

Proyecto

por Macias Guaranda

Fecha de entrega: 16-ago-2019 03:40p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1160725708

Nombre del archivo: PROYECTO_FINAL_SIN_TABLAS_NI_GRAFICOS.docx (86.28K)

Total de palabras: 5376

Total de caracteres: 28795

INTRODUCCIÓN

El desarrollo urbano y comercial de la ciudad de Guayaquil ha generado oportunidades de negocio para MIPYMES de distinta índole, este trabajo presenta una propuesta para la creación de una Microempresa que brinda servicios de alimentación saludable y entrega a un segmento específicos de clientes que por su ritmo de vida y situación laboral tienen necesidades específicas, el negocio se enfoca en atender el sector Noreste de la Ciudad de Guayaquil en el que la Autopista Terminal Terrestre Pascuales se constituye en un eje de desarrollo, residencial, comercial e industrial.

Por las características del negocio, se considera importante contar con un amplio target de clientes, por ende, los principales clientes de Delicias Express serán aquellas personas que sienten la necesidad de buscar nuevas alternativas de consumo de alimentos debido a los contratiempos que les ocasionan sus responsabilidades diarias.

Al hablar del servicio de alimentación el negocio se enfoca en atender a trabajadores del sector privado o público que laboran en el área de la autopista Terminal Terrestre Pascuales, no residen cerca de sus lugares de trabajos, comprendidos entre los 25 hasta los 31 años y se preocupan por la calidad de su alimentación y el tiempo que disponible para ello.

La propuesta es conocer e identificar cuáles son las necesidades de los clientes potenciales y satisfacer la creciente demanda, brindando una dieta balanceada con la ayuda profesional de nuestro Chef y por supuesto nuestro valor agregado un postre nutritivo y saludable llamado "Parfait Fit". Además, la ventaja competitiva es la diferenciación en el servicio, entregar el producto a hogares, oficinas o al lugar donde se encuentre la persona de manera rápida y eficaz ahorrando tiempo e inclusive dinero con precios accesibles al mercado.

CAPÍTULO 1

1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Delicias Express atiende una problemática identificada en la ciudad de Guayaquil, ya que al momento de almorzar personas que trabajan en centros comerciales, urbanizaciones, empresas de distinto tipo no cuentan con lugares cercanos para satisfacer adecuadamente sus necesidades, razón por la cual, la empresa se centra en abarcar la autopista vía a terminal terrestre pascuales llamada también vía Narcisa de Jesús para la entrega de alimentos cumpliendo con cada uno de los requerimientos que el cliente solicite, ofreciéndoles alimentos que cumplan con las normas de sanidad y calidad en el tiempo de su elaboración, lo cual el cliente no necesita salir de su oficina o casa para adquirir el producto, sino que el producto llegará en el menor tiempo posible para que se lo pueda servir en el rango de temperatura adecuado.

La Microempresa está en capacidad de brindarle al cliente un producto personalizado en el caso que lo requiera, además de ofrecerlo a un precio que es accesible a todas las personas que conforman ese sector de la ciudad, mostrando como un valor agregado o diferenciación un postre, el cual será elaborado con productos de alta calidad, necesarios para llevar una vida equilibrada y saludable, estimulando a las personas a que adquieran el hábito de alimentarse de la manera correcta.

Los principales clientes son las personas que se encuentran laborando en el sector, y al público en general que solicite nuestro servicio ya que mediante el delivery o entrega a domicilio se puede llegar hasta el lugar que el cliente lo solicite.

Una de las principales actividades del negocio es que se enviará cada semana el menú a los clientes mediante el uso de la tecnología, teniendo como medio principal el WhatsApp, donde el cliente podrá realizar su pedido con un tiempo prudencial a la entrega del producto, pero si desea algo más personalizado, debe comunicarse con 2 o 3 horas de anticipación para la elaboración adecuada, así el producto llegará a la hora acordada a las manos del cliente.

1.2. Misión

Somos una Microempresa enfocada en brindar el servicio a domicilio, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes con el firme propósito de ofrecerles productos que cumplan sus aspiraciones de bienestar, nutrición y placer.

1.3. Visión

Ser un negocio líder reconocido a nivel nacional por su creatividad, innovación y calidad del producto, respondiendo satisfactoriamente las necesidades de nuestros clientes, adaptándonos a los parámetros que establezcan.

1.4. Objetivo General

Brindar servicios de alimentación saludable y entrega a domicilio en la ciudad de Guayaquil.

1.5. Objetivos Específicos

- ✓ Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- ✓ Identificar el posicionamiento e imagen de la marca Delicias Express.
- ✓ Conocer las necesidades específicas sobre la logística, distribución y el servicio post venta de los clientes.



CAPÍTULO 2

2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1. Análisis del mercado

El comportamiento del consumidor evoluciona constantemente, hace unos años atrás se enfocaba en variables como el precio y la calidad percibida, hoy en día con la cantidad de información disponible, la influencia del internet y las redes sociales, nuevas dinámicas de interacción social, las condiciones de vida de la población han cambiado de manera significativa podemos hablar de un consumidor experto, más exigente e informado para tomar decisiones en función de sus necesidades y deseos. (Philip-Klother & Gary-Armstrong, 2003)

La importancia de la clase de media en nuestro país con nuevos modelos y expectativas de consumo, las familias en la que ambos padres trabajan sin duda alguna son las más preocupadas por la buena alimentación, es por ello que están en constante búsqueda de alimentos saludables. (Mauricio-Bonilla, Pozo-Eugenio, & Mayorga-Toro, 2018)

Para ello, en base al estudio realizado mencionamos algunas características del segmento de consumidores que el negocio propone atender en la ciudad de Guayaquil:

1. Responsable y sofisticado.
2. Deportistas.
3. Gente muy visual
4. Consumidores que gustan de lo novedoso, diferente y que las ayude a proyectarse “bien ante los demás”.

2.2. Mercado de la demanda

Según datos tomados por la INEC el 24,4% del gasto de los hogares es destinado a la adquisición de Alimentos y Bebidas no alcohólicas, seguido por transporte con el 14,6% del gasto. (INEC, 2012)

Debemos considerar que en el sector que se va a enfocar la Microempresa es en la Vía Terminal Terrestre Pascuales en donde habitan 74.932 habitantes aproximadamente.

Además, tomamos en consideración que el 48% del gasto de consumo de los hogares tiene como sitio de compra las Tiendas de barrio, bodegas y distribuidores, le sigue en porcentaje los Mercados y ferias libres. (INEC, 2012)

Por ende, la oportunidad de competir en este mercado es interesante ya que las personas suelen visitar plazas comerciales, además las motivaciones del consumidor en cuanto a la salud, el placer y conveniencia siguen siendo factores que más mueven su estilo de vida.

Por consiguiente, nuestra principal ventaja competitiva será brindar planes nutricionales con precios acorde al estatus económico de los clientes, brindándoles una asesoría personalizada por parte de nuestro chef y entrega a domicilio, con el único objetivo de ofrecer al consumidor diferenciación y valor agregado por el precio que está pagando.

El segmento al que nos enfocamos es en la ciudad de Guayaquil en la autopista vía a terminal terrestre pascuales llamada también vía Narcisca de Jesús en el centro comercial Oasis y sus alrededores como las urbanizaciones: Veranda, La perla, Romareda, Mucho Lote 2, Jardines del rio y Cuidad del maestro, entre otras, ya que es un mercado que crece cada vez más y sobre todo han evolucionado hacia un concepto más responsable sofisticado.

2.3. Investigación de Mercado

2.3.1. Tipo de Investigación

Descriptiva

En la metódica (Fontaines, 2012) afirma que se “Busca establecer mediante un análisis detallado de la realidad estudiada, las características, frecuencias, composición, funcionamiento del objeto estudiado, sin realizar ningún tipo de modificación de la realidad inicial. El producto de esta investigación es una descripción detallada y fundamentada de las evidencias encontradas” (pág. 126).

Propositiva

(Fontaines, 2012) “Son aquellas que generan una propuesta para solventar una situación deficitaria que detentan mediante la aplicación de un diagnóstico, sirviéndose de múltiples recursos de orden multidisciplinario para llegar a cubrir sus requerimientos”. (pág. 127)

En el presente proyecto se aplica la investigación descriptiva y propositiva.

Descriptiva porque en primera instancia se describe la realidad analizando las variables sin modificaciones combinada con la propositiva, ya que permitirá proponer un plan de negocios en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales logrando de esta manera solventar las carencias de la población.

2.3.2. Población y Muestra

Población

El alcance de estudio abarcó aproximadamente 74.932 habitantes de la Vía Terminal Terrestre Pascuales.

Muestra

Se ha considerado la aplicación de una encuesta a 383 personas que habitan en la Autopista Terminal Terrestre en la ciudad de Guayaquil, mediante la siguiente fórmula:

2.3.3. Técnicas e instrumentos utilizados

Las técnicas de investigación son los procedimientos y medios que hacen operativa la metodología propuesta (Pulido, 2015, p. 1143) cuyos resultados nos permitirán conocer la opinión de los consumidores sobre nuestro producto y la acogida que tendrá en el mercado.

Instrumento

El instrumento es una herramienta que se utiliza para el levantamiento y/o recolección de la información que servirá para resolver el problema de investigación (Pulido, 2015) .

Encuesta

La encuesta es una técnica utilizada en investigación con la finalidad de recolectar información relacionada con las variables que intervienen la misma, logrando de esta manera analizar e interpretar el comportamiento del consumidor, se lo realiza a través de un cuestionario a un segmento de mercado en específico. (Quispe & Sanchez, 2011)

Cuestionario: Utilizado para la respectiva encuesta que se realizó a los transeúntes del Centro Comercial Oasis km 1.6 y sus alrededores ubicados en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales, cada una estaba compuesta por 9 preguntas cerradas relacionadas con la empresa y variables de estudio.

2.3.4. Análisis e interpretación de resultados

Variables Demográficas

Análisis:

Se aplicaron 383 encuestas de las cuales se determinó que un 53% de la población pertenece al género femenino, y por otro lado con un porcentaje del 47% son del género masculino de esta manera se demuestra que ambos géneros fueron encuestados.

Análisis:

Se encuestaron a 160 personas entre 25 a 31 años de edad representan el 42% de los encuestados, 143 personas que equivalen al 37% manifestaron que su edad es a partir de los 32 años en adelante y 80 personas que pertenecen al 21% de la población oscila entre los 18 a 24 años, cuyas opiniones, gustos y preferencias se presentan en este estudio.

Análisis:

En cuanto a la variable del rango de ingresos se pudo analizar que dentro de las personas encuestadas el 40% tiene ingresos mensuales de más de \$800 dólares, razón por la cual es factible brindar el servicio de alimentos, seguido del 35% con ingresos que oscilan de \$600 entre \$799 y por último el 25% que son de \$380 a \$599.

Análisis:

En cuanto a la ocupación de las personas encuestadas se pudo determinar que el 40% laboran en áreas administrativas, seguido por actividades de servicios generales con un 35% y en menor porcentaje con otras actividades el 25%, por ende, se estipula que hay una situación económica favorable dentro del rango.

Preguntas:

1. ¿Con cuánto tiempo dispone usted en su horario de trabajo para almorzar?

Análisis:

En base a la encuesta realizada, se ha obtenido como resultado que la mayoría de las personas cuentan con más de 1 hora para almorzar correspondiente al 40%, mientras que el 36% indicó que el tiempo disponible para comer dentro de lo normal es de 1 hora y el 24% contestó que solo dispone de media hora, lo cual esto nos indica que es factible realizar las entregas de almuerzo dentro del sector ya que no disponen de mucho tiempo para trasladarse a otros lugares.

2. Usualmente su consumo de almuerzo es:

Análisis:

Como se puede observar en los resultados obtenidos la mayoría de las personas encuestadas en el sector almuerza en restaurantes/ comedores cercanos al trabajo con un 39% seguido de las personas que llevan su propio almuerzo con un 25%, tenemos a las personas que se desplazan a otros lugares con el 22% y por último el 14% aquellas que piden el servicio con regularidad a su trabajo, lo cual se presenta la oportunidad de incursionar con ² el servicio de entrega a domicilio en este segmento de mercado.

3. ¿Cuánto gasta usualmente en su almuerzo diario?

Análisis:

En cuanto a los gastos de almuerzo diario tenemos un 44% de las personas que gastan más de \$6 dólares siendo este el rango más alto, seguido por el 33% que gasta entre \$4 a \$5,99,

con un 23% tenemos a las personas que gastan un valor de \$2 a \$3,99 permitiendo de esta manera ⁴ conocer cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio brindado nuestros futuros clientes.

4. ¿Cómo calificaría Ud. la comida que ofrecen en este sector

Análisis:

Otro factor importante que se analiza en la encuesta hace relación a la calificación de la comida en el sector, el 33% dan a conocer que se debería mejorar la comida que se ofrece en el sector dato importante que define la factibilidad del servicio de delivery nutricional, mientras que el 26% menciona que es buena, por otro lado, el 22% califica con muy buena y el 19% que es excelente.

5. ¿Cuál de las siguientes características considera Ud. que son más importantes al momento de almorzar?

Análisis:

El 24% de las personas encuestadas consideran que una de las características principales al momento de almorzar es la presentación del menú, un 20% de personas mencionan que es los ingredientes saludables, seguido con un 17% el sabor casero, luego con un 15% las personas se fijan en el precio, el 13% lo nutritivo del plato y finalmente el 11% menciona que es la cantidad. Con estos porcentajes se verifica los aspectos importantes que Delicias Express tendrá que considerar al momento de elaborar los menús.

6. ¿Qué tan saludable considera Ud. que es su alimentación en general?

Análisis:

Como se puede observar en los resultados la mayoría de personas mencionan que su alimentación es poco saludable con el 30% seguido del 25% medianamente saludable, el 19% nada saludable por ende esta información corrobora aún más sobre la posibilidad de ofrecer un servicio de alimentación que sea innovador y que se diferencie en la zona y el 13% saludables y muy saludables.

7. ¿Le gustaría contar con una empresa de alimentación que tenga servicio de entrega en este sector?

Análisis:

De los resultados de esta pregunta se puede observar la posible acogida que tendría Delicias Express con el servicio de delivery en la autopista vía terminal Pascuales, pues de acuerdo a los datos obtenidos el 53% mencionan que si estarían dispuestos a adquirir el servicio mientras que el 33% opinan que tal vez lo que diferencia que el 13% no les interesaría.

8. ¿Si su respuesta fue afirmativa, que recomendaciones tiene para la empresa?

Análisis:

Se preguntó a los encuestados qué recomendaciones tiene para la empresa, el 65% menciona sobre los alimentos, que les gustaría que llegue en perfectas condiciones al lugar de destino y el 35% sobre el servicio lo que implica que no se tome mucho tiempo al momento de realizar las entregas.

9. A través de que medio le gustaría recibir información sobre nuestro producto.

Análisis:

Existen opciones factibles que se dan para adquirir información del producto, el 69% de las personas encuestadas consideran favorable por medio de WhatsApp ya que es la mejor opción para ellos, mientras que el 21% decidió que sea por vía Instagram y por último el 10% prefiere que sea a través de Facebook.

2.4. Plan de Marketing

Producto

La marca Delicias Express tiene como función principal posesionarse en la mente de los consumidores y cubrir las necesidades que no han sido compensadas brindando un producto con servicio de delivery.

❖ Valor diferencial

Delicias Express ofrece a sus clientes una asesoría personalizada por parte del chef, además de brindar un servicio de entrega muy personalizado y por supuesto nuestro valor agregado se basa en un delicioso postre nutritivo y saludable “Parfait Fit” para complementar una alimentación saludable y equilibrada.

❖ Packaging

Nuestro producto al ser delicado requiere de un empaque especial que permita que los alimentos no tengan problemas al momento de ser transportados al lugar de su destino. Cabe recalcar, que se van a utilizar envases o empaques que contribuyan al cuidado del medio ambiente, además se reflejará la marca con su respectivo slogan que permitirá que los clientes identifiquen el producto y servicio que se está ofreciendo.

Precio

Los precios que ofrece Delicias Express oscilan entre 4,99 a 5,99 lo cual es un precio módico y accesible a todo tipo de persona que está interesada en alimentarse de una manera equilibrada y saludable, lo que contribuirá a que la Microempresa crezca mediante la fidelización de los clientes al ofrecerles facilidad al momento del pago, lo pueden realizar diario, quincenal o paquetes mensuales.

Plaza

La Microempresa Delicias Express ha considerado utilizar varios canales de distribución: de manera directa, ofreciendo sus productos mediante ventas personales y puntos de venta logrando así tener contacto con el cliente para de esta manera obtener más conocimiento sobre su preferencia de consumo.

Promoción

La Microempresa Delicias Express ha considerado utilizar varios canales de distribución: de manera directa, ofreciendo sus productos mediante ventas personales y puntos de venta logrando así tener contacto con el cliente para de esta manera obtener más conocimiento sobre su preferencia de consumo.

Publicidad

La publicidad que utilizará Delicias Express será a través de plataformas online como: es la página web corporativa y redes sociales en donde se estarán actualizando constantemente información importante de nuestros productos como por ejemplo: lanzamiento de nuevos productos, concursos y sorteos para nuestros clientes, ofertas y promociones por fechas especiales y demás información que ayudara a establecer una mejor interactividad con el mercado, además a través de las redes sociales y comunicación Online se brindara el

servicio post-venta que permitirá darle el seguimiento al cliente luego de haber realizado su compra.

Proceso

Uno de los procesos más importantes dentro de la Microempresa es atender de una manera eficaz las inquietudes de los clientes mediante las redes sociales o estableciendo una conversación directa, esto permitirá dar una buena referencia al momento de hablar de Delicias Express ya que nos distinguimos por brindar una respuesta inmediata a los clientes.

Personal

La Microempresa cuenta con un Chef experimentado y que está en constante capacitación con las nuevas tendencias que demanda el mercado respecto al consumo de alimentos.



CAPÍTULO 3

3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio

Elaborado Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse

Los usuarios que podrán acceder al servicio de Delicias Express son aquellas personas que tienen un poder adquisitivo medio y se encuentran en su lugar de trabajo o en la comodidad de su hogar donde no existen lugares cercanos para adquirir alimentos saludables, razón por la cual ellos desean contar con un servicio a domicilio que les proporcione este tipo de alimentos.

3.2. Instalaciones

Delicias Express cuenta con un espacio de 24,06 m² que ocupa el área de la cocina, la cual está diseñada para que puedan trabajar un grupo de personas de manera organizada, en la imagen se puede notar que cada espacio consta con sus nombres y sus materiales respectivos, cada área tiene su espacio, además de constar con los implementos necesarios para obtener una correcta elaboración y manipulación de los alimentos. Delicias Express, consta con un personal altamente capacitado para la elaboración de los alimentos, además de contar con el chef principal quien es el encargado de indicar al equipo de trabajo las actividades que se van a realizar durante el día, además de fijar el horario para que la preparación esté lista para la respectiva entrega del producto final.

3.3. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos

Para contar con una producción eficiente, es necesario utilizar las siguientes maquinarias e instrumentos en la cocina:

3.4. Localización del negocio: macro y micro localización

Macro – localización

El proceso de elaboración de los alimentos que realiza Delicias Express se encuentra ⁴ ubicado en:

Ciudad: Guayaquil

Provincia: Guayas

La Microempresa Delicia Express brindara sus servicios de delivery ⁴ en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, en la autopista vía a Terminal Terrestre Pascuales específicamente el centro comercial Oasis km 1.6 y sus alrededores como las urbanizaciones: Veranda, La perla, Romareda, Mucho Lote 2, Jardines del rio y Ciudad del maestro, entre otras.

Micro – localización

El lugar de producción está ubicado en la siguiente dirección:

Parroquia: Tarqui.

Sector: Norte.

Dirección: Sauces 6 Mz 340 Villa 30.

3.5. Tamaño

Delicias Express es considerada una Microempresa según lo determina el Art. 5 de la Decisión 702 del CAN (Comunidad Andina de Naciones) porque comprende un personal capacitado entre 1 a 9 empleados. (Cámara de Comercio de Quito, 2017)

3.6. Marca

Delicias Express, como su nombre lo indica, representa la elaboración de alimentos con productos de calidad, enfocados en cubrir diversas necesidades que se presentan en el mercado con responsabilidad, de acuerdo a las especificaciones de cada cliente y tomando en cuenta el bienestar de su salud.

La mayoría de las personas hoy en día, se preocupan mucho por consumir alimentos balanceados con la cantidad necesaria para obtener resultados favorables en su organismo, razón por la cual, Delicias Express cumple estas necesidades de los clientes potenciales.

Los colores utilizados en logotipo se han creado con el objetivo de captar la atención de los clientes, realizando una combinación perfecta con el marrón, negro, rojo y blanco.

El color marrón suele ser un color muy apetitoso en el caso de los alimentos, es por eso que se lo utiliza como fondo para transmitir dicha idea. El color rojo transmite la idea de compras impulsivas o también está relacionado con el éxito. El color blanco refleja la limpieza que existe al momento de preparar los alimentos tanto en la desinfección de los alimentos, como en la limpieza de los utensilios y el color negro denota un poco de elegancia y prestigio que le da realce al logotipo en general. (Rivas, 2013)

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. Tipo de organización

Delicias Express es una Microempresa que nace con la finalidad de conocer e identificar las necesidades de las personas que tienen contratiempos al momento de almorzar y desean mejorar sus hábitos alimenticios, razón por la cual, se ofrece un servicio de delivery para hacer llegar los alimentos en perfecto estado, listos para el consumo.

Además, se cumplirá con toda la documentación necesaria para el funcionamiento del lugar donde será el proceso de elaboración de los alimentos, considerando las normas de sanidad y calidad para su respectiva distribución. (Valencia, 2019)

4.2. Estructura organizacional

4.3. Funciones y responsabilidades

4.4. Flujo de procesos administrativo

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

1 Requisitos para constituir una Microempresa.

- Emisión del Registro Único del Contribuyente.
- Solicitud de matrícula de comercio.
- Afiliación a la cámara de comercio.
- Inscripción en el Registro Único MYPIMES.
- Certificado de seguridad Emitido por el cuerpo de bomberos.
- Obtención de patente municipal de comerciante. (Valencia, 2019)

Requisitos para obtener el Permiso de Bomberos.

- Llenar la solicitud que se descarga desde el Portal Web del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de Cédula de Ciudadanía y Papel de Votación.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizada. (Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, 2019) (Bomberos Guayaquil, 2019)

Requisitos para la Patente.

- Certificado del Cuerpo de Bombero de Guayaquil.
- Última actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de Cédula de Ciudadanía y Papel de Votación.
- Llenar el Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal”. (Alcaldía Guayaquil, 2019)

Requisitos para el RUC.

- Original y copia de cédula de identidad.
- Original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Copia de algún servicio básico que certifique la dirección del domicilio. (Trámites Ecuador, 2019)

5.2. Descripción del impacto ambiental

La elaboración de cualquier tipo de producto contribuye de manera directa e indirecta al deterioro del medio ambiente, por tal razón Delicias Express está enfocada en brindar a los consumidores un cambio de hábitos al momento del consumo de alimentos, aportando a su cuidado mediante la utilización de empaques eco amigables. A continuación, se detalla la contribución del impacto ambiental de la Microempresa:

5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)

Delicias Express considera de vital importancia la contribución ambiental por ende se busca crear un plan estratégico que permita disminuir la contaminación producida al momento de la elaboración y entrega de los alimentos.

5.4. Norma De Calidad

ISO 9001: Sistema De Gestión De Calidad

Normativa que aplica Delicias Express para mejorar los procesos internos ahorrando tiempo, dinero y recursos al momento de elaborar los productos y de esta manera superar las expectativas y necesidades de los clientes. (NORMAS ISO, 2019)

5.5. Plan de contingencia

La microempresa cuenta con un plan de contingencia que respaldará las actividades o estrategias que en algún momento pueden llegar a fallar tomando en consideración los siguientes aspectos:

- Tener conocimientos sobre las normas de sanidad y calidad para evitar algún problema referente a la ley ecuatoriana.
- Ser cuidadoso al momento de contratar personal para el servicio de delivery, promoviendo el uso de automóvil para el mejor cuidado de los alimentos y evitar accidentes.
- Implementar mejores estrategias de ventas que se ajusten a las promociones y planes existentes con ello se logrará retener y fidelizar clientes ante posibles competencias.

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO

6.1. Inversión y fuente de financiamiento

La Microempresa Delicias Express considera de vital importancia realizar un análisis financiero, para observar los resultados que se presentarán a medida que pasa el tiempo y de esa manera ejecutar diferentes estrategias para tener un crecimiento coherente.

2

6.1.1. Activos Fijos

El total de inversión en activos fijos es de \$3.402 el cual se considera necesario para adecuar la Microempresa con todos los implementos necesarios y brindar un producto de buena calidad a los clientes, además que los empleados cuenten con todas las maquinarias para llevar a cabo su trabajo de forma eficiente.

6.1.2. Capital de Trabajo

El aporte de los socios de la Microempresa Delicias Express es mayor a los activos fijos, tomando en cuenta los posibles imprevisto que pueden suceder al momento de poner en marcha el negocio, razón por la cual el aporte es de \$10.000 para cubrir todo lo que se necesite.

6.1.3. Tabla de Amortización

A continuación, se detalla el préstamo bancario que se realizó valorado en \$10.000 con una tasa de interés anual de 0,88% teniendo como pagos mensuales \$215 a 60 meses plazo, esto permitirá adecuar de manera correcta la Microempresa para que todo marche bien.

6.1.4. Depreciación

La Depreciación de los Activos Fijos de la Microempresa genera un costo total de \$1.010, lo cual permitirá disminuir estos valores después de un cierto tiempo y luego sustituirlos.

6.2. Proyección de Ingresos

Los siguientes cuadros financieros, representan el nivel de ingresos que tiene la Microempresa.

6.2.1. Ventas

La Microempresa Delicias Express presenta sus ventas anuales de \$108.000, teniendo ésta un incremento del 5% en base a las buenas estrategias que se manejan dentro de la misma. Por ende, se puede comprobar que se cumple con las metas de ventas que se propone.

Los precios que se ofrecen son módicos y accesibles para todo tipo de persona.

La Microempresa presenta los precios de los almuerzos incluido el envío con una variedad de comida para cada día, también pueden disfrutar de los deliciosos postres “Parfait Fit” para acompañar su alimentación balanceada y saludable.

6.3. Proyección de egresos

Mediante los siguientes cuadros se podrá visualizar los costos de los materiales que utiliza la Microempresa para la elaboración de sus productos.

6.3.1. Costos Directos

De acuerdo a las compras que realiza la Microempresa de la materia prima, se puede observar que gasta \$ 766,55 mensualmente y anualmente se gasta \$9.199 buscando proveedores que brinden un precio al por mayor al momento de realizar las compras y de esa manera optimizar los gastos.

6.3.2. Insumos Directos

Delicias Express tiene un costo de los Insumos Directos de \$470 mensuales \$5.640 en el año, lo cual es muy importante mantenerlos porque esto contribuye al correcto funcionamiento de las maquinarias y atención de redes sociales para receptar los pedidos y brindar un producto y servicio de calidad a los clientes.

6.4. Costos Indirectos

6.4.1. Gastos Administrativos

En el siguiente cuadro se muestra las personas que forman parte de la Microempresa con cada una de las obligaciones de la ley, ya que cada empleado desempeña un papel muy importante en el proceso de elaboración de los alimentos.

6.4.2. Gastos Generales

Los Costos Indirectos que tiene Delicias Express son considerables ya que en cada decisión se analiza el peligro que pueda existir para que no exista pérdida para la empresa sino más bien que ésta fortalezca a la Microempresa.

Los Gastos Generales de la Microempresa tienen un total de \$10.080 anual, los cuales son de vital importancia para su correcto funcionamiento.

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. Estado de situación inicial

El siguiente informe refleja que la Microempresa Delicias Express aumenta su patrimonio de manera progresiva y favorable, esto permite cubrir ciertas deudas que se tiene y por lo tanto cuenta con una buena estructura.

7.2. Estados financieros proyectados

7.2.1. Balance General Proyectado

El Balance General Proyectado de Delicias Express muestra un incremento anual en sus activos y el patrimonio también va aumentando, lo cual indica que si existe liquidez y ganancias para la Microempresa.

7.2.2. Estado de Resultados

El Estado de Resultado permite visualizar que Delicias Express tiene una utilidad favorable cada año, lo cual indica que los gastos no superan a los ingresos, por ende, se puede obtener un incremento notable en las ganancias y esto refleja la buena administración que se está teniendo en la parte interna de la Microempresa.

7.3. Flujo de Caja

Delicias Express presenta en su flujo de caja ingresos de \$108.000 que se encuentra en constante crecimiento anualmente. Las inversiones son menores a los ingresos, lo cual es un punto positivo para la Microempresa. Todos sus flujos netos son positivos y va en constante crecimiento, esto refleja que existe una buena administración.

7.4. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)

La Microempresa muestra que la inversión que ha realizado la recuperará en el segundo año, lo cual es un tiempo prudencial para seguir posicionándonos en el mercado y adquiriendo nuevos clientes.

Delicias Express tiene una tasa de rendimiento favorable, el VAN que se presenta en la Microempresa es alto y la TIR demuestra que el proyecto si es viable.

7.4.1. Razones Financieras (ROE-ROA-ROS)

Las Razones Financieras se analizan para conocer el grado de rentabilidad que tiene el proyecto, además se muestra un declive en los primeros años, pero poco a poco se nota la diferencia al momento de incrementar las utilidades, demostrando un cambio favorable, lo que se convierte en un punto favorable para la Microempresa.

7.4.2. DUPONT

Este sistema permite analizar la eficiencia de la Microempresa, se muestra un 99% que equivale que toda marcha de la manera correcta, pero siempre es importante implementar estrategias y nuevas ideas de productos para incrementar las ganancias e innovar.

CONCLUSIONES

- ✓ Con la ejecución del análisis de mercado en el sector donde se implementará el proyecto se pudo determinar e identificar de mejor manera el perfil de cada uno de nuestros posibles clientes y la forma idónea para satisfacer las necesidades específicas del mismo.
- ✓ La demanda del servicio de delivery que tiene la Microempresa Delicias Express cuenta con la aceptación de los habitantes que residen en la Autopista Terminal Terrestre Pascuales, por consiguiente, se ha determinado que un 53% de la población estaría dispuesto a adquirirlo, una de las razones principales en que las personas se inclinan por este tipo de servicio es debido a los contratiempos que les ocasionan sus responsabilidades diarias.
- ✓ Las expectativas que los clientes potenciales tienen para con la empresa al momento de ofrecer el servicio de delivery de alimentos se basa en desarrollar relaciones beneficiosas, calidad en el servicio, alimentos seguros, precios módicos, personal capacitado en la elaboración de alimentos.

RECOMENDACIONES

- ✓ Considerar los datos obtenidos durante el estudio de mercado para de esta manera usarlos en la implementación de estrategias que permitan que Delicias Express se posicione en la mente de los consumidores gracias a su factor diferenciador y de esta manera lograr una ventaja competitiva en el segmento de mercado hacia el cual la Microempresa se está enfocando.
- ✓ Mantener las estrategias de publicidad y promoción durante un año hasta lograr un cierto nivel de posicionamiento dentro del mercado.

Proyecto

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.derechoecuador.com

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS

Trabajo del estudiante

1%

3

Submitted to Universidad Politecnica Salesiana
del Ecuador

Trabajo del estudiante

1%

4

Submitted to Systems Link

Trabajo del estudiante

<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 25 words

Excluir bibliografía

Activo