76.198,73

12

CAPITAL DE TRABAJO = \$ 6.349,89

4.1.2 Cronograma de Inversión y Reinversión.

El cronograma de inversiones expresa, los rubros correspondientes de inversiones necesarias para el inicio de las actividades, así como de las reposiciones de los activos fijos que son objeto de depreciación. Por lo que a continuación se detalla el cronograma de inversión:

CUADRO N°97
CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

ACTIVOS	PERIODOS				
	0				
	MESES PERÍODO PREOPERACIONAL			1	2
	-3	-2	-1	3	4
Gastos de Constitución	1.200,00				
Elaboración del Proyecto	1.500,00				
Camioneta Fiat Pickup 2010		12.000,00			
Parrilla Eléctrica Industrial			265,00		
Licuada Industrial			120,00		
Refrigeradora Industrial			1.650,00		
Batidora Industrial			80,00		
Balanza gr			65,00		
Horno Giratorio 14 latas			8.000,00		
Congelador Industrial			320,00		
Cocina 3 quemadores Industrial			220,00		
Amasador Industrial			450,00		
Pizarrón de Tiza Líquida				11,76	
Mesa Reuniones				272,16	
Sillas para Oficina				450,00	
Escritorios para Oficina				690,00	
Tarros de Basura				90,00	
Computador - Impresora - Fax				3.332,00	
Nuevas inversiones (equipos de computacion y equipos de cocina)					5.927,90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

4.1.3 Presupuestos de Operación.

El presupuesto de operación permite hacer un análisis y planificación de la venta de nuestros productos, esto nos servirá para proyectar los resultados obtenidos al final del período.

Dentro de este se planteará un presupuesto de ingresos y un presupuesto de egresos que serán detallados a continuación.

4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos.

Los ingresos operacionales de todo negocio se sustentan en la venta de productos/ servicios. Para la elaboración del presupuesto de ingresos se debe establecer el volumen de ventas por producto y sus precios unitarios, por la vida útil que tiene el proyecto.

CUADRO N°98

PRESUPUESTO DE INGRESOS.

DETALLE	AÑOS				
PRODUCTO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Picadita de Embutidos (CANT)	18.396	18.951	19.522	20.108	20.712
PRECIO U.	1,09	1,09	1,09	1,09	1,09
TOTAL Picadita de Embutidos USD.	20.052	20.657	21.279	21.918	22.576
Bocaditos de Mariscos y Salsas (CANT)	76.416	78.720	81.090	83.528	86.035
PRECIO U.	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
TOTAL Bocaditos de Mariscos y Salsas USD.	114.624	118.080	121.634	125.291	129.053
Bocaditos de Dulce (CANT)	24.057	24.782	25.528	26.296	27.085
PRECIO U.	0,81	0,81	0,81	0,81	0,81
TOTAL Bocaditos de Dulce USD	19.486	20.074	20.678	21.300	21.939
Bocaditos de Sal (CANT)	22.642	23.324	24.027	24.749	25.492
PRECIO U.	0,81	0,81	0,81	0,81	0,81
TOTAL Bocaditos de Sal USD.	18.340	18.893	19.462	20.047	20.648
TOTAL VENTAS BOCADITOS	172.502	177.702	183.052	188.556	194.216
TOTAL PRODUCTOS CANT	141.511	145.777	150.166	154.681	159.324
=TOTAL INGRESOS USD	172.502	177.702	183.052	188.556	194.216

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos.

Nos permitirá determinar los costos fijos y variables, en los que “BOCADITOS S.A” debe incurrir para poder continuar con sus operaciones de un determinado periodo de tiempo.

CUADRO N°99

PRESUPUESTO DE EGRESOS.

CONCEPTO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	CLASE DE COSTO
GASTOS ADMINISTRATIVOS	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80	FIJO
Sueldos y Salarios	24.600,000	24.600,000	24.600,000	24.600,000	24.600,000	
Servicios Básicos y Suministros	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00	
Útiles de oficina	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66	
Amortización Activo Diferido	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	
Depreciaciones	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36	
Mantenimiento	425,18	425,18	425,18	425,18	425,18	
Útiles de Aseo y Limpieza	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60	FIJO
GASTOS DE PRODUCCIÓN	36.825,47	37.390,23	37.971,94	38.571,10	39.188,23	VARIABLE
Sueldos y Salarios	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	
Materia Prima	16.070,03	16.552,13	17.048,69	17.560,16	18.086,96	
Materiales e Insumos	2.755,44	2.838,10	2.923,25	3.010,94	3.101,27	
GASTOS DE VENTAS	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00	
Sueldos ventas	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	
Gastos de publicidad	238,00	238,00	238,00	238,00	238,00	
GASTOS FINANCIEROS	3.284,39	2.627,51	1.970,63	1.313,75	656,88	
Intereses pagados	3.284,39	2.627,51	1.970,63	1.313,75	656,88	
Servicio de la Deuda	5.552,64	5.552,64	5.552,64	5.552,64	5.552,64	
Nuevas Inversiones			5.927,90			
TOTAL EGRESOS	91.645,29	91.553,18	97.405,91	91.420,29	91.380,55	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

4.1.3.3 Estructura de Financiamiento.

La estructura de financiamiento para la inversión inicial del proyecto, será la siguiente:

CUADRO N°100

TABLA DE FINANCIAMIENTO.

Total Inversiones	39.661,71
30% Recursos Propios	11.898,51
70% Financiamiento	27.763,20

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

Los valores correspondientes a la amortización de la deuda, que el proyecto deberá realizar por el pago de intereses y capital a través del financiamiento con el Banco es:

CUADRO N°101

TABLA DE AMORTIZACIÓN: BANCO PICHINCHA

TABLA AMORTIZACION CON DIVIDENDO VARIABLES				
CAPITAL	27.763			
INTERES	12%	0		
PLAZO	5	AÑOS		
No. AÑOS	CUOTA CAPITAL	INTERES PERIODO	DIVIDENDO	SALDO
0				27.763
1	5.553	3.284	8.837	22.211
2	5.553	2.628	8.180	16.658
3	5.553	1.971	7.523	11.105
4	5.553	1.314	6.866	5.553
5	5.553	657	6.210	-
SUMAS	27.763	9.853	37.616	55.526

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

Las garantías para el crédito exigidas por el Banco se detallan en el Anexo 5

4.1.4 Punto de Equilibrio.

“El punto de equilibrio constituye una situación de la empresa, donde el volumen de producción, alcanza a cubrir los costos variables y fijos, sin obtener utilidad alguna.”⁵⁰

⁵⁰ BOLAÑOS, Gastón, La didáctica de los costos

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares la fórmula empleada fue la siguiente:

$$P.E.(\$) = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{I}}$$

En donde:

$P.E. (\$)$ = Punto de equilibrio monetario

CF = Costo fijo

CV = Costo Variable

I = Ingresos

$$P.E.(Q) = \frac{CFT}{PRECIO - CVU}$$

En donde:

$P.E. (Q)$ = Punto de equilibrio en cantidad

CFT = Costo fijo total

CVU = Costo Variable Unitario

Una vez determinados los ingresos que generará el proyecto, así como los costos tanto fijos como variables se procede a calcular el punto de equilibrio en unidades monetarias, el cual se lo presenta en el siguiente cuadro:

CUADRO N°102
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS.

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	72.820	72.163	77.434	70.849	70.192
Sueldos y Salarios	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00
Servicios Básicos y Suministros	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00
Útiles de oficina	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66
Amortización Act. Diferido	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Depreciaciones	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36
Mantenimiento	425,18	425,18	425,18	425,18	425,18
Útiles de Aseo y Limpieza	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60
Intereses pagados	3.284,39	2.627,51	1.970,63	1.313,75	656,88
Servicio de la deuda	5.552,64	5.552,64	5.552,64	5.552,64	5.552,64
Gastos de publicidad	238,00	238,00	238,00	238,00	238,00
Nuevas Inversiones	-	-	5.927,90	-	-
COSTOS VARIABLES	18.825,47	19.390,23	19.971,94	20.571,10	21.188,23
Materia Prima	16.070,03	16.552,13	17.048,69	17.560,16	18.086,96
Materiales e Insumos	2.755,44	2.838,10	2.923,25	3.010,94	3.101,27
VENTAS TOTALES	172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

CUADRO N°103

PUNTO DE EQUILIBRIO \$

TIPO DE PRODUCTO	% INCIDENCIA	PRECIO UNITARIO	COSTO V. UNITARIO	PVP PONDER.	CTO UNI PONDER.	PTO EQ EN UDS.
Picadita de Embutidos	13%	1,09	0,87	0,14	0,11	20.860,01
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	1,50	0,65	0,81	0,35	86.649,27
Bocaditos de Sal	16%	0,81	0,57	0,13	0,09	25.673,86
Bocaditos de Dulce	17%	0,81	0,65	0,14	0,11	27.278,47
TOTALES				1,22	0,67	160.461,62

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

CUADRO N°104

PUNTO DE EQUILIBRIO Q

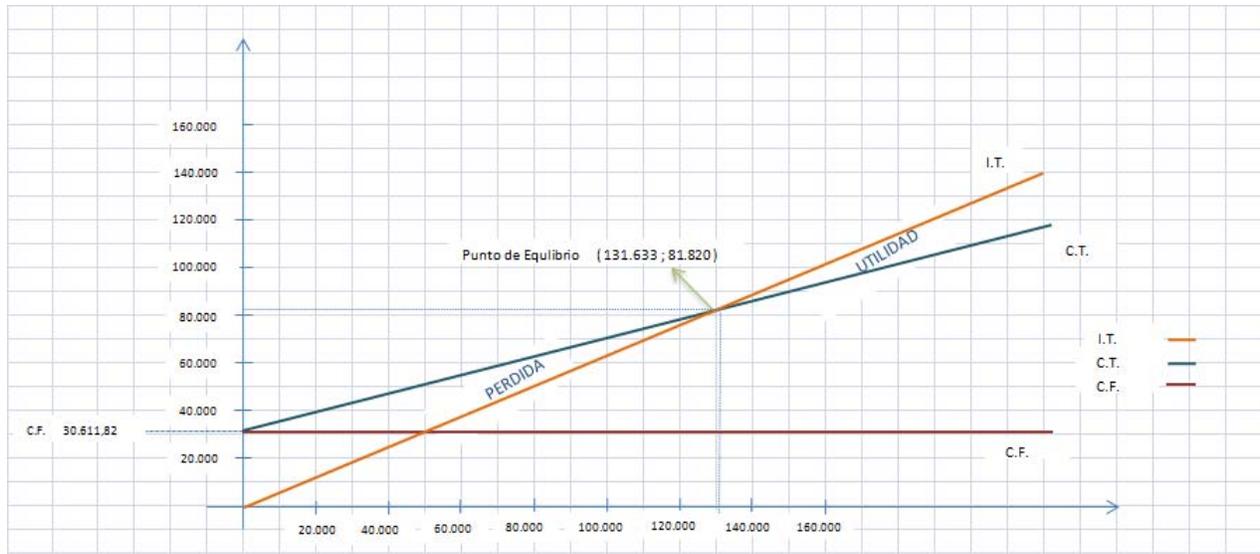
TIPO DE PRODUCTO	% INCIDENCIA	M.C.U. PONDERADO	PTO.EQUILIBRIO EN UNIDADES	COMPROBACIÓN
Picadita de Embutidos	13%	0,03	17.112,40	18.652,51
Bocaditos de Mariscos y Salsas	54%	0,46	71.082,26	106.623,39
Bocaditos de Sal	16%	0,04	21.061,41	17.059,74
Bocaditos de Dulce	17%	0,03	22.377,75	18.125,98
TOTALES		0,5532	131.633,81	160.461,62

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: Para el cálculo del punto de equilibrio se ha basado en el porcentaje de incidencia por línea de producto multiplicado por el precio y costo unitario como resultado el punto de equilibrio en dólares y unidades.

GRÁFICO N°34



PUNTO DE EQUILIBRIO.

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: La empresa se encuentra en su punto de equilibrio cuando produce y vende 131.633 bocaditos, que en dólares representa \$ 81.820.

4.2 Estados Financieros Proyectados.

“Los estados financieros se requieren principalmente para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico. De ahí que la información consignada en los estados financieros deba ser muy confiable.”⁵¹

4.2.1 Del Proyecto.

4.2.1.1 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias).

El estado de resultados del presente estudio, permite conocer la utilidad que generará “BOCADITOS S.A.” para lo cual se presentan los siguientes estados de resultados enfocados sin financiamiento y con financiamiento.

Cuadro N° 105

Estado de Resultados Con Financiamiento

⁵¹ PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Econ. Edilberto Meneses, tercera edición, Pág. 132.

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES	172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
Ventas Bocadoitos	172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
TOTAL INGRESOS	172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
(-) COSTOS DE VENTAS	36.825,47	37.390,23	37.971,94	38.571,10	39.188,23
Materia Prima	16.070,03	16.552,13	17.048,69	17.560,16	18.086,96
Sueldos y Salarios	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Materiales e Insumos	2.755,44	2.838,10	2.923,25	3.010,94	3.101,27
TOTAL COSTO DE VENTAS	36.825,47	37.390,23	37.971,94	38.571,10	39.188,23
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	135.676,68	140.312,17	145.080,41	149.984,55	155.027,97
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80
Sueldos y Salarios	24.600,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00
Útiles de oficina	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66
Amortización Activo Diferido	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Servicios Básicos y Suministros	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00
Útiles de Aseo y Limpieza	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60
Depreciaciones	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36
Mantenimiento	425,18	425,18	425,18	425,18	425,18
TOTAL GTOS ADMINISTRATIVOS	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80
(-) GASTOS DE VENTAS	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00
Sueldos Ventas	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Gastos de publicidad	238,00	238,00	238,00	238,00	238,00
TOTAL GATOS. VENTAS	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00
= UTILIDAD OPERACIONAL	89.693,88	94.329,37	99.097,62	104.001,75	109.045,17
(-) GASTOS FINANCIEROS	3.284,39	2.627,51	1.970,63	1.313,75	656,88
Intereses pagados	3.284,39	2.627,51	1.970,63	1.313,75	656,88
TOTAL GATOS FINANCIEROS	3.284,39	2.627,51	1.970,63	1.313,75	656,88
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	86.409,50	91.701,87	97.126,98	102.688,00	108.388,29
15% Utilidad Trabajadores	12.961,42	13.755,28	14.569,05	15.403,20	16.258,24
= UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	73.448,07	77.946,59	82.557,94	87.284,80	92.130,05
25% Impuesto a la Renta	18.362,02	19.486,65	20.639,48	21.821,20	23.032,51
=UTILIDAD NETA	55.086,06	58.459,94	61.918,45	65.463,60	69.097,54

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

Cuadro N° 106

Estado de Resultados Sin Financiamiento

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES	172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20

Ventas Bocaditos	172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
TOTAL INGRESOS	172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
(-) COSTOS DE VENTAS	36.825,47	37.390,23	37.971,94	38.571,10	39.188,23
Materia Prima	16.070,03	16.552,13	17.048,69	17.560,16	18.086,96
Sueldos y Salarios	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
Materiales e Insumos	2.755,44	2.838,10	2.923,25	3.010,94	3.101,27
TOTAL COSTO DE VENTAS	36.825,47	37.390,23	37.971,94	38.571,10	39.188,23
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	135.676,68	140.312,17	145.080,41	149.984,55	155.027,97
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80
Sueldos y Salarios	24.600,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00	24.600,00
Útiles de oficina	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66
Amortización Act. Diferido	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Servicios Básicos y Suministros	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00
Útiles de Aseo y Limpieza	131,60	131,60	131,60	131,60	131,60
Depreciaciones	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36	5.644,36
Mantenimiento	425,18	425,18	425,18	425,18	425,18
TOTAL GTOS ADMINISTRATIVOS	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80	42.744,80
(-) GASTOS DE VENTAS	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00
Sueldos Ventas	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Gastos de publicidad	238,00	238,00	238,00	238,00	238,00
TOTAL GATOS. VENTAS	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00	3.238,00
= UTILIDAD OPERACIONAL	89.693,88	94.329,37	99.097,62	104.001,75	109.045,17
= UTIL. ANTES PARTICIPACIÓN	89.693,88	94.329,37	99.097,62	104.001,75	109.045,17
15% Utilidad Trabajadores	13.454,08	14.149,41	14.864,64	15.600,26	16.356,78
= UTIL ANTES DE IMPTOS	76.239,80	80.179,97	84.232,97	88.401,49	92.688,39
25% Impto a la Renta	19.059,95	20.044,99	21.058,24	22.100,37	23.172,10
=UTILIDAD NETA	57.179,85	60.134,98	63.174,73	66.301,12	69.516,30

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

Análisis: El Estado de Resultados, refleja un balance positivo para el funcionamiento del proyecto tanto sin financiamiento y con financiamiento; lo cual identifica un crecimiento progresivo en las utilidades netas.

4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos.

“El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.”⁵²

Cuadro N° 107

Flujo Neto de Fondos Con Financiamiento

A. INGRESOS OPERACIONALES	0	1	2	3	4	5
Ventas Bocaditos		172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
TOTAL		172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materia Prima		16.070,03	16.552,13	17.048,69	17.560,16	18.086,96
Materiales e Insumos		2.755,44	2.838,10	2.923,25	3.010,94	3.101,27
Sueldos y Salarios		45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00
Útiles de oficina		1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66
Mantenimiento		425,18	425,18	425,18	425,18	425,18
Servicios Básicos y Suministros		10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00
Útiles de Aseo y limpieza		131,60	131,60	131,60	131,60	131,60
Gastos de publicidad		238,00	238,00	238,00	238,00	238,00
TOTALES		76.623,91	77.188,67	77.770,38	78.369,54	78.986,67
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0	95.878,24	100.513,73	105.281,97	110.186,11	115.229,53
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito largo plazo	27.763,20					
Recuperación del Capital de trabajo						6.349,89
TOTALES	27.763,20	0,00	0,00	0,00	0,00	6.349,89
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		3.284,39	2.627,51	1.970,63	1.313,75	656,88
Servicio de la deuda		5.552,64	5.552,64	5.552,64	5.552,64	5.552,64
15% de Utilidades		12.961,42	13.755,28	14.569,05	15.403,20	16.258,24
25% Impto Renta		18.362,02	19.486,65	20.639,48	21.821,20	23.032,51
Inversión en Activo Fijo	30.611,82			5.927,90		
Inversión en Activo Diferido	2.700,00					
Capital de Trabajo	6.349,89					
TOTALES	39.661,71	40.160,47	41.422,08	48.659,70	44.090,79	45.500,27
FLUJO DE FONDOS	-11.898,51	55.717,77	59.091,66	56.622,27	66.095,32	76.079,15

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

⁵² www.wikipedia.com

Cuadro N° 108

Flujo Neto de Fondos Sin Financiamiento

A. INGRESOS OPERACIONALES	0	1	2	3	4	5
Ventas Bocaditos		172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
TOTAL		172.502,15	177.702,41	183.052,35	188.555,65	194.216,20
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materia Prima		16.070,03	16.552,13	17.048,69	17.560,16	18.086,96
Materiales e Insumos		2.755,44	2.838,10	2.923,25	3.010,94	3.101,27
Sueldos y Salarios		45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00	45.600,00
Útiles de oficina		1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66	1.143,66
Mantenimiento		425,18	425,18	425,18	425,18	425,18
Servicios Básicos y Suministros		10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00	10.260,00
Útiles de Aseo y limpieza		131,60	131,60	131,60	131,60	131,60
Gastos de publicidad		238,00	238,00	238,00	238,00	238,00
TOTALES		76.623,91	77.188,67	77.770,38	78.369,54	78.986,67
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0	95.878,24	100.513,73	105.281,97	110.186,11	115.229,53
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Recuperación Capital de Trabajo						6.349,89
TOTALES	0	0,00	0,00	0,00	0,00	6.349,89
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
15% de Utilidades		13.454,08	14.149,41	14.864,64	15.600,26	16.356,78
25% Impto Renta		19.059,95	20.044,99	21.058,24	22.100,37	23.172,10
Inversión en Activo Fijo	-30.611,82			5.927,90		
Inversión en Activo Diferido	-2.700,00					
Capital de Trabajo	-6.349,89					
TOTALES	-39.661,71	32.514,03	34.194,40	41.850,79	37.700,64	39.528,87
FLUJO DE FONDOS	-39.662	63.364,21	66.319,34	63.431,19	72.485,48	82.050,55

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

4.3 Evaluación Financiera

La evaluación financiera de proyectos se constituye en una etapa de tipo comprobativa y tiene como principal función la de verificar la información y la viabilidad de los datos consignados en el presente estudio.

4.3.1 Determinación de la tasa de Descuento.

“La tasa de descuento es utilizada para calcular el valor presente de un importe futuro. A mayor tasa de descuento, menor precio del instrumento.”⁵³

Del Proyecto (Sin Financiamiento)

La tasa de descuento estimada es de 12%, la misma que se calcula utilizando un 9% correspondiente a los bonos del estado y una tasa de premio al riesgo del 3%.

CUADRO N°109: Tasa de Descuento Sin Financiamiento

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento			
TMAR =	BONOS	+	RIESGO
TMAR =	9,00%	+	3,00%
TMAR =	12,00%		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

⁵³ Chain Nassir Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos

Del Proyecto (Con Financiamiento)

Para determinar la tasa de descuento con financiamiento se ha tomado en consideración el porcentaje de aportación de recursos propios y el crédito.

CUADRO N°110: Tasa de Descuento Con Financiamiento

DETALLE	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
Recursos Propios	30%	12%	3,60%
Financiamiento	70%	17%	11,90%
TMAR GLOBAL			15,50%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

4.3.2 Evaluación Financiera del Proyecto y del Inversionista.

4.3.2.1 Criterios de Evaluación

La evaluación permite comprobar y verificar la información y viabilidad del proyecto en estudio. Sin esta labor se corre el riesgo de aprobar una inversión que probablemente fracasaría.

Métodos de Evaluación:

Dinámicos: Son métodos de evaluación que miden el valor del dinero en el tiempo a través de la TMAR estos son:

Tasa Interna de Retorno (TIR%)

Valor Actual Neto (VAN)

Relación Beneficio Costo (R B/C)

Estáticos: El método de evaluación estático es aquel que refleja el tiempo en el cual el proyecto recupera su inversión inicial, se lo conoce como:

Periodo de Recuperación

4.3.2.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.”⁵⁴

Se realizó el cálculo del TIR aplicando la siguiente fórmula:

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) * \frac{VAi}{VAi - VAs}$$

Donde:

TDi = Tasa de descuento inicial

TDs = Tasa de descuento superior

VAi = Valor actual inicial

Vas = Valor actual superior

El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

⁵⁴ www.wikipedia.com

Si $TIR \geq TMAR \rightarrow$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida.

Si $TIR < TMAR \rightarrow$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida. TMAR representa es el coste de oportunidad⁵⁵.

Si $TIR = TMAR \rightarrow$ El proyecto es Indiferente. La razón es que el proyecto da una rentabilidad igual a la rentabilidad mínima requerida, no genera ni ganancias ni pérdidas.

CUADRO N°111: Tasa Interna de Retorno Sin Financiamiento

AÑOS	BENEFICIO NETO	TASA DESCUENTO		
		28,00%	161,65%	35,00%
0	-39.662	-39.662	-39.662	-39.662
1	63.364	49.503	24.217	46.936
2	66.319	40.478	9.687	36.389
3	63.431	30.246	3.541	25.781
4	72.485	27.003	1.547	21.823
5	82.051	23.880	669	18.298
TOTALES		131.449	0	109.567

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

TIR = 161,65%

⁵⁵ www.wikipedia.com

ANALISIS:

El porcentaje de la tasa Interna de Retorno para que el VAN se haga cero es 161,65% a mayor TIR mayor rentabilidad por ende este indicador financiero nos dice que el proyecto posee un porcentaje alto de rentabilidad.

TIR		TMAR
161,65%	>	12,00%

CUADRO N°112: Tasa Interna de Retorno Con Financiamiento

Años	BENEFICIO NETO	TASA DESCUENTO		
		80,00%	472,99%	75,00%
0	-11.899	-11.899	-11.899	-11.899
1	55.718	30.954	9.724	31.839
2	59.092	18.238	1.800	19.295
3	56.622	9.709	301	10.565
4	66.095	6.296	61	7.047
5	76.079	4.026	12	4.635
TOTALES		57.325	0	61.483

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

TIR = 472,99%

TIR		TMAR
472,99%	>	15,50%

ANALISIS:

El porcentaje de la tasa Interna de Retorno para que el VAN se haga cero es 472,99% a mayor TIR mayor rentabilidad, el porcentaje es alto debido al volumen de ventas que maneja el proyecto.

4.3.2.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

“En términos generales, el Valor Actual Neto es un método de evaluación mediante el cual se mide la viabilidad económica financiera de invertir en un proyecto determinado.”⁵⁶

VAN = Valor actual de entradas del flujo neto de caja – inversión inicial neta.

$$VAN = \frac{(B_0 - C_0)}{(1+i)^0} + \frac{(B_1 - C_1)}{(1+i)^1} + \frac{(B_2 - C_2)}{(1+i)^2} + \dots + \frac{(B_n - C_n)}{(1+i)^n} - IIN$$

Donde:

Bn = Beneficio del año n

Cn = Costo o egreso del año n

⁵⁶ www.wikipedia.com

B_n – C_n = Beneficio neto obtenido en el año n.

Los resultados que servirán para tomar decisiones, pueden ser los siguientes:

1. Si VAN > 0, el proyecto se debe aceptar.
2. Si VAN = 0, el proyecto no se acepta, resulta mejor escoger otras alternativas de inversión, ya que esa no genera beneficio alguno.

Si VAN < 0, el proyecto no vale la pena, ya que las otras alternativas de inversión arrojan mayor beneficio.

Cuadro Nº 113: Valor Actual Neto Sin Financiamiento

Año	INGRESOS	EGRESOS	BENEFICIO	ING. ACTULES	EGRE. ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES
0		39.662	-39.662		39.662	-39.662
1	172.502	109.138	63.364	149.353	94.492	54.861
2	177.702	111.383	66.319	133.208	83.494	49.714
3	183.052	119.621	63.431	118.804	77.636	41.168
4	188.556	116.070	72.485	105.953	65.222	40.731
5	200.566	118.516	82.051	97.577	57.659	39.918
TOTALES						226.391
VAN						186.730

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

ANALISIS:

Con un escenario sin financiamiento se logra obtener un VAN mayor que 0; es decir que la rentabilidad después de recuperar la inversión es de \$ 186.730,00

Cuadro N° 114: Valor Actual Neto Con Financiamiento

Año	INGRESOS	EGRESOS	BENEFICIO	ING. ACTULES	EGRE. ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES
0		11.899	-11.899		11.899	-11.899
1	172.502	116.784	55.718	149.353	101.112	48.240
2	177.702	118.611	59.092	133.208	88.912	44.296
3	183.052	126.430	56.622	118.804	82.055	36.749
4	188.556	122.460	66.095	105.953	68.813	37.140
5	200.566	124.487	76.079	97.577	60.564	37.013
				TOTALES		203.438
				VAN		191.540

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

ANALISIS:

El VAN con el escenario con financiamiento, es mayor que 0; es decir que la rentabilidad después de recuperar la inversión es de \$ 191.540,00

4.3.2.1.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

“La relación Beneficio/costo está dada por la relación de los Ingresos y los Egresos calculados.

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.”⁵⁷

$$B/C = \sum_{t=1}^n \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

Cuadro Nº 115: Beneficio/Costo Con Financiamiento

AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES
0	-	11.899	-11.899
1	149.353	101.112	48.240
2	133.208	88.912	44.296
3	118.804	82.055	36.749
4	105.953	68.813	37.140
5	97.577	60.564	37.013
SUMA	604.893	413.354	203.438
	R. B/C		1,46

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

⁵⁷ www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm - 56k

ANALISIS:

La relación beneficio/costo con financiamiento es mayor que 1, ya que los ingresos son mayores que los egresos, por lo que el proyecto es rentable, ya que por cada dólar invertido se obtendría de beneficio \$0,46 centavos de dólar.

Cuadro Nº 116: Beneficio/Costo Sin Financiamiento

AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES
0	-	39.662	-39.662
1	149.353	94.492	54.861
2	133.208	83.494	49.714
3	118.804	77.636	41.168
4	105.953	65.222	40.731
5	97.577	57.659	39.918
SUMA	604.893	418.164	226.391
	R. B/C		1,45

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

ANALISIS:

La relación beneficio/costo sin financiamiento es mayor que 1, ya que los ingresos son mayores que los egresos, por lo que el proyecto es rentable, ya que por cada dólar invertido se obtendría de beneficio \$0,45 centavos de dólar.

4.3.2.1.4 Periodo de Recuperación.

“Este método permite determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.”⁵⁸

Para el cálculo del Período de Recuperación, se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo Neto Actualizado del Primer Año}}{\text{Flujo Neto Actualizado del Siguiete Año}}$$

Cuadro Nº 117: Periodo de Recuperación Con Financiamiento

Año	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES	ACUMULADO
0	-	11.899	-	-
1	172.502	116.784	55.718	55.718
2	177.702	118.611	59.092	114.809
3	183.052	126.430	56.622	171.432
4	188.556	122.460	66.095	237.527
5	200.566	124.487	76.079	313.606
			PR	1,40 AÑOS

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

ANALISIS:

La inversión inicial se recupera en 1,40 años que corresponde a 1 año con 5 meses tal como se lo puede observar en el cuadro.

Cuadro Nº 118: Periodo de Recuperación Sin Financiamiento

⁵⁸ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES	ACUMULADO
0	-	39.662	-	-
1	172.502	109.138	63.364	63.364
2	177.702	111.383	66.319	129.684
3	183.052	119.621	63.431	193.115
4	188.556	116.070	72.485	265.600
5	200.566	118.516	82.051	347.651
			PR	1,53

AÑOS

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

ANALISIS:

La inversión inicial se recupera en 1,53 años, que corresponde a 1 año con 5 meses tal como se lo puede observar en el cuadro.

4.3.2.1.5 Análisis de Sensibilidad

“El análisis de sensibilidad revela el efecto que tienen las variaciones sobre la rentabilidad en los pronósticos de las variables relevantes. La evaluación del proyecto será sensible a las variaciones de uno o más parámetros sí, al incluir estas variaciones en el criterio de evaluación empleado, la decisión inicial cambia. La importancia de este análisis se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados.”⁵⁹

Se ha considerado variaciones en los siguientes rubros:

Disminución en Precio de Venta.

Disminución en el Volumen de Ventas.

Incremento en el Costo de Insumos.

⁵⁹ N. SAPAG, Preparación y Evaluación de Proyectos

Incremento en Sueldos.

Cuadro N° 119: Análisis de Sensibilidad

VARIABLES	TIR %	VAN \$	PRRI	PRRI (AÑOS)	PRRI (MESES)	R B/C	RESULTADO
Proyecto	472,99%	191.540	1,40	1	5	1,46	Viable
Precio de venta (-51%)	8,26%	-3.118	-7,84	-7	-10	0,99	No Viable
Volumen de ventas (-50%)	16,62%	482	5,87	5	10	1,00	Muy Sensible
Costo Materia Prima (+25%)	451,51%	182,606	1,40	1	5	1,43	Viable
Sueldos (+20%)	423,72%	173.026	1,41	1	5	1,40	Viable

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Luis Betancourt

ANALISIS:

Una de las estrategias a considerar ante una posible disminución del precio de venta es bajar los costos directos e indirectos, para controlar el precio final.

Si el volumen de ventas disminuye una de las estrategias a tomar sería la promoción y ofertas del producto, crear paquetes o combos todo incluido con el fin de incentivar el consumo del producto.

Ante un posible aumento del costo de la Materia Prima una de las estrategias a seguir sería el cambio de proveedores con el fin de mantener el precio del producto.

Si los sueldos se aumentan radicalmente la tendencia es a tener un proyecto no viable por ende una de las estrategias a considerar será mantener una productividad creciente mediante bonificaciones y comisiones por nivel de ventas para así crear una proporción al incremento de sueldos.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones: Resultados del Estudio

La investigación de mercado determinó que el 89,13% de los encuestados hará uso del producto que ofrecerá la empresa lo que implica un mercado potencial alto.

Los resultados de la investigación de mercado determinan que el proyecto es viable.

El tamaño del proyecto determinó que se pretende iniciar con el 5% del total de la demanda insatisfecha para el año 2010 esto quiere decir que se ajusta a la capacidad de esta empresa con la atención de 680 personas a la semana.

La nueva empresa estará ubicada en un sitio estratégico en la Provincia de Pichincha en el Cantón Rumiñahui, parroquia de Sangolquí, Av. Chaupitema Montufar y Av. General Enríquez frente al colegio Inmaculada y contará con todos los recursos necesarios para operar.

Los resultados de la evaluación financiera demuestran que el proyecto es rentable.

5.2 Recomendaciones

El proyecto debe ser ejecutado de forma inmediata, ya que no solo cumple con los requisitos de viabilidad y rentabilidad, sino que también generará fuentes de trabajo.

Promover la difusión del Producto por medio de Fuentes de información como prensa, radio, páginas web, como estrategia de promoción a fin de incentivar el crecimiento del mercado a nivel nacional.

Brindar un producto / servicio de calidad y diferenciado orientado hacia la satisfacción entera de las necesidades y requerimientos de los clientes.

ANEXOS

ANEXO 1: Superintendencia de Bancos consulta microcrédito y Crédito Comercial



BANCA PÚBLICA			
Banco Nacional del Fomento		Corporación Financiera Nacional	
BNF		CFN	
COMERCIAL	MICRO EMPRESA	COMERCIAL	MICRO EMPRESA
11,20%	20%	11,83%	22,41%

BANCA PRIVADA					
BCO PICHINCHA		BCO GUAYAQUIL		BCO INTERNACIONAL	
COMERCIAL	MICRO EMPRESA	COMERCIAL	MICRO EMPRESA	COMERCIAL	MICRO EMPRESA
11,83%	33,83%	15,75%	25,50%	11,83%	33,30%
PRODUBANCO		BCO PACÍFICO			
COMERCIAL	MICRO EMPRESA	COMERCIAL	MICRO EMPRESA		
14,03%	25,50%	11,83%	25,50%		

ANEXO 2: Amortización Banco Pichincha

TABLA AMORTIZACION CON DIVIDENDO VARIABLES

CAPITAL	25.108			
INTERES	0,12		0	
PLAZO	5	AÑOS		
No. AÑOS	CUOTA CAPITAL	INTERES PERIODO	DIVIDENDO	SALDO
0				25.108
1	5.022	2.970	7.992	20.087
2	5.022	2.376	7.398	15.065
3	5.022	1.782	6.804	10.043
4	5.022	1.188	6.210	5.022
5	5.022	594	5.616	-
SUMAS	25.108	8.911	34.019	50.217

ANEXO 3: Proveedores

MATERIA PRIMA:

LEVAPAN				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Especies y Esencias	c/sobre	144	\$ 0,50	\$ 72,00
Levadura	c/kilo	48	\$ 1,69	\$ 81,12
Chocolate	c/kilo	240	\$ 3,10	\$ 744,00

Megamaxi				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Lechuga	Unidad	144	\$ 0,45	\$ 64,80
Vegetales	c/kilo	144	\$ 2,50	\$ 360,00
Carne	c/kilo	300	\$ 4,45	\$ 1.335,00

Pronaca				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Pollo	c/libra	480	\$ 1,35	\$ 648,00

Molinera Manta				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Harina	c/qq	48	\$ 32,00	\$ 1.536,00



MAQUINARIA Y EQUIPOS:

MONTERO Y ECUAHORNOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL ANUAL
	MEDIDA		UNITARIO	
Parrilla Eléctrica Indust.	Unidad	1	265	265
Licuada Industrial	Unidad	1	120	120
Refrigerador Industrial	Unidad	1	1650	1650
Batidora Industrial	Unidad	1	80	80
Balanza gr.	Unidad	1	65	65
Amasador Industrial	Unidad	1	450	450
Congelador Industrial	Unidad	1	320	320
Cocina 3 quemadores Industrial	Unidad	1	220	220
Horno Giratorio 14 Latas	Unidad	1	8000	8000

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN:

TECNOMEGA				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL ANUAL
	MEDIDA		UNITARIO	
Combo Computadora	Unidad	3	999	2997
Fax	Unidad	1	139	139
Copiadora, Impresora y Escáner	Unidad	2	98	196

MATERIALES E INSUMOS:

ALMACENES ESPINOZA				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL ANUAL
	MEDIDA		UNITARIO	
Sartén Teflón Grande	Unidad	5	12	60
Utensilios de Cocina Industrial	Unidad	20	2,20	44
Juego Cuchillos Industriales	Docenas	3	25	75
Juego Ollas Industriales	Unidad	6	35	210
Batidora Mano	Unidad	2	45	90
Cucharones Industriales	Unidad	10	4,35	43,5
Mesa de Acero Industrial	Unidad	1	99	99
Utensilios Pastelería	Docena	3	22,3	66,9
Paletones	Unidad	5	3,5	17,5
Bandejas	Unidad	50	4,2	210
Tazones	Unidad	5	6	30
Fundas	c/100unidades	288	0,5	144
Tinas	Unidad	20	7	140
Moldes	Unidad	20	1,20	24
Palillos para Brochetas	c/100unidades	192	1,35	259,2
Papel Aluminio	c/6,96m ²	96	2,89	277,44
Papel Plástico Enrollado	c/9,29m ²	96	2,30	220,8
Servilletas	c/200 unidades	240	1,65	396
Tarrinas de Aluminio	c/100unidades	288	3,2	921,6
Juego de Vajillas	Docena	50	25	1250
Vasos de vidrio	Docena	50	8	400

ANEXO 4: Legislación Vigente estudio de Impacto Ambiental

Según la XX Constitución del Estado en su artículo 395, expresa lo siguiente:

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

Art. 396.- El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño.

En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas.

La responsabilidad por daños ambientales es objetiva. Todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de

restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas.

Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente.

Las acciones legales para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles.

Art. 397.- En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a:

1. Permitir a cualquier persona natural o jurídica, colectividad o grupo humano, ejercer las acciones legales y acudir a los órganos judiciales y administrativos, sin perjuicio de su interés directo, para obtener de ellos la tutela efectiva en materia ambiental, incluyendo la posibilidad de solicitar medidas cautelares que permitan cesar la amenaza o el daño ambiental materia de litigio. La carga de la prueba sobre la inexistencia de daño potencial o real recaerá sobre el gestor de la actividad o el demandado.

2. Establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales.
3. Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente.
4. Asegurar la intangibilidad de las áreas naturales protegidas, de tal forma que se garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas de los ecosistemas. El manejo y administración de las áreas naturales protegidas estará a cargo del Estado.
5. Establecer un sistema nacional de prevención, gestión de riesgos y desastres naturales, basado en los principios de inmediatez, eficiencia, precaución, responsabilidad y solidaridad.

Art. 398.- Toda decisión o autorización estatal que pueda afectar al ambiente deberá ser consultada a la comunidad, a la cual se informará amplia y oportunamente. El sujeto consultante será el Estado. La ley regulará la consulta previa, la participación ciudadana, los plazos, el sujeto consultado y los criterios de valoración y de objeción sobre la actividad sometida a consulta.

El Estado valorará la opinión de la comunidad según los criterios establecidos en la ley y los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Si del referido proceso de consulta resulta una oposición mayoritaria de la comunidad respectiva, la decisión de ejecutar o no el proyecto será adoptada por resolución debidamente motivada de la instancia administrativa superior correspondiente de acuerdo con la ley.

Art. 399.- El ejercicio integral de la tutela estatal sobre el ambiente y la corresponsabilidad de la ciudadanía en su preservación, se articulará a través de un sistema nacional descentralizado de gestión ambiental, que tendrá a su cargo la defensoría del ambiente y la naturaleza.

ANEXO 5: Requisitos Préstamo Comercial Banco Pichincha



Requisitos Solicitante:

- No tener calificación “E” en el Buro de Crédito.
- Tener calificación de “A” o “B” en el Buro de Crédito.
- Estabilidad Laboral mínimo 2 años.
- Manejo estable de cuenta de ahorros o corriente.
- Solicitud de Crédito.

Requisitos Garante:

- Dos garantes no familiares directos.
- Tener calificación de “A” o “B” en el Buro de Crédito.
- Garante con bien inmueble como garantía no hipotecado y mayor al monto solicitado.
- Garante con estabilidad laboral mínimo dos años.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA Y CITADA: Links de Internet

LIBROS:

PHILIP Kotler: Fundamentos de Mercadotecnia, cuarta edición, Editorial McGrawHill.

SAPAGA Reinaldo: Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición.

NARRES Malhotra: Investigación de mercados un enfoque aplicado, cuarta edición, Editorial McGrawHill.

MENESES Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos.

BACA Gabriel: Evaluación de proyectos, cuarta edición, Editorial McGrawHill.

MANTILLA Farid: Un Enfoque a la Investigación de Mercado.

SAPAG Chain: Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición, Editorial McGrawHill.

PRIETO Jorge Elicer: Los proyectos: La razón de ser del presente, Ediciones Ecoe.

BENJAMÍN Enrique: Organización de empresas, Editorial McGrawHill.

CALDA Marco: Preparación y Evaluación de Proyectos.

LEYES:

Ordenanzas Municipio Rumiñahui

Ley Medio Ambiental

Normatividad Sanitaria

REVISTAS:

Revista Líderes

INTERNET:

www.monografias.com

www.wikipedia.com

www.ruminahui.gov.ec

ww.bce.fin.ec

www.mintrab.gov.ec/