



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN MARKETING

EMPRENDIMIENTO

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE ALIMENTACIÓN Y SERVICIO DE
ENTREGA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Autores:

Srta. Guaranda Pacheco Joselyn Kenya.

Srta. Macías Carbo Geanela Lisbeth.

Tutor:

Mgs. Yuqui Ketil Miguel Javier.

Milagro, Octubre 2019

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, Guaranda Pacheco Joselyn Kenya en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad (emprendimiento), de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 25 de octubre de 2019


Guaranda Pacheco Joselyn Kenya
Autor 1
C.I: 0928172899

DERECHOS DE AUTOR


Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, Macías Carbo Geanela Lisbeth en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad (emprendimiento), de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 25 de octubre de 2019



Macías Carbo Geanela Lisbeth
Autor 2
C.I: 0950454512

APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, Yuqui Ketil Miguel Javier en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por las estudiantes Guaranda Pacheco Joselyn Kenya y Macías Carbo Geanela Lisbeth, cuyo tema de trabajo de Titulación es Plan De Negocio Para La Creación De Una Microempresa De Alimentación Y Servicio De Entrega En La Ciudad De Guayaquil, que aporta a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad (emprendimiento) previo a la obtención del Grado INGENIERA EN MARKETING; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 25 de octubre de 2019



Mgs. Yuqui Ketil Miguel Javier
Tutor
C.I: 0917038358

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgs. Yuqui Ketil Miguel Javier

Mba. Solís Granda Luis Eduardo

Mgs. Ing. Álvarez Baque Wellington Arturo

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA EN MARKETING presentado por la estudiante Guaranda Pacheco Joselyn Kenya

Con el tema de trabajo de Titulación: Plan de negocio para la creación de una microempresa de alimentación y servicio de entrega en la Ciudad De Guayaquil.

Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:


Estructura	[70]
Defensa oral	[28]
Total	[98]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobado

Fecha: 25 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Mgs. Yuqui Ketil Miguel Javier	
Secretario (a)	Mba. Solís Granda Luis Eduardo	
Integrante	Mgs. Álvarez Baque Wellington Arturo	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgs. Yuqui Ketil Miguel Javier

Mba. Solis Granda Luis Eduardo

Mgs. Álvarez Baque Wellington Arturo

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA EN MARKETING presentado por la estudiante Macias Carbo Geanela Lisbeth

Con el tema de trabajo de Titulación: Plan de negocio para la creación de una microempresa de alimentación y servicio de entrega en la Ciudad De Guayaquil.

Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:


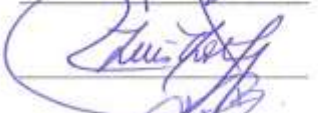

Estructura	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobado

Fecha: 25 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Mgs. Yuqui Ketil Miguel Javier	
Secretario (a)	Mba. Solis Granda Luis Eduardo	
Integrante	Mgs. Álvarez Baque Wellington Arturo	

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado en primer lugar a Dios por la vida y por permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres: El Sr. José Guaranda y la Sra. Marjorie Pacheco por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años.

Guaranda Pacheco Joselyn Kenya.

El presente proyecto va dedicado a Dios por darme la sabiduría necesaria para concluir una de las metas que me he propuesto y a mi esposo Antonio Alvarado quien ha sido mi apoyo incondicional en todo momento de mi carrera, el que me ha ayudado a levantarme y a seguir adelante a pesar de cualquier adversidad, además de brindarme su amor y paciencia.

Macías Carbo Geanela Lisbeth.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres por ser el pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

De manera especial al Mgs. Miguel Yuqui tutor de nuestro proyecto quien ha sido el principal colaborador durante este proceso ya que, con su dirección, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo de este trabajo.

Guaranda Pacheco Joselyn Kenya

Agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta el final de este paso tan importante en mi vida.

A mi esposo por darme siempre el aliento y la motivación para seguir adelante, mostrándome su apoyo, amor y paciencia en cada instante de mi vida para no decaer, gracias por permitirme alcanzar esta meta.

De la misma manera quiero agradecer a mi tutor, el Ingeniero Miguel Yuqui, el cual nos brindó todos sus conocimientos para ejecutar de la manera más sencilla este proyecto y que estuvo pendiente de cada paso que dábamos.

Macías Carbo Geanela Lisbeth.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
DERECHOS DE AUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
1.PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	4
1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	4
1.2. Misión.....	5
1.3. Visión.....	5
1.4. Objetivo General.....	5
1.5. Objetivos Específicos	5
1.6. FODA.....	6
1.7. FOFA-DODA	7

2.MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN.....	8
2.1. Análisis del mercado.....	8
2.2. Mercado de la demanda	9
2.3. Investigación de Mercado	11
2.3.4. Análisis e interpretación de resultados.....	14
Variables Demográficas.....	14
2.4. Plan de Marketing	27
2.5. Las 5 Fuerzas De Porter.....	32
3.UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS.....	33
3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio	33
3.2. Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse.....	33
3.3. Instalaciones.....	35
3.4. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos.....	35
3.5. Localización del negocio: macro y micro localización.....	37
3.6. Tamaño	39
3.7. Marca	39
4.ESTUDIO ADMINISTRATIVO	40
4.1. Tipo de organización	40
4.2. Estructura organizacional	40
4.3. Funciones y responsabilidades.....	41
4.4. Flujo de procesos administrativo	42
.....	42
4.5. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo	42
5.ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL	43
5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento	43
5.2. Descripción del impacto ambiental.....	44
5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación).....	45
6.ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO	47
6.1. Inversión y fuente de financiamiento.....	47
6.2. Proyección de Ingresos	50

6.3. Proyección de egresos.....	51
7. ESTUDIO FINANCIERO	55
7.1. Estado de situación inicial	55
7.2. Estados financieros proyectados	56
7.3. Flujo de Caja	57
7.4. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)	58
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
ANEXOS.....	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Foda	6
Ilustración 2 Porcentaje De Gasto De Consumo Mensual, Según Sitio De Compra y Área Geográfica	10
Ilustración 3 Variable Demográfica “Género”	14
Ilustración 4 Variable Demográfica “Edad”	15
Ilustración 5 Variable Demográfica “Rango de Ingresos”	16
Ilustración 6 Variable Demográfica “Ocupación”	17
Ilustración 7 Pregunta #1 de la Encuesta.....	18
Ilustración 8 Pregunta #2 de la Encuesta.....	19
Ilustración 9 Pregunta #3 de la Encuesta.....	20
Ilustración 10 Pregunta #4 de la Encuesta.....	21
Ilustración 11 Pregunta #5 de la Encuesta.....	22

Ilustración 12 Pregunta #6 de la Encuesta.....	23
Ilustración 13 Pregunta #7 de la Encuesta.....	24
Ilustración 14 Pregunta #8 de la Encuesta.....	25
Ilustración 15 Pregunta #9 de la Encuesta.....	26
Ilustración 16 Postre "Parfait Fit"	27
Ilustración 17 Envases	28
Ilustración 18 Bandejas Biodegradables.....	28
Ilustración 19 Publicidad De Entregas Al Centro Comercial Oasis	29
Ilustración 20 Publicidad De Redes Sociales	29
Ilustración 21 Fuerzas De Porter	32
Ilustración 22 Proceso De Producción y Servicio De Delivery.....	33
Ilustración 23 Instalaciones Área de la Cocina	35
Ilustración 24 Macro- Localización Proceso De Elaboración De Alimentos Guayaquil	37
Ilustración 25 Macro - Localización Servicio De Delivery Autopista Vía Terminal Terrestre Pascuales.....	38
Ilustración 26 Micro - Localización Sauces 6	38
Ilustración 27 Marca.....	39
Ilustración 28 Estructura Organizacional	40
Ilustración 29 Organigrama de la línea de servicio de Delicias Express.....	41
Ilustración 30 Flujo Proceso Administrativo.....	42
Ilustración 31 Descripción Del Impacto Medio Ambiental.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 FOFA-DODA.....	7
Tabla 2 Estructura Del Gasto Corriente De Consumo Monetario Mensual	9
Tabla 3 Variable Demográfica “Género”	14
Tabla 4 Variable Demográfica “Edad”.....	15
Tabla 5 Variable Demográfica “Rango de Ingresos”	16
Tabla 6 Variable Demográfica “Ocupación”.....	17
Tabla 7 Pregunta #1 de la Encuesta.....	18
Tabla 8 pregunta #2 de la encuesta.....	19
Tabla 9 Pregunta #3 de la Encuesta.....	20
Tabla 10 Pregunta #4 de la Encuesta.....	21
Tabla 11 Pregunta #5 de la Encuesta.....	22
Tabla 12 Pregunta #6 de la Encuesta.....	23
Tabla 13 Pregunta #7 de la Encuesta.....	24
Tabla 14 Pregunta #8 de la Encuesta.....	25
Tabla 15 Pregunta #9 de la Encuesta.....	26
Tabla 16 Estrategias del Marketing Mix.	31
Tabla 17 Especificaciones De Los Usuarios/Materia Prima.	34
Tabla 18 Maquinarias y Equipos.	36
Tabla 19 Funciones y responsabilidades	41
Tabla 20 Instalación, Equipos y Maquinarias Para El Personal Administrativo.....	42
Tabla 21 Plan de Control Ambiental	45
Tabla 22 Activos Fijos.....	47

Tabla 23 Capital De Trabajo	47
Tabla 24 Tabla De Amortización	48
Tabla 25 Depreciación Anual	50
Tabla 26 Depreciación (Activos / Costo)	50
Tabla 27 Ventas	50
Tabla 28 Precios P.V.P	51
Tabla 29 Costos Directos	51
Tabla 30 Insumos Directos	53
Tabla 31 Gastos Administrativos	54
Tabla 32 Gastos Generales	54
Tabla 33 Estado De Situación Inicial	55
Tabla 34 Balance General Proyectado	56
Tabla 35 Estado de Resultados	57
Tabla 36 Flujo De Caja	58
Tabla 37 Análisis De La Rentabilidad	58
Tabla 38 Tasa De Descuento	58
Tabla 39 Payback (Recuperación De La Inversión)	59
Tabla 40 Tasa de Rendimiento Promedio	59
Tabla 41 TRP	59
Tabla 42 Índices Descontados	59
Tabla 43 Valor Actual Neto (VAN)	59
Tabla 44 Razones Financieras	60
Tabla 45 Dupont	61

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ALIMENTACIÓN Y SERVICIO DE ENTREGA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es satisfacer una necesidad que no han sido compensada mediante el desarrollo de un plan de negocios que determinara la factibilidad y viabilidad de incursionar en el servicio y entrega de alimentos en la Ciudad de Guayaquil.

Delicias Express busca satisfacer la necesidad de obtener de manera rápida y segura alimentos saludables a precios accesibles, para esto se enfocó en un mercado conformados por ejecutivos, empleados y entre otras personas tanto del sector público y privado que oscilan entre los 25 y 31 años de edad que pasan el mayor tiempo dentro de sus labores cotidianas y se ven afectados por tales situaciones.

Cabe recalcar que han sido muchos los aspectos que esta Microempresa consideró al momento de lanzar al mercado un producto que se ajuste a las necesidades de dicho sector debido a que la alimentación es una de las necesidades básicas más importantes para el ser humano, por ende, la oportunidad de incursionar en el mercado de servicios de alimentación de una manera diferente ya que la propuesta cuenta con talento humano altamente capacitado y con experiencia en el tema, se considera la aplicación de herramientas tecnológicas para la implementación del servicio.

La forma que en que vamos a medir el cumplimiento de los objetivos del negocio tanto en ventas y posicionamiento serán con el seguimiento y evaluación de la satisfacción de nuestros clientes, los que nos permitirá implementar mejoras y mantener una ventaja competitiva.

PALABRAS CLAVE: Microempresa, Alimentos Saludables, Servicio de entrega.

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ALIMENTACIÓN Y SERVICIO DE ENTREGA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

ABSTRACT

The objective of this project is to satisfy a need that has not been compensated by developing a business plan that will determine the feasibility and feasibility of entering the service and delivery of food in the City of Guayaquil.

Delicia's Express seeks to meet the need to quickly and safely obtain healthy food at affordable prices, for this it focused on a market made up of executives, employees and other people from both the public and private sectors that range between 25 and 31 years of age. They spend the most time in their daily work and are affected by stories situations.

It should be noted that there have been many aspects that this Microenterprise considered when launching a product that meets the needs of that sector because food is one of the most important basic needs for humans, therefore, The opportunity to enter the market of food services in a different way since the proposal has highly trained human talent and experience in the subject, it is considered the application of technological tools for the implementation of the service.

The way in which we will measure the fulfillment of the business objectives both in sales and positioning will be with the monitoring and evaluation of the satisfaction of our customers, which will allow us to implement improvements and maintain a competitive advantage.

KEY WORDS: Microenterprise, Healthy Food, Delivery Service.

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.

1.6. FODA

Ilustración 1 Foda



Elaborado por: Las Autoras.

1.7. FOFA-DODA

Tabla 1 FOFA-DODA

<u>“FO”</u>	<u>“DO”</u>
<p><u>F2;O4:</u> Crear menús saludables que satisfaga las necesidades de la demanda actual insatisfecha.</p> <p><u>F8;O3:</u> Aprovechar la creatividad del Chef para realizar fusiones de acuerdo a requerimientos de nichos de mercado.</p> <p><u>F10;O5:</u> Realizar convenios con empresas para captar clientes institucionales.</p>	<p><u>D3;O2:</u> Establecer un mecanismo de contratación temporal para expandir nuestro servicio.</p> <p><u>D4;O5:</u> Obtener créditos financieros, para adquirir maquinarias industriales que nos permita mejorar la productividad.</p> <p><u>D5;O6:</u> Obtener certificaciones de calidad para ser más competitivos y poder entrar a nuevos mercados.</p>
<u>“FA”</u>	<u>“DA”</u>
<p><u>F10;A4:</u> Ofrecer productos accesibles al mercado de acuerdo al nivel socioeconómico de los consumidores.</p> <p><u>F1;A3:</u> Motivar constantemente a los clientes con promociones y descuentos para crear fidelidad hacia nuestro producto y marca.</p> <p><u>F5;A1:</u> Brindar capacitaciones consecutivamente al personal para que se encuentre apto para competir con otras empresas y mostrar el valor diferencial de nuestros productos.</p>	<p><u>D2;A2:</u> Captar la atención de los posibles clientes con promociones especiales para que puedan probar el producto.</p> <p><u>D3;A1:</u> Aperturar un punto de venta para complementar el servicio de entrega a domicilio.</p> <p><u>D4;A3:</u> Fortalecer el récord crediticio del negocio para acceder a financiamiento para incrementar nuevos productos que puedan diferenciarnos de futuras empresas que traten de imitar el nuestro.</p>

Elaborado por: Las Autoras.

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)

Tabla 2 Estructura Del Gasto Corriente De Consumo Monetario Mensual

Divisiones	Gasto corriente mensual (en dólares)	%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	584.496.341	24,40
Transporte	349.497.442	14,60
Bienes y servicios diversos	236.381.682	9,90
Prendas d vestir y calzado	190.265.816	7,90
Restaurantes y hoteles	184.727.177	7,70
Salud	179.090.620	7,50
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles.	177.342.239	7,40
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	142.065.518	5,90
Comunicaciones	118.734.692	5,00
Recreación y cultura	109.284.976	4,60
Educación	104.381.478	4,40
Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes	17.303.834	0,70
Gasto de consumo del hogar	2.393.571.816	100,00

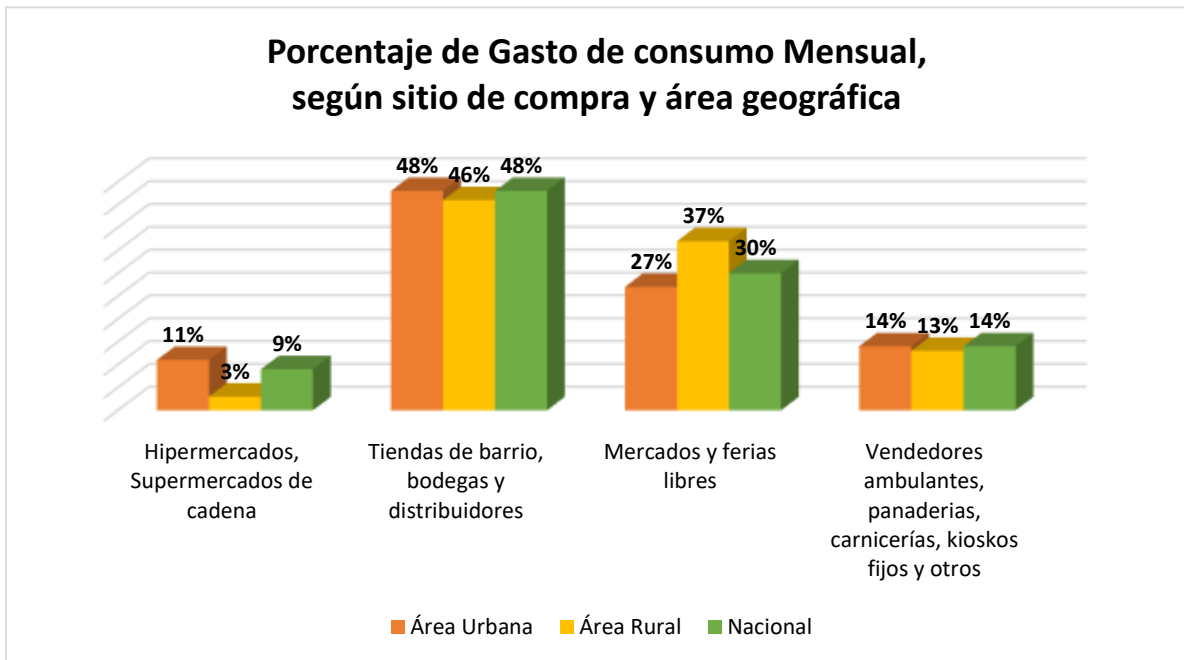
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2012)

Elaborado por: Las Autoras.

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)

Ilustración 2 Porcentaje De Gasto De Consumo Mensual, Según Sitio De Compra y Área Geográfica



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2012)

Elaborado por: Las Autoras.

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 Narcisa de Jesús en el centro comercial Oasis y sus alrededores como las urbanizaciones: Veranda, La perla, Romareda, Mucho Lote 2, Jardines del rio y Ciudad 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

La metodología (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:

n: Tamaño de la muestra

N: Población total

Z: Nivel de confianza de 95% = 1.96

p: Probabilidad de error = 0.5

q: $1 - p = 0.5$

e: Tasa de error estimado 5% = 0.05

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

$$n = \frac{74.932 * 0,25}{\frac{(74.932 - 1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{18.733}{\frac{(74.931)(0,0025)}{3,8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{18.733}{\frac{187,3275}{3,8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{18.733}{49,013}$$

$$n = 383$$

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

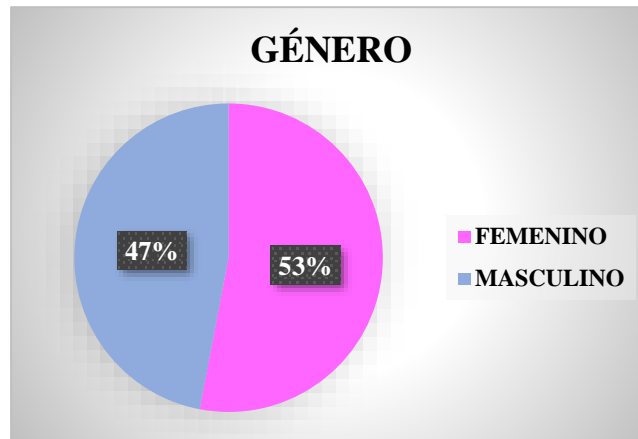
Variables Demográficas

Tabla 3 Variable Demográfica “Género”

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
FEMENINO	203	53%
MASCULINO	180	47%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 3 Variable Demográfica “Género”



Elaborado por: Las autoras.

Análisis:

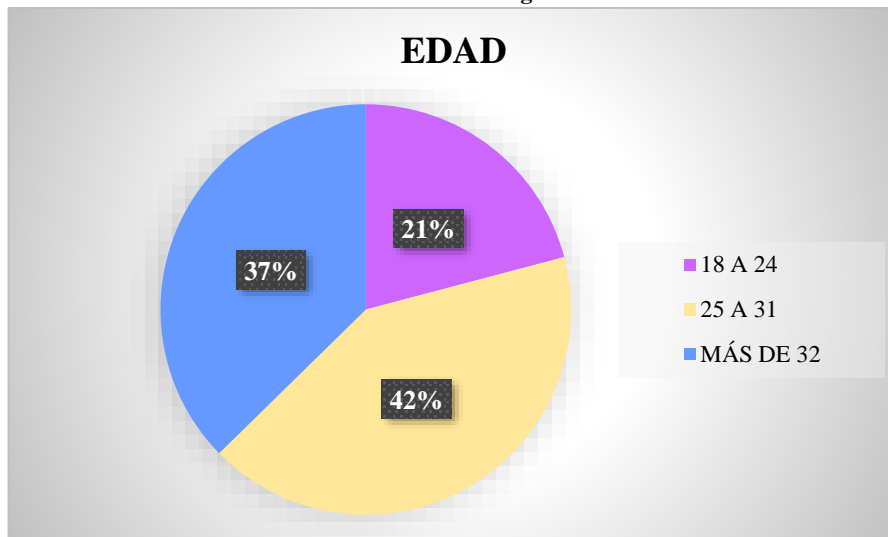
Se aplicaron 383 encuestas de las cuales se determinó que un 53% de la población pertenece al género femenino, y por otro lado con un porcentaje del 47% son del género masculino de esta manera se demuestra que ambos géneros fueron encuestados.

Tabla 4 Variable Demográfica “Edad”

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 a 24	80	21%
25 a 31	160	42%
Más de 32	143	37%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 4 Variable Demográfica “Edad”



Elaborado por: Las Autoras.

Análisis:

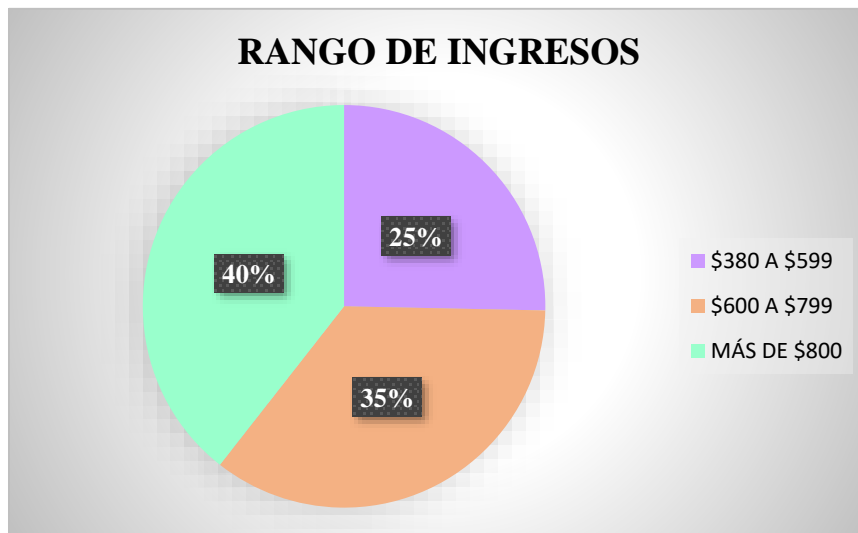
Se encuestaron a 160 personas entre 25 a 31 años de edad representan el 42% de los encuestados, 143 personas que equivalen al 37% manifestaron que su edad es a partir de los 32 años en adelante y 80 personas que pertenecen al 21% de la población oscila entre los 18 a 24 años, cuyas opiniones, gustos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

Tabla 5 Variable Demográfica “Rango de Ingresos”

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$380 a \$599	97	25%
\$600 a \$799	135	35%
Más de \$800	151	39%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 5 Variable Demográfica “Rango de Ingresos”



Elaborado por: Las Autoras.

Análisis:

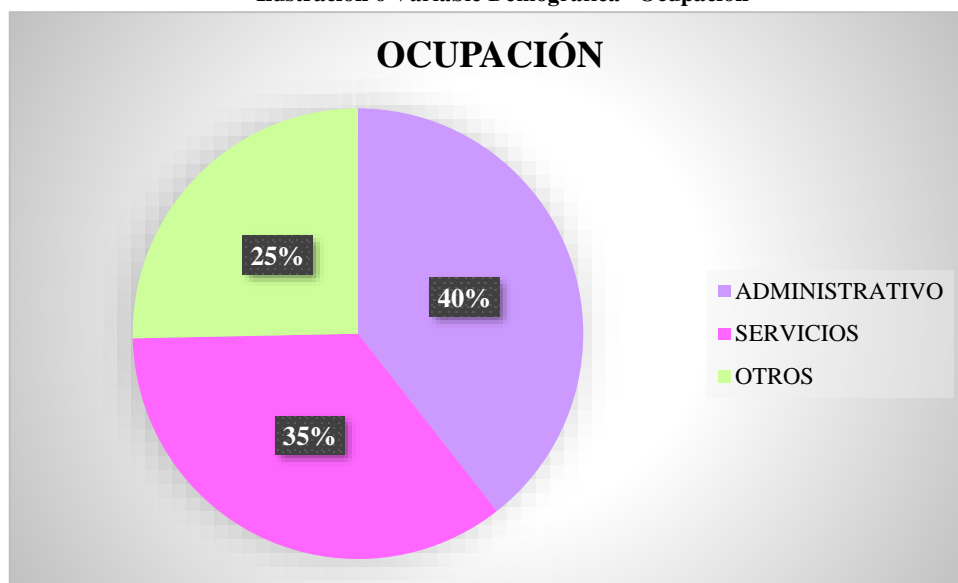
En cuanto a la variable del rango de ingresos se pudo analizar que dentro de las personas encuestadas el 40% tiene ingresos mensuales de más de \$800 dólares, razón por la cual es factible brindar el servicio de alimentos, seguido del 35% con ingresos que oscilan de \$600 entre \$799 y por último el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

Tabla 6 Variable Demográfica “Ocupación”

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Administrativo	151	39%
Servicios	135	35%
Otros	97	25%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 6 Variable Demográfica “Ocupación”



Elaborado por: Las Autoras.

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:

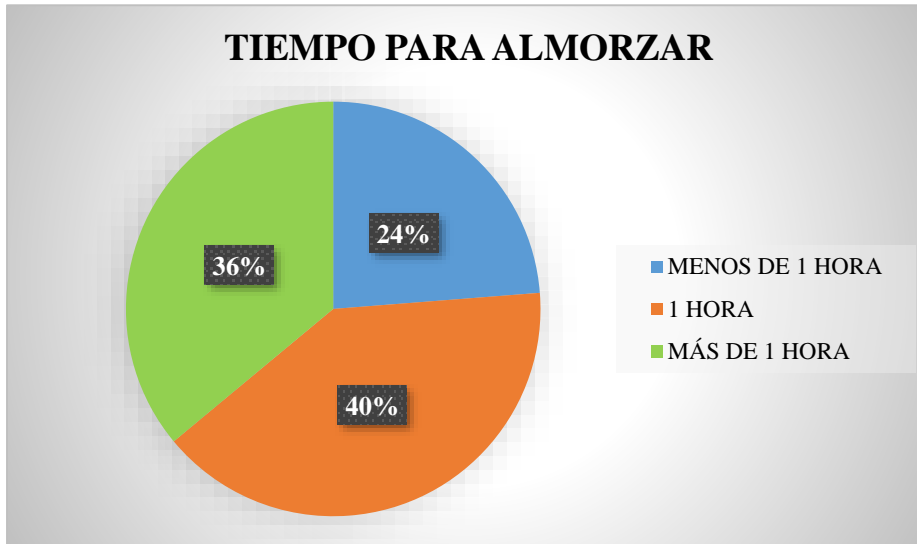
1. ¿Con cuánto tiempo dispone usted en su horario de trabajo para almorzar?

Tabla 7 Pregunta #1 de la Encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de 1 hora	91	24%
1 hora	154	40%
Más de 1 hora	138	36%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 7 Pregunta #1 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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.

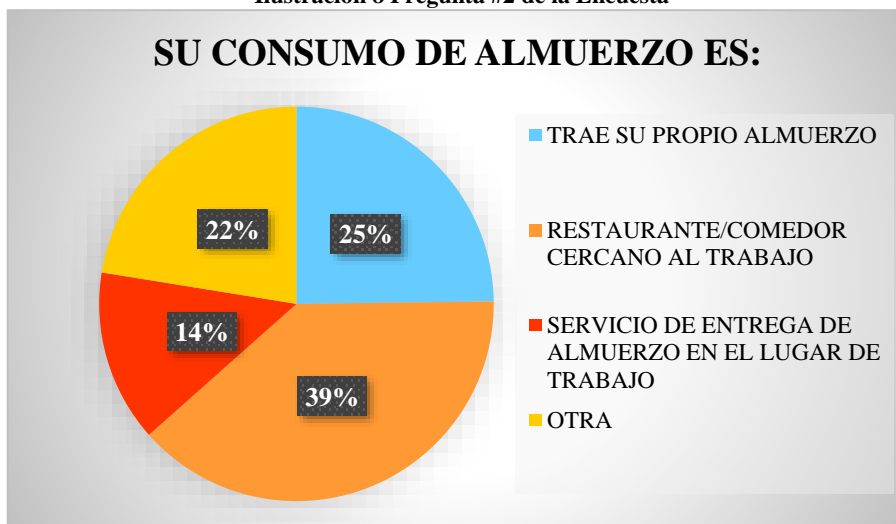
2. Usualmente su consumo de almuerzo es:

Tabla 8 pregunta #2 de la encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Trae su propio almuerzo	95	25%
Restaurante/comedor cercano al trabajo	148	39%
Servicio de entrega de almuerzo en el lugar de trabajo	54	14%
Otra	86	22%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 8 Pregunta #2 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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 el servicio de entrega a domicilio en este segmento de mercado.

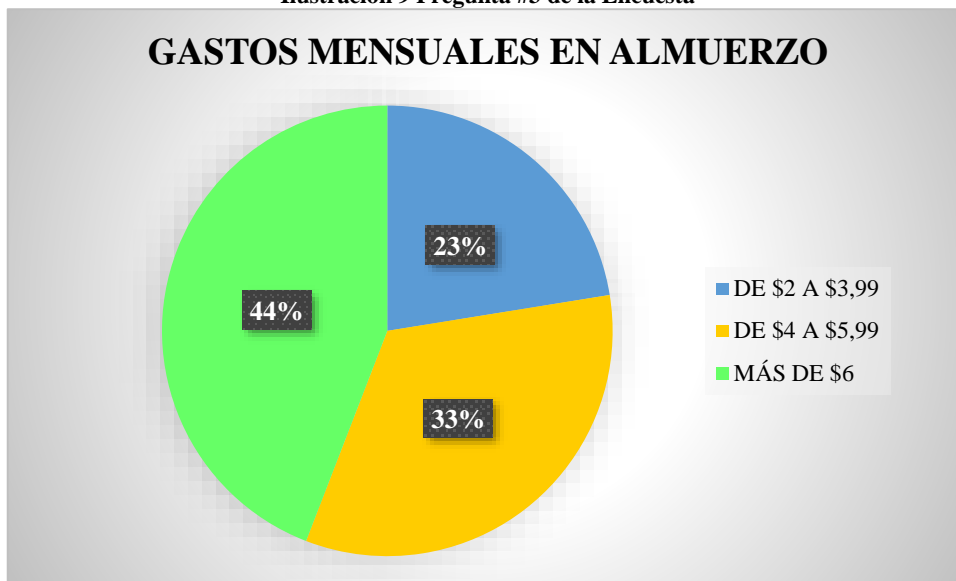
3. ¿Cuánto gasta usualmente en su almuerzo diario?

Tabla 9 Pregunta #3 de la Encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
De \$2 a \$3,99	86	22%
De \$4 a \$5,99	128	33%
Más de \$6	169	44%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 9 Pregunta #3 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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 conocer cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio brindado nuestros futuros clientes.

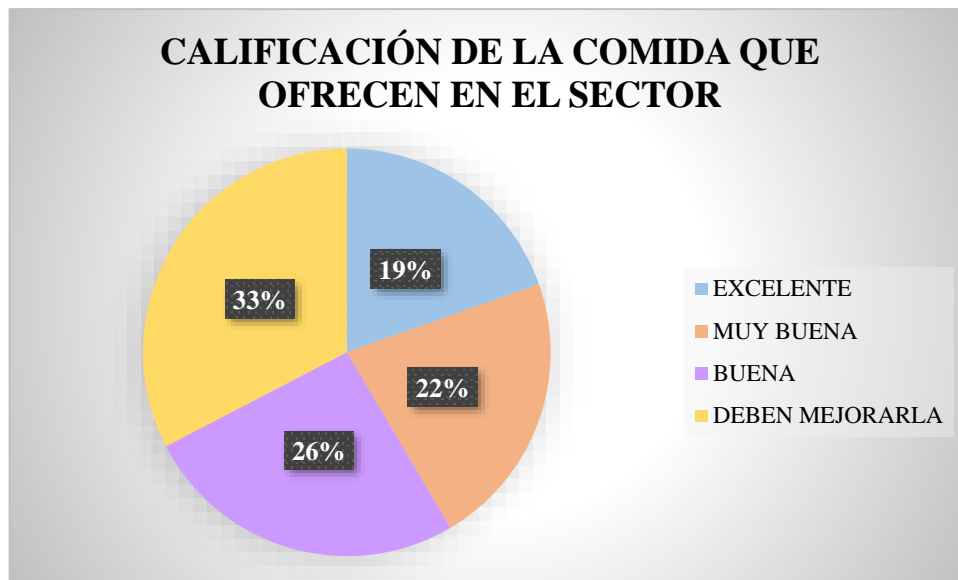
4. ¿Cómo calificaría Ud. la comida que ofrecen en este sector?

Tabla 10 Pregunta #4 de la Encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	75	20%
Muy buena	84	22%
Buena	99	26%
Deben mejorarla	125	33%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 10 Pregunta #4 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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 de brindar un servicio de alimentación de calidad y entrega a domicilio, mientras que el 26% menciona que es buena, por otro lado, el 22% califica con muy buena y el 19% que es excelente.

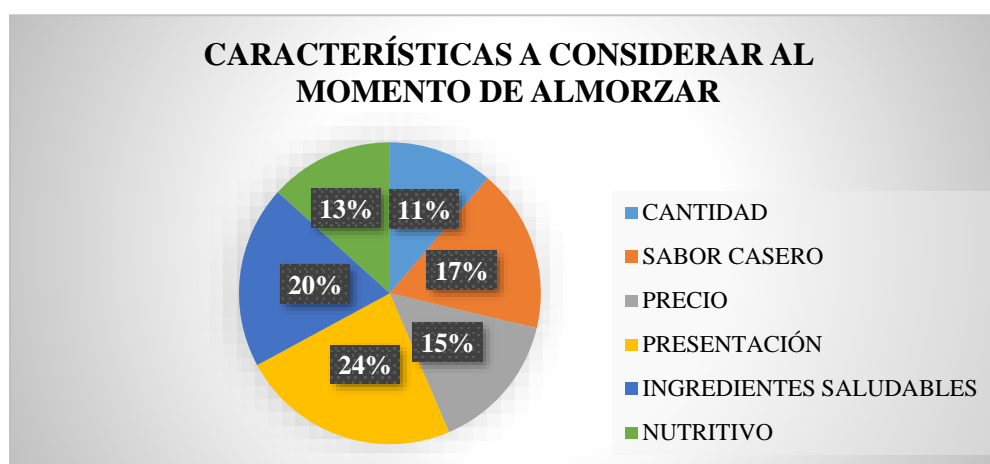
5. ¿Cuál de las siguientes características considera Ud. que son más importantes al momento de almorzar?

Tabla 11 Pregunta #5 de la Encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cantidad	43	11%
Sabor casero	67	17%
Precio	57	15%
Presentación	90	23%
Ingredientes saludables	75	20%
Nutritivo	51	13%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 11 Pregunta #5 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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.

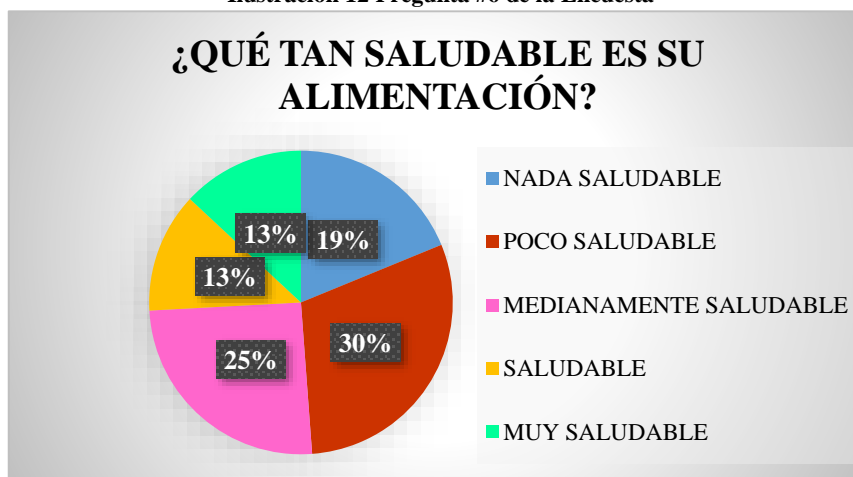
6. ¿Qué tan saludable considera Ud. que es su alimentación en general?

Tabla 12 Pregunta #6 de la Encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nada saludable	72	19%
Poco saludable	115	30%
Medianamente saludable	97	25%
Saludable	49	13%
Muy saludable	50	13%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 12 Pregunta #6 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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?

Tabla 13 Pregunta #7 de la Encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	204	53%
No	51	13%
Talvez	128	33%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 13 Pregunta #7 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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 talvez lo que diferencia que el 13% no les interesaría.

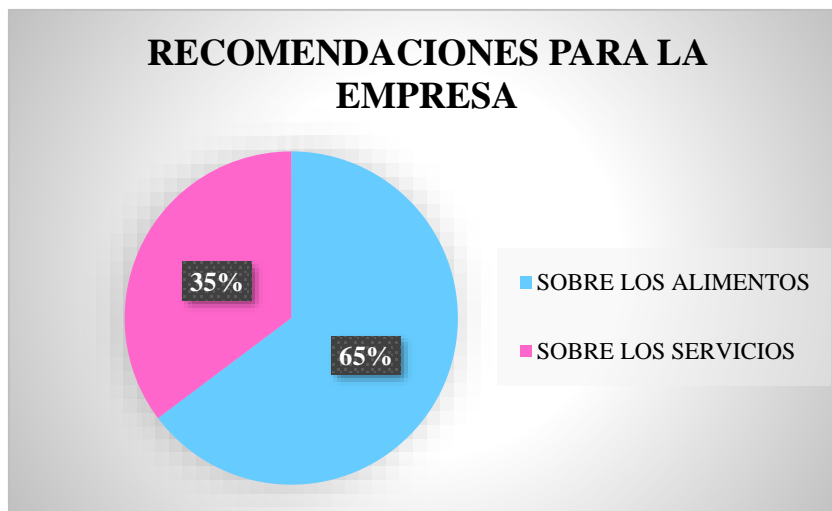
8. ¿Si su respuesta fue afirmativa, que recomendaciones tiene para la empresa?

Tabla 14 Pregunta #8 de la Encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sobre los alimentos	248	65%
Sobre los servicios	135	35%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 14 Pregunta #8 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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.

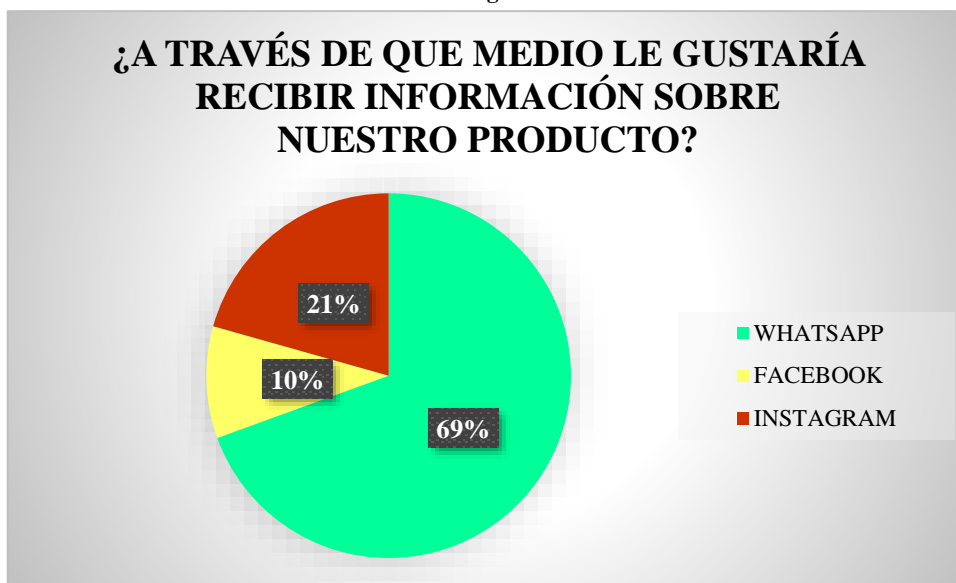
9. A través de que medio le gustaría recibir información sobre nuestro producto.

Tabla 15 Pregunta #9 de la Encuesta

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
WhatsApp	266	69%
Facebook	38	10%
Instagram	79	21%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 15 Pregunta #9 de la Encuesta



Elaborado por: Las Autoras.

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

En este apartado se presenta la propuesta de implementación de la estrategia 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.



Ilustración 16 Postre "Parfait Fit"

❖ 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.

Presentación Final De Nuestros Productos:

Bandejas Biodegradables



Ilustración 18 Bandejas Biodegradables

Envases De Vidrios Reciclables.



Ilustración 17 Envases

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 un canal de distribución directa, donde el cliente realiza el pedido por medio de las redes sociales y éste pasa al lugar de producción para que sea preparado con todas las especificaciones correspondientes, luego se procede a realizar las entregas personalizadas, logrando así tener contacto directo con el consumidor, lo que permitirá establecer una relación estrecha con el cliente para conocer sus preferencias de consumo.

Promoción

Las estrategias que utilizará Delicias Express son orientadas a los clientes que consumen los productos consecutivamente, estos clientes tendrán la posibilidad de acceder al plan mensual con un descuento del 10%, además tendrán la facilidad que si recomienda a dos o más personas tendrá el servicio gratuito por 15 días después que el cliente haya realizado el plan mensual con la empresa.

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.

Ilustración 20 Publicidad De Redes Sociales



Ilustración 19 Publicidad De Entregas Al Centro Comercial Oasis



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.

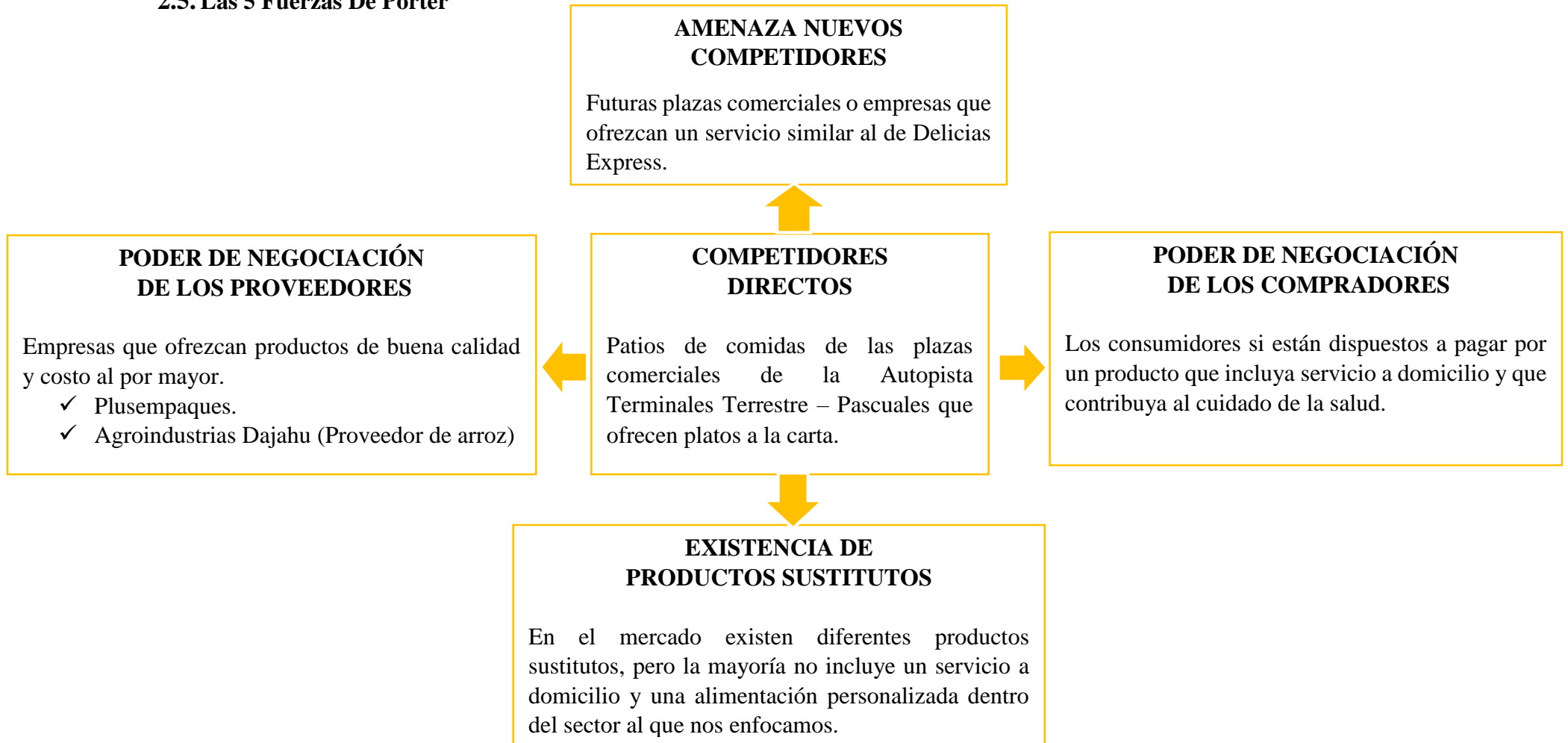
Tabla 16 Estrategias del Marketing Mix.

ESTRATEGÍAS DEL MARKETING MIX	
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Envases o empaques que contribuyan al cuidado del medio ambiente. ✓ Valor diferencial de Delicias Express es la comida saludable, la asesoría personalizada del Chef, el servicio a domicilio y como valor agregado el postre “Parfait Fit.
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Módcicos y accesible al mercado objetivo. ✓ Facilidad al momento del pago, lo pueden realizar diario, quincenal o paquetes mensuales.
PLAZA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ventas personales y puntos de venta. ✓ Utilizar las TIC. ✓ Ofrecer nuestro servicio a través de llamadas telefónicas. ✓ Vender nuestro producto con visitas a domicilio.
PROMOCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar descuentos especiales en determinadas fechas. ✓ Dar pequeños regalos u obsequios a nuestros fieles clientes. ✓ Ofertar 2 productos por el precio de 1. ✓ Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes. ✓ Participar en ferias o exposiciones.
PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar adecuadamente las quejas y reclamos de nuestros clientes mediante el servicio post venta. ✓ Creación de páginas web y redes sociales.
PROCESOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientar los procesos hacia las necesidades del cliente. ✓ Disminuir los tiempos de logísticas.
PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitar al personal de contacto directo con el cliente para promover buena actitud y servicio.

Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 21 Fuerzas De Porter

2.5. Las 5 Fuerzas De Porter



Fuente: (Competitivo, 2008)

Elaborado por: Las Autoras.

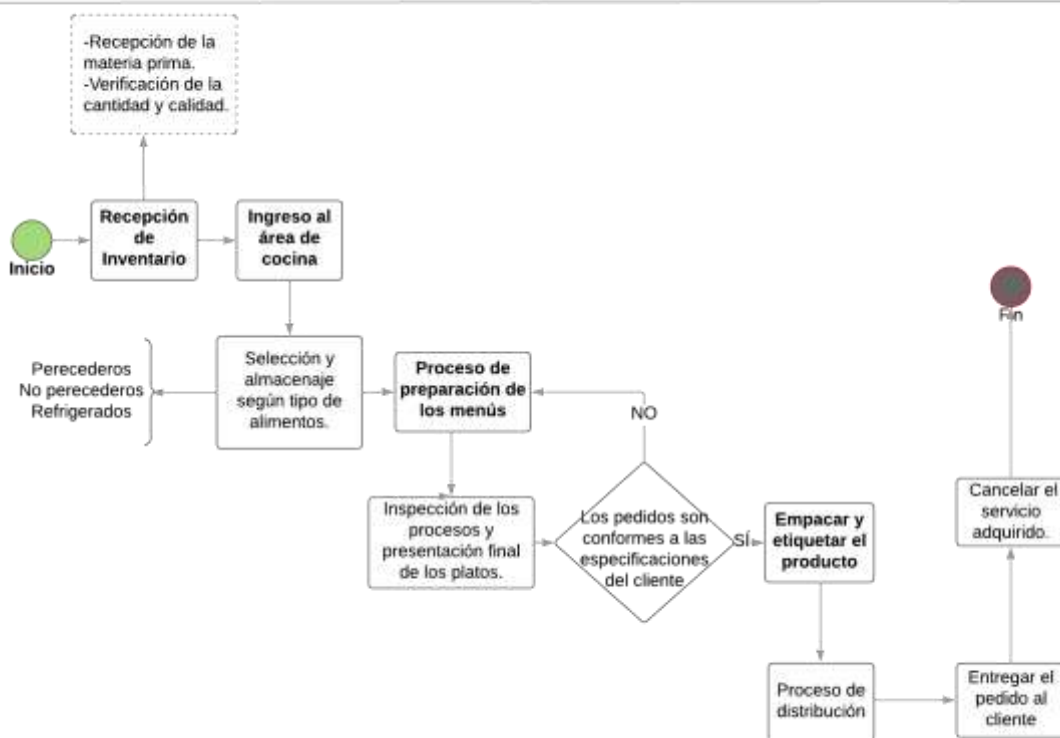
CAPÍTULO 3

3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio

Ilustración 22 Proceso De Producción y Servicio De Delivery

PROCESO DE PRODUCCIÓN Y SERVICIO DE DELIVERY Guaranda Joselyn y Macías Geaneta August 14, 2019



Elaborado por: Las Autoras.

3.2. 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.

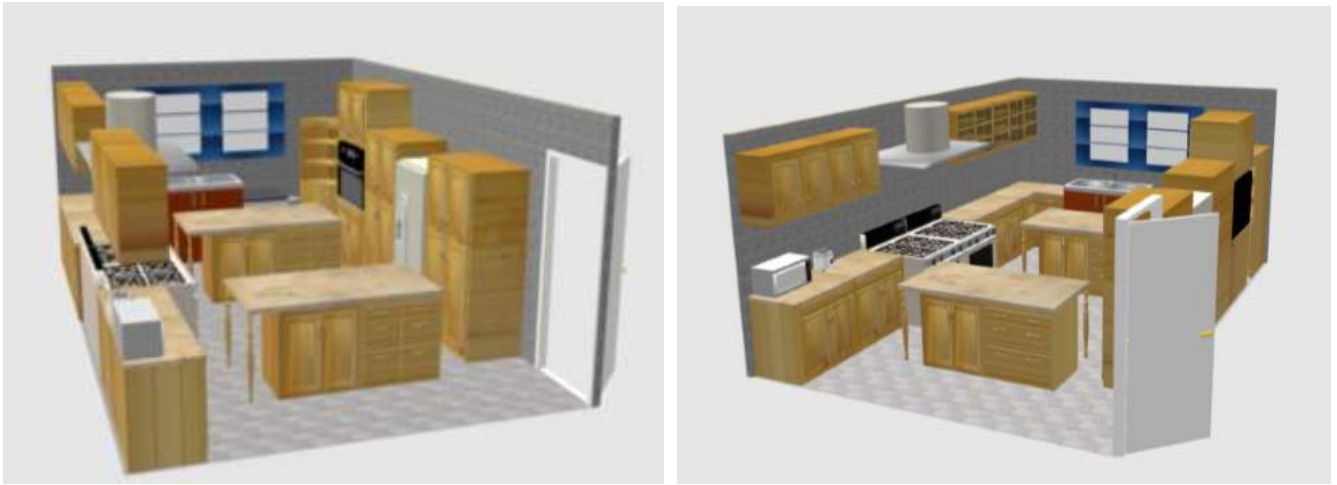
Tabla 17 Especificaciones De Los Usuarios/Materia Prima.

PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Arroz	1 quintal	\$35,00	\$35,00
Pastas	20 libras	\$1,50	\$30,00
Aceite	10 litros	5,50	\$11,00
Mantequilla	3 kg	\$7,00	\$7,00
Sal	6 kg	\$0,50	\$3,00
Azúcar	10 kg	\$1,00	\$10,00
Frutas (para hacer jugos)	20 kg	\$3,50	\$105,00
Legumbres (cebolla, tomate, pimiento, ajo, etc.)	25 kg	\$1,50	\$37,50
Vegetales (lechuga, nabo, col, coliflor, etc.)	20 kg	\$1,50	\$30,00
Granos (lenteja, fréjol, garbanzo, mote, etc.)	15 kg	\$3,00	\$45,00
Papa	10 kg	\$0,85	\$8,50
Yuca	15 kg	\$1,25	\$18,75
Verde	2 racimo	\$2,00	\$4,00
Proteínas (pollo, carne, chanco)	25 kg	\$10,00	\$250,00
Especias (ajo en polvo, comino, pimienta, orégano, etc.)	1 kg	\$1,80	\$1,80
Leche	12 litros	\$1,00	\$12,00
Queso	15 kg	\$6,00	\$90,00
Hierbas (apio, perejil, albahaca, etc.)	10 atados	\$0,75	\$7,50
Embutidos	10 kg	\$2,00	\$20,00
Enlatados	12 unidades	\$1,50	\$18,00
Vinagre	12 unidades	\$1,00	\$12,00
Miel	6 unidades	\$2,50	\$15,00
Harina	10 kg	\$0,75	\$7,50
Kilos (desinfectante de frutas y vegetales)	1 litro	\$5,00	\$5,00
Contenedores Ecológicos	1500	\$0,05	\$75,00
Cuchillos	1500	\$0,01	\$15,00
Tenedores	1500	\$0,01	\$15,00
Servilletas	1500	\$0,01	\$15,00
Botellas	1500	\$0,05	\$75,00
Recipientes ecológicos para postres	500	\$0,40	\$200,00
TOTAL			\$ 1.178,55

Elaborado por: Las Autoras.

3.3. Instalaciones

Ilustración 23 Instalaciones Área de la Cocina



Elaborado por: Las Autoras.

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.

3.4. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos

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

Tabla 18 Maquinarias y Equipos.

EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cocina Industrial	1	\$200	\$200
Cocina 4 hornillas	1	\$350	\$350
Campana	1	\$40	\$40
Asador	1	\$120	\$120
Tanque de Gas	2	\$35	\$70
Ollas	8	\$30	\$240
Sartenes	4	\$15	\$60
Cucharones	5	\$8	\$40
Bowls	5	\$10	\$50
Pirex	3	\$20	\$60
Licuadaora	1	\$65	\$65
Jarras	4	\$3	\$12
Batidora	1	\$30	\$30
Colador	2	\$2	\$4
Cuchillos	4	\$4,50	\$18
Espátulas	3	\$3	\$9
Rallador	3	\$2	\$6
Tablas de picar	3	\$6	\$18
Cucharas de madera	3	\$1,50	\$4,50
Extractor de jugo	1	\$25	\$25
Hielera	1	\$30	\$30
Refrigeradora	1	\$800	\$800
Congelador	1	\$350	\$350
TOTAL			\$ 2.602

Elaborado por: Las Autoras.

3.5. Localización del negocio: macro y micro localización

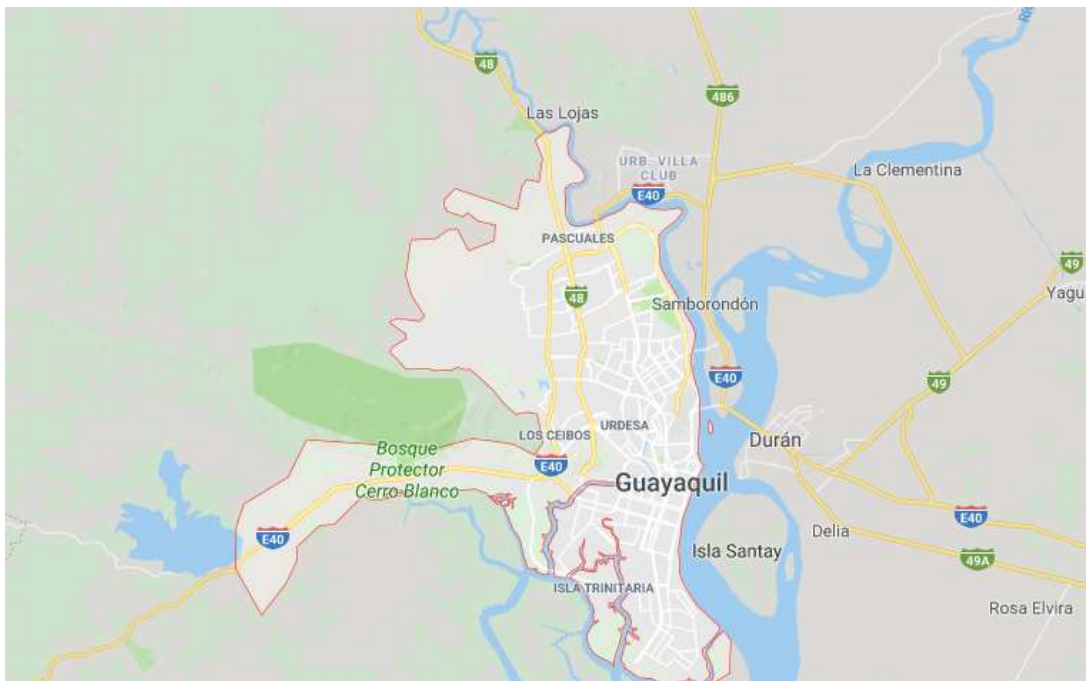
Macro – localización

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

Ciudad: Guayaquil

Provincia: Guayas

Ilustración 24 Macro- Localización Proceso De Elaboración De Alimentos Guayaquil



Fuente: (Google Maps, 2019)

La Microempresa Delicia Express brindara sus servicios de delivery 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.

Ilustración 25 Macro - Localización Servicio De Delivery Autopista Vía Terminal Terrestre Pascuales



Fuente: (Google Maps, 2019)

Micro – localización

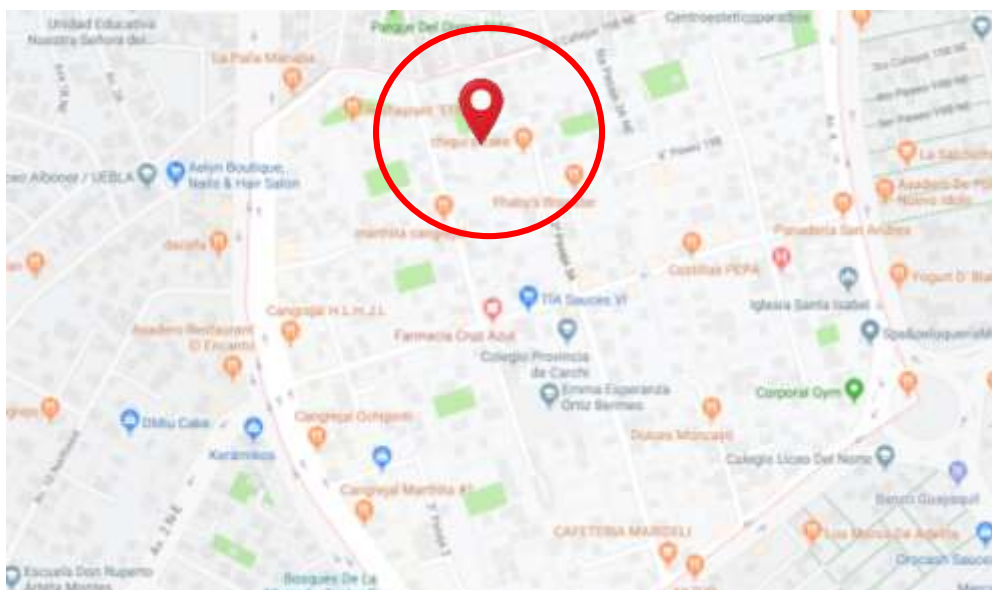
El lugar de producción está ubicado en la siguiente dirección:

Parroquia: Tarqui.

Sector: Norte.

Dirección: Sauces 6 Mz 340 Villa 30.

Ilustración 26 Micro - Localización Sauces 6



Fuente: (Google Maps, 2019)

3.6. 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)

3.7. Marca



Ilustración 27 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

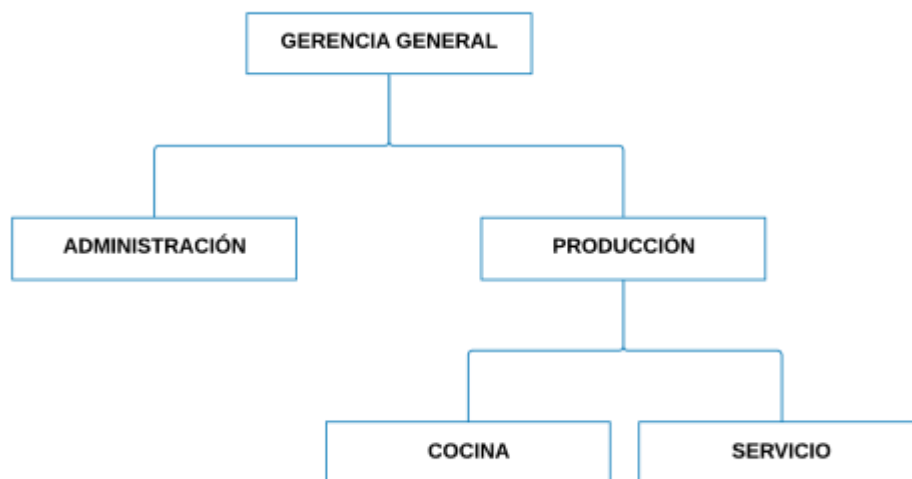
4.1. Tipo de organización

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

Ilustración 28 Estructura Organizacional



Elaborado por: Las Autoras.

Ilustración 29 Organigrama de la línea de servicio de Delicias Express



Elaborado por: Las Autoras.

4.3. Funciones y responsabilidades

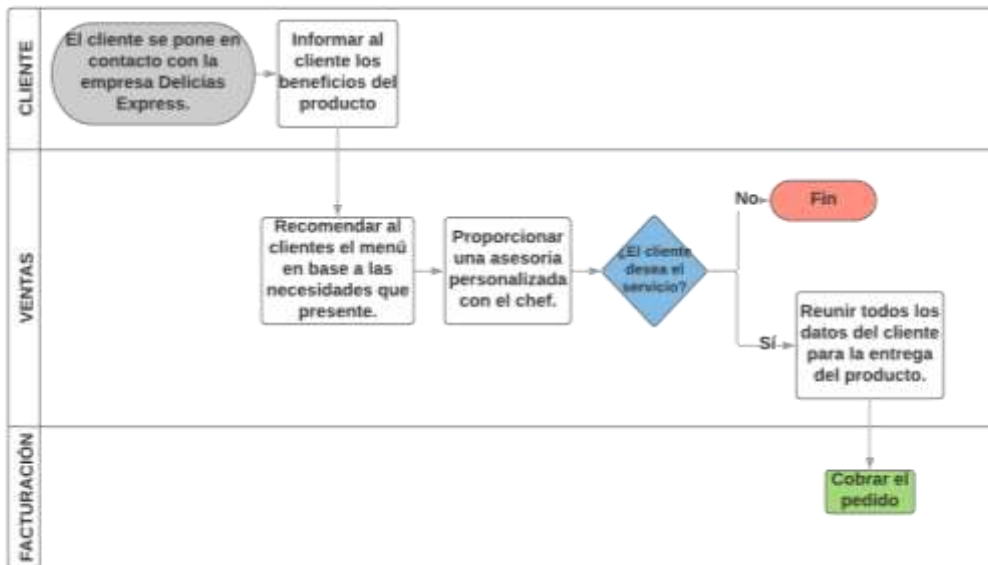
Tabla 19 Funciones y responsabilidades

RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
Chef	Supervisar y asegurar que se cumplan todos los procedimientos respecto a la elaboración de alimentos y pautas generales que aplican a toda el área de cocina y su personal.
Responsable de cocina caliente	Se encarga de la elaboración de todos los alimentos que necesiten cocción y que se los sirva calientes. Se encarga de la preparación de todos los alimentos que no necesitan cocción (ensaladas, aderezos, etc.).
Responsable de cocina fría	Además, se encarga de la manipulación de los alimentos que fueron sometido a un proceso de cocción anteriormente pero que se sirven fríos.
Responsable de repostería	Se encarga de la elaboración y presentación de los postres.
Responsable del servicio	Se encarga de todas las cosas necesarias para su entrega y se asegura que cada plato este de acuerdo al menú solicitado.

Elaborado por: Las Autoras.

4.4. Flujo de procesos administrativo

Ilustración 30 Flujo Proceso Administrativo



Elaborado por: Las Autoras.

4.5. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo

Tabla 20 Instalación, Equipos y Maquinarias Para El Personal Administrativo

MAQUINARIA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1 Laptop Marca Lenovo	\$450	\$450
1 Impresora Marca Epson L210	\$180	\$180
1 Escritorio pequeño de Oficina	\$65	\$65
1 Silla Ejecutiva	\$25	\$25
Servicio de Internet	\$20	\$20
TOTAL		\$740

Elaborado por: Las Autoras.

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

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)

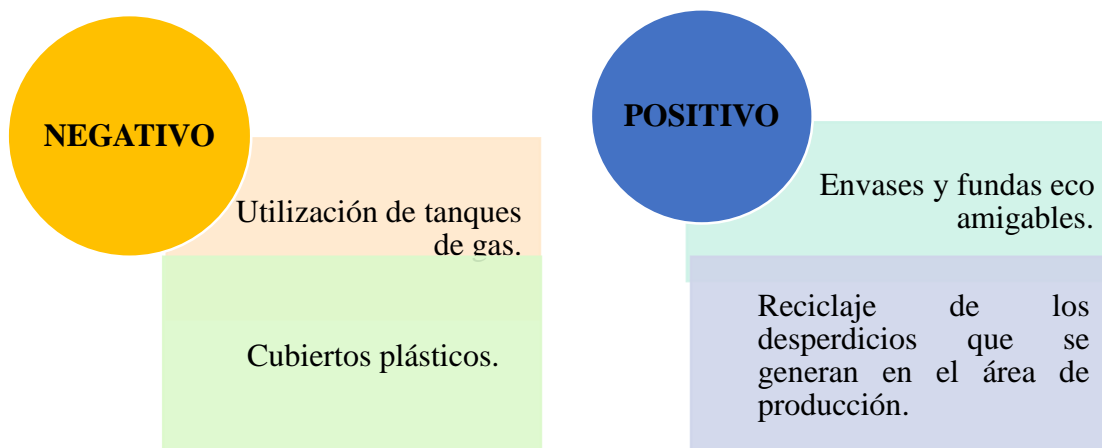
Requisitos para el RUC.

- 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:

Ilustración 31 Descripción Del Impacto Medio Ambiental



Elaborado por: Las Autoras.

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.

Tabla 21 Plan de Control Ambiental

PLAN DE COMPENSACIÓN		
Cubiertos plásticos	Como es de conocimiento general, cada que se entrega alimentos va acompañado de sus respectivos cubiertos, lo cual esto no aporta un valor favorable al medio ambiente, por consiguiente, se ha considerado obsequiar un set de tenedor con cuchara ecológica para disminuir la contaminación.	\$340
PLAN DE MITIGACIÓN		
Reciclaje de los desperdicios	Se utiliza este método para contribuir y enseñar a los demás la importancia de colocar cada desperdicio en el lugar que corresponda para no contaminar el medio ambiente, cuidando la salud de todos los que habitamos en el planeta.	\$200

Elaborado por: Las Autoras.

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.

6.1.1. Activos Fijos

Tabla 22 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Maquinarias	\$2.602
Equipos de computación	\$740
Extintores	\$60
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$3.402

Elaborado por: Las Autoras.

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

Tabla 23 Capital De Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Aporte socios	\$10.000
Total Capital de Trabajo	\$10.000

Elaborado por: Las Autoras.

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.

Tabla 24 Tabla De Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
	Capital		\$10.000	
	Tasa de interés mensual		0,88%	10,5
	Plazo en años		5	
	Forma de Pago		MENSUAL	
	Total Periodos		60	
	Periodos de Gracia		0	
	Periodos Normales		60	
	Valor Dividendo		\$215	
No. de Dividendos	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				<i>\$10.000</i>
1	\$88	\$127	\$215	\$9.873
2	\$87	\$128	\$215	\$9.744
3	\$86	\$129	\$215	\$9.615
4	\$85	\$131	\$215	\$9.484
5	\$83	\$132	\$215	\$9.353
6	\$82	\$133	\$215	\$9.220
7	\$81	\$134	\$215	\$9.085
8	\$80	\$135	\$215	\$8.950
9	\$79	\$136	\$215	\$8.814
10	\$78	\$138	\$215	\$8.676
11	\$76	\$139	\$215	\$8.537
12	\$75	\$140	\$215	8.397
13	\$74	\$141	\$215	8.256
14	\$73	\$143	\$215	8.113
15	\$71	\$144	\$215	7.969
16	\$70	\$145	\$215	7.824
17	\$69	\$146	\$215	7.678

18	\$68	\$148	\$215	7.530
19	\$66	\$149	\$215	7.381
20	\$65	\$150	\$215	7.231
21	\$64	\$152	\$215	7.079
22	\$62	\$153	\$215	6.926
23	\$61	\$154	\$215	6.772
24	\$60	\$156	\$215	6.616
25	\$58	\$157	\$215	6.459
26	\$57	\$158	\$215	6.301
27	\$55	\$160	\$215	6.141
28	\$54	\$161	\$215	5.980
29	\$53	\$163	\$215	5.817
30	\$51	\$164	\$215	5.653
31	\$50	\$165	\$215	5.488
32	\$48	\$167	\$215	5.321
33	\$47	\$168	\$215	5.153
34	\$45	\$170	\$215	4.983
35	\$44	\$171	\$215	4.811
36	\$42	\$173	\$215	4.638
37	\$41	\$174	\$215	4.464
38	\$39	\$176	\$215	4.288
39	\$38	\$178	\$215	4.110
40	\$36	\$179	\$215	3.931
41	\$35	\$181	\$215	3.751
42	\$33	\$182	\$215	3.569
43	\$31	\$184	\$215	3.385
44	\$30	\$185	\$215	3.199
45	\$28	\$187	\$215	3.012
46	\$27	\$189	\$215	2.823
47	\$25	\$190	\$215	2.633
48	\$23	\$192	\$215	2.441
49	\$21	\$194	\$215	2.247
50	\$20	\$195	\$215	2.052
51	\$18	\$197	\$215	1.855
52	\$16	\$199	\$215	1.656
53	\$15	\$201	\$215	1.455
54	\$13	\$202	\$215	1.253
55	\$11	\$204	\$215	1.048
56	\$9	\$206	\$215	842
57	\$7	\$208	\$215	635
58	\$6	\$210	\$215	425
59	\$4	\$211	\$215	213
60	\$2	\$213	\$215	-0
Totales	\$2.914	\$10.000	\$12.914	

Elaborado por: Las Autoras.

6.1.4. Depreciación

Tabla 25 Depreciación Anual

DEPRECIACION ANUAL	
Edificios	5%
Maquinaria y equipos	10%
Herramientas	10%
Computadoras	33%

Elaborado por: Las Autoras.

Tabla 26 Depreciación (Activos / Costo)

ACTIVOS	COSTO	
Muebles y enseres	\$200	10,0%
Maquinarias	\$400	33,0%
Equipos de computación	\$350	20,0%
Extintores	\$60	33,0%
TOTALES	\$1.010	

Elaborado por: Las Autoras.

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

Tabla 27 Ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$108.000	\$113.400	\$119.070	\$125.024	\$131.275

Elaborado por: Las Autoras.

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.

Tabla 28 Precios P.V.P

PRODUCTO	PRECIO P.V. P
Almuerzos y entrega a domicilio	\$5,00
Postres	\$2,50

Elaborado por: Las Autoras.

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

Tabla 29 Costos Directos

PRODUCTOS	UNIDADES	UNIDADES	COSTO	TOTAL	TOTAL	UNIDADES
	MENSUALES	ANUALES	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL	
Arroz	1	12	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 420,00	Quintal
Pastas	20	240	\$ 1,50	\$ 30,00	\$ 360,00	Libras
Aceite	10	120	\$ 1,50	\$ 15,00	\$ 180,00	Litros
Mantequilla	3	36	\$ 7,00	\$ 21,00	\$ 252,00	kg
Sal	6	72	\$ 0,50	\$ 3,00	\$ 36,00	kg
Azúcar	10	120	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 120,00	kg
Frutas (para hacer jugos)	20	240	\$ 3,50	\$ 70,00	\$ 840,00	kg
Legumbres (cebolla, tomate, pimiento, ajo, etc.)	25	300	\$ 1,50	\$ 37,50	\$ 450,00	kg
Vegetales (lechuga, nabo,	20	240	\$ 1,50	\$ 30,00	\$ 360,00	kg

col, coliflor, etc.)						
Granos (lenteja, fréjol, garbanzo, mote, etc.)	15	180	\$ 3,00	\$ 45,00	\$ 540,00	kg
Papa	10	120	\$ 0,85	\$ 8,50	\$ 102,00	kg
Yuca	15	180	\$ 1,25	\$ 18,75	\$ 225,00	kg
Verde	2	24	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00	Racimos
Proteínas (pollo, carne, chanchó)	25	300	\$ 10,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	kg
Especies (ajo en polvo, comino, pimienta, orégano, etc.)	1	12	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 21,60	Tiras
Leche	12	144	\$ 1,00	\$ 12,00	\$ 144,00	Litros
Queso	15	180	\$ 6,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00	kg
Hierbas (apio, perejil, albahaca, etc.)	10	120	\$ 0,75	\$ 7,50	\$ 90,00	Atados
Embutidos	10	120	\$ 2,00	\$ 20,00	\$ 240,00	Kg
Enlatados	12	144	\$ 1,50	\$ 18,00	\$ 216,00	Unidades
Vinagre	12	144	\$ 1,00	\$ 12,00	\$ 144,00	Unidades
Miel	6	72	\$ 2,50	\$ 15,00	\$ 180,00	Unidades
Harina	10	120	\$ 0,75	\$ 7,50	\$ 90,00	Kg
Kilol (desinfectante de frutas y vegetales)	1	12	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00	Galón
TOTALES				\$ 766,55	\$ 9.199	

Elaborado por: Las Autoras.

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

Tabla 30 Insumos Directos

INSUMOS DIRECTOS			
PRODUCTOS	COSTO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Contenedores ecológicos	\$ 0,05	\$ 75,00	\$ 900,00
Cuchillos	\$ 0,01	\$ 15,00	\$ 180,00
Tenedores	\$ 0,01	\$ 15,00	\$ 180,00
Servilletas	\$ 0,01	\$ 15,00	\$ 180,00
Botellas	\$ 0,05	\$ 75,00	\$ 900,00
Recipientes ecológicos para postres	\$ 0,40	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Agua	\$25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Luz	\$30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Servicio de internet	\$20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTALES		\$ 470,00	\$ 5.640,00

Elaborado por: Las Autoras.

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 receptor 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.

Tabla 31 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS								
DESCRIPCION	SUELDO BASE	SUB TOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	TOTAL
Chef principal	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 384,00	\$ 250,00	\$ 669,00	\$ 499,80	\$ 8.802,80
Responsable de cocina fría	\$ 384,00	\$ 4.608,00	\$ 384,00	\$ 384,00	\$ 192,00	\$ 513,79	\$ 383,85	\$ 6.849,64
Responsable de cocina caliente	\$ 384,00	\$ 4.608,00	\$ 384,00	\$ 384,00	\$ 192,00	\$ 513,79	\$ 383,85	\$ 6.849,64
TOTALES	\$ 1.268,00	\$ 15.216,00	\$ 1.268,00	\$ 1.152,00	\$ 634,00	\$ 1.696,58	\$ 1.267,49	\$ 22.502,08

Elaborado por: Las Autoras.

6.4.2. Gastos Generales

Lo 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.

Tabla 32 Gastos Generales

GASTOS GENERALES		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Arriendo	\$180	\$2.160
Internet	\$20	\$240
Plan de mitigación	\$200	\$2.400
Plan de compensación	\$340	\$4.080
Publicidad	\$100	\$1.200
TOTALES	\$840	\$10.080

Elaborado por: Las Autoras.

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.

Tabla 33 Estado De Situación Inicial

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	\$ 58.869	\$ 111.199	\$ 167.162	\$ 226.935	\$ 290.706
Caja - Bancos	\$ 48.839	\$ 101.139	\$ 167.069	\$ 216.809	\$ 280.545
Inventarios	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000
Activos Fijos Netos	\$ 3.180	\$ 2.958	\$ 2.736	\$ 2.514	\$ 2.292
Activos Fijos	\$ 3.180	\$ 2.958	\$ 2.736	\$ 2.514	\$ 2.292
Total Activos	\$ 62.049	\$ 114.157	\$ 169.898	\$ 229.449	\$ 292.998
Pasivos	\$ 0	\$ 2.441	\$ 4.638	\$ 6.616	\$ 8.397
Patrimonio	\$ 62.049	\$ 111.716	\$ 165.260	\$ 222.833	\$ 284.601
Activo - Pasivo	\$ 62.049	\$ 111.716	\$ 165.260	\$ 222.833	\$ 284.601
Pasivo + Patrimonio	\$ 62.049	\$ 114.157	\$ 169.898	\$ 229.449	\$ 292.998

Elaborado por: Las Autoras.

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.

Tabla 34 Balance General Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	\$58.869	\$111.199	\$167.162	\$226.935	\$290.706
Caja - Bancos	\$48.869	\$101.199	\$157.162	\$216.935	\$280.706
Inventarios	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Activos Fijos Netos	\$3.180	\$2.958	\$2.736	\$2.514	\$2.292
Activos Fijos	\$3.402	\$3.402	\$3.402	\$3.402	\$3.402
(Depreciación acumulada)	-\$222	-\$444	-\$666	-\$888	-\$1.110
Total Activos	\$62.049	\$114.157	\$169.898	\$229.449	\$292.998
Pasivos	\$8.397	\$6.616	\$4.638	\$2.441	\$0
Patrimonio	\$50.760	\$104.649	\$162.367	\$224.116	\$290.106
Aporte Futura Capitalización	\$510	\$510	\$510	\$510	\$510
Utilidad del Ejercicio	\$50.250	\$53.889	\$57.719	\$61.749	\$65.990
Utilidades Retenidas	\$0	\$50.250	\$104.139	\$161.857	\$223.606
Pasivo + Patrimonio	\$59.157	\$111.265	\$167.006	\$226.557	\$290.106

Elaborado por: Las Autoras.

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.

Tabla 35 Estado de Resultados

% Incremento Anual 5,0%						
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	\$108.000	\$113.400	\$119.070	\$125.024	\$131.275	\$596.768
(Costos Directos)	\$14.503	\$15.228	\$15.989	\$16.789	\$17.628	\$80.136
Utilidad Bruta	\$93.497	\$98.172	\$103.081	\$108.235	\$113.647	\$516.632
(Costos Indirectos)	\$25.296	\$25.296	\$25.296	\$25.296	\$25.296	\$126.480
Utilidad Operativa	\$68.201	\$72.876	\$77.785	\$82.939	\$88.351	\$390.152
(Depreciación)	\$222	\$222	\$222	\$222	\$222	\$1.110
(Gastos Financieros)	\$980	\$802	\$605	\$385	\$142	\$2.914
Utilidad antes de Impuestos	\$67.000	\$71.852	\$76.958	\$82.331	\$87.987	\$386.128
(Impuestos 25%)	\$16.750	\$17.963	\$19.240	\$20.583	\$21.997	\$139.971
UTILIDAD NETA	\$50.250	\$53.889	\$57.719	\$61.749	\$65.990	\$289.596

Elaborado por: Las Autoras.

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.

Tabla 36 Flujo De Caja

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	\$108.000	\$113.400	\$119.070	\$125.024	\$131.275	\$596.768
(Costos Directos)	\$14.503	\$15.228	\$15.989	\$16.789	\$17.628	\$80.136
(Costos Indirectos)	\$25.296	\$25.296	\$25.296	\$25.296	\$25.296	\$126.480
Flujo Operativo	\$68.201	\$72.876	\$77.785	\$82.939	\$88.351	\$390.152
Ingresos no operativos	\$2.010					\$2.010
Crédito	\$1.500					\$1.500
Aporte Propio	\$510					\$510
Egresos no operativos	\$21.343	\$20.546	\$21.822	\$23.166	\$24.580	\$122.848
Inversiones	\$2.010					\$13.402
<i>Activos Fijos</i>	\$3.402					\$3.402
<i>Capital de Trabajo</i>	\$10.000					\$10.000
Pago de dividendos	\$2.583	\$2.583	\$2.583	\$2.583	\$2.583	\$12.914
Impuestos	\$16.750	\$17.963	\$19.240	\$20.583	\$21.997	\$96.532
Flujo No Operativo	-\$19.333	-\$20.546	-\$21.822	-\$23.166	-\$24.580	-\$120.838
FLUJO NETO	\$48.869	\$52.330	\$55.963	\$59.773	\$63.771	\$269.314
Flujo Acumulado	\$48.869	\$101.199	\$157.162	\$216.935	\$280.706	

Elaborado por: Las Autoras.

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.

Tabla 37 Análisis De La Rentabilidad

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$2.010	\$48.869	\$52.330	\$55.963	\$59.773	\$63.771
Flujo Acumulado		\$48.869	\$101.199	\$157.162	\$216.935	\$280.706

Elaborado por: Las Autoras.

Tabla 38 Tasa De Descuento

Tasa de Descuento mensual	0,88%
Tasa de Descuento anual	11%
INDICES NOMINALES	

Elaborado por: Las Autoras.

Tabla 39 Payback (Recuperación De La Inversión)

Payback (Recuperación de la Inversión)	(Menor al plazo)		
Año de Recuperación de la Inversión	Año	2	
Diferencia con Inversión Inicial	\$2.010	\$101.199	-\$99.189
Flujo Mensual Promedio Año Siguierte	\$55.953	12	\$4.664
Número de Meses	-\$99.189	\$4.664	-21
PAYBACK	2	Año (s)	-21 Mes(es)

Elaborado por: Las Autoras.

Tabla 40 Tasa de Rendimiento Promedio

Tasa de Rendimiento Promedio	(Mayor a la T. Dcto)	
Sumatoria de Flujos	\$280.706	
Años	5	
Inversión Inicial	\$2.010	

Elaborado por: Las Autoras.

Tabla 41 TRP

TRP	2793,1%
------------	----------------

Elaborado por: Las Autoras.

Tabla 42 Índices Descontados

INDICES DESCONTADOS	
Suma Flujos Descontados	\$154.375

Elaborado por: Las Autoras.

Tabla 43 Valor Actual Neto (VAN)

Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$54.679
Índice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	76,80
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	7580%
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	2437%

Elaborado por: Las Autoras.

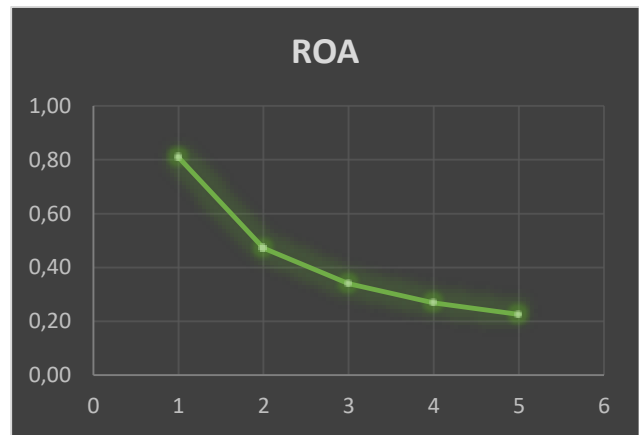
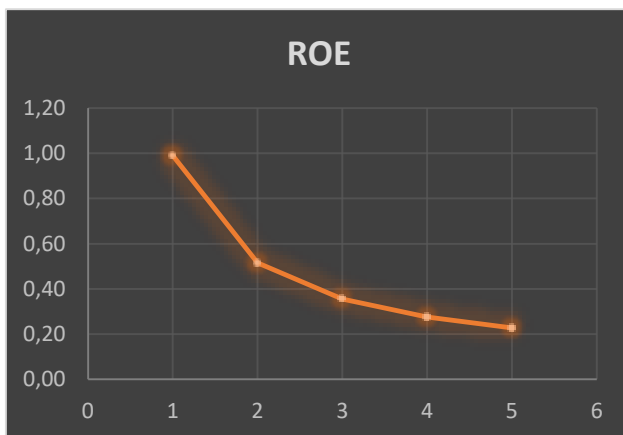
Delicias Express tiene una tasa de rendimiento favorable, el VAN que se presenta en la Microempresa es alto y la TIR demuestra que el proyecto si es viable.

7.4.1. Razones Financieras (ROE-ROA-ROS)

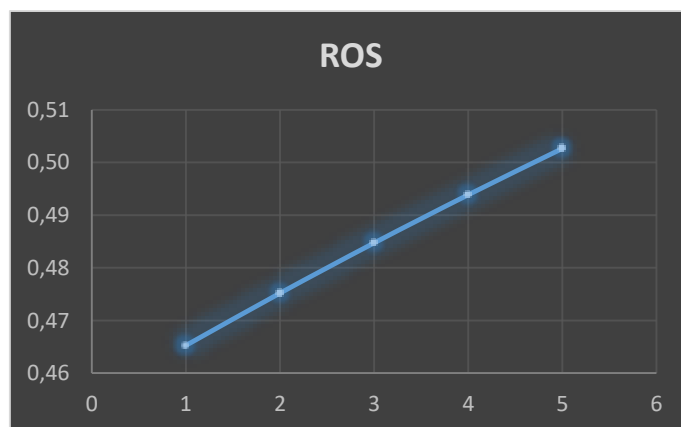
Tabla 44 Razones Financieras

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROE	0,99	0,51	0,36	0,28	0,23
ROA	0,81	0,47	0,34	0,27	0,23
ROS	0,47	0,48	0,48	0,49	0,50

Elaborado por: Las Autoras.



Elaborado por: Las Autoras.



Elaborado por: Las Autoras.

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

Tabla 45 Dupont

Punto de Equilibrio	En U\$	\$29.220
	En %	24%
	En unid.	0
Valor Agregado sobre Ventas	(Menor a 50%)	14%
Índice de Empleo	(Mayor al 50%)	514%
Riesgo de Iliquidez	(Menor a 50%)	3%
Margen Neto de Utilidad	(Mayor a la T. Dcto)	49%
Rotación de Activos	(Mayor a 1)	2%
Dupont	Aprox. al 100%	99%

Elaborado por: Las Autoras.

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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía Guayaquil. (02 de Agosto de 2019). *Requisitos únicos para la obtención de Registro de Patente Municipal*. Obtenido de <https://www.guayaquil.gob.ec/Paginas/C%C3%B3mo-obtengo-una-Solicitud-para-Registro-de-Patente.aspx>
- Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. (08 de 08 de 2019). *REQUISITOS MÍNIMOS PARA ESTABLECIMIENTOS*. Obtenido de <https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/atencion-al-usuario-2/>
- Bomberos Guayaquil. (08 de 08 de 2019). *SERVICIOS EN LÍNEA*. Obtenido de <https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/servicios-en-linea/>
- Cámara de Comercio de Quito. (Junio de 2017). *Consulta Societaria*. Obtenido de Clasificación de las PYMES, Pequeña y Mediana Empresa: http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf
- Censos, I. N. (06 de 2009). *La Industria de alimentos y bebidas en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/ALIMENTOS.pdf>
- Competitivo, S. (2008). *Michael E. Porter*. Mexico: Harvard Business.
- Fontaines, T. (2012). Metodología De La Investigación. En T. F. Ruiz, *Pasos Para Realizar El Proyecto De Investigación*. La Candelaria, Caracas, venezuela: JUPITER EDITORES C.A.
- Google Maps. (23 de 07 de 2019). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Oasis+Centro+Comercial/@-2.0607826,->

79.9068467,15z/data=!4m5!3m4!1s0x902d126535cfe22d:0xa87954a3b0547613!8m2!3d-2.0642275!4d-79.9079066

Google Maps. (25 de 07 de 2019). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Guayaquil/@-2.1520379,-80.1199503,11z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d13cbe855805f:0x8015a492f4fca473!8m2!3d-2.1894128!4d-79.8890662?hl=es>

Google Maps. (23 de 07 de 2019). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Oasis+Centro+Comercial/@-2.0645961,-79.9065503,2240m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x902d126535cfe22d:0xa87954a3b0547613!8m2!3d-2.0642275!4d-79.9079066>

Google Maps. (25 de 07 de 2019). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-2.1262567,-79.9011559,17z?hl=es>

INEC. (2012). *Principales Resultados: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR) 2011- 2012*. Recuperado el 07 de 08 de 2019, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf

INEC), I. N. (2011-2012). *Principales Resultados: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR) 2011- 2012*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf

- kantaribopemedia. (06 de 11 de 2017). *El nuevo consumidor ecuatoriano: Oportunidades de crecimiento en tiempos de recuperación del consumo*. Obtenido de <https://www.kantaribopemedia.com/el-nuevo-consumidor-ecuatoriano-oportunidades-de-crecimiento-en-tiempos-de-recuperacion-del-consumo/>
- kantaribopemedia. (06 de 11 de 2017). *El nuevo consumidor ecuatoriano: Oportunidades de crecimiento en tiempos de recuperación del consumo*. Recuperado el 08 de 08 de 2019, de kantaribopemedia: <https://www.kantaribopemedia.com/el-nuevo-consumidor-ecuatoriano-oportunidades-de-crecimiento-en-tiempos-de-recuperacion-del-consumo/>
- Mauricio-Bonilla, D., Pozo-Eugenio, C. M., & Mayorga-Toro, V. A. (2018). Conociendo al consumidor ecuatoriano desde la antropología y el marketing: Una perspectiva psicológica gerencial. *Polo Del Conocimiento*, 101.
- NORMAS ISO. (02 de Agosto de 2019). *ISO 9001 SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD*. Obtenido de <https://www.normas-iso.com/iso-9001/>
- Pulido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Opción*, 31(1), 1137-1156.
- Quispe, D., & Sanchez, G. (2011). Encuestas y entrevistas en investigación científica. *Revistas Bolivianas*, 10, 490.
- Rivas, J. A. (2013). *Comportamiento del Consumidor*. Madrid: ESIC.
- Trámites Ecuador. (02 de Agosto de 2019). *REQUISITOS PARA SACAR EL RUC EN ECUADOR*. Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>

Valencia, M. J. (2019). *Derechoecuador.com*. Obtenido de MICROEMPRESA:

<https://www.derechoecuador.com/microempresa>

ANEXOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Objetivo: Evaluar la viabilidad de lanzar un nuevo producto al mercado y conocer cuáles son las preferencias y gustos de los consumidores.

ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD

Marque con una X la opción que usted considere.

CARACTERÍSTICAS GENERALES:

Indique su rango de edad:

<input type="checkbox"/>	18 a 24
<input type="checkbox"/>	25 a 31
<input type="checkbox"/>	más de 32

Sexo:

<input type="checkbox"/>	Femenino
<input type="checkbox"/>	Masculino

Ocupación:

<input type="checkbox"/>	Administrativo
<input type="checkbox"/>	Servicios
<input type="checkbox"/>	Otro

Rango de Ingresos:

<input type="checkbox"/>	380 - 599
<input type="checkbox"/>	600 - 799
<input type="checkbox"/>	Más de 800

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

<input type="checkbox"/>	Menos de una hora
<input type="checkbox"/>	1 hora
<input type="checkbox"/>	Más de una hora

2.- Usualmente su consumo de almuerzo es:

<input type="checkbox"/>	Trae su propio almuerzo de casa
<input type="checkbox"/>	Restaurante/comedor cercano al trabajo
<input type="checkbox"/>	Servicio de entrega de almuerzo en el lugar de trabajo
<input type="checkbox"/>	Otra (especifique)

3.- ¿Cuánto gasta usualmente en su almuerzo diario?

<input type="checkbox"/>	De \$ 2 a \$ 3,99
<input type="checkbox"/>	De \$4 a \$ 5,99
<input type="checkbox"/>	Más de 6

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

	Excelente
	Muy buena
	Buena
	Deben mejorarla

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

	Cantidad
	Sabor casero
	Precio
	Presentación
	Ingredientes saludables
	Nutritivo

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

	Nada saludable
	Poco saludable
	Medianamente saludable
	Saludable
	Muy saludable

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

	Si
	No
	Talvez

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

	Sobre los alimentos
	Sobre el servicio de entrega

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

	WhatsApp
	Facebook
	Instagram



REGISTRO FOTOGRÁFICO DE TUTORIAS





Milagro, 9 de septiembre del 2019

REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: INGENIERIA EN MARKETING

Línea de investigación: MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD (EMPRENDIMIENTO)

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE MICROEMPRESA DE ALIMENTACIÓN Y SERVICIO DE ENTREGA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

ACOMPAÑANTE: YUQUI KETIL MIGUEL JAVIER

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	GUARANDA PACHECO JOSELYN KENYA	0928172896	INGENIERIA EN MARKETING
2	MACIAS CARBO GEANELA LISBETH	0950454512	INGENIERIA EN MARKETING

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
1	25-06-2019	Inicio: 08:57 a.m.	Fin: 11:57 a.m.	2	REUNIÓN PARA REVISIÓN DE TEMA Y ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN PARTICIPANTES: GEANELA MACIAS, KENYA GUARANDA ACUERDOS: IDEA DE NEGOCIO: ELABORACIÓN Y SERVICIO DE ENTREGA DE ALIMENTACIÓN EJECUTIVA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL FORMALIZAR LA PRESENTACIÓN DEL TEMA (IDEA DE NEGOCIO) EN LA FACULTAD. ENVIAR POR CORREO PROPUESTA CAPÍTULO 1 PARA REVISIÓN PREVIO A LA SIGUIENTE REUNIÓN PROXIMA REUNIÓN PRESENCIAL 2 DE JULIO 11:00
2	12-07-2019	Inicio: 10:15 a.m.	Fin: 12:15 p.m.	2	REUNIÓN PARA REVISIÓN DE CAPÍTULO I Y PROPUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO
3	16-07-2019	Inicio: 10:59 a.m.	Fin: 12:59 p.m.	2	REVISIÓN PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN MERCADO, INSTRUMENTO (ENCUESTA - CUESTIONARIO)
4	18-07-2019	Inicio: 10:59 a.m.	Fin: 12:59 p.m.	2	REVISIÓN RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO
5	23-07-2019	Inicio: 10:59 a.m.	Fin: 12:59 p.m.	2	REVISIÓN PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING: PRODUCTO - MARCA
6	26-07-2019	Inicio: 11:59 a.m.	Fin: 13:59 p.m.	2	REVISIÓN PLAN DE MARKETING: PRECIO - PLAZA (DISTRIBUCIÓN)
7	02-07-2019	Inicio: 10:59 a.m.	Fin: 12:59 p.m.	2	REVISIÓN CAPÍTULO I DECLARACIÓN AXIOLÓGICA (MISIÓN, VISIÓN), OBJETIVOS
8	30-07-2019	Inicio: 10:59 a.m.	Fin: 12:59 p.m.	2	REVISIÓN DE PLAN DE MARKETING: PROMOCIÓN, VENTAS, PUBLICIDAD (MEDIOS, MENSAJE, POSICIONAMIENTO)
9	02-08-2019	Inicio: 10:59 a.m.	Fin: 12:59 p.m.	2	REVISIÓN DEL COMPONENTE ADMINISTRATIVO, PROCESOS, INFRAESTRUCTURA, UBICACIÓN
10	06-08-2019	Inicio: 10:59 a.m.	Fin: 12:59 p.m.	2	REVISIÓN ANÁLISIS FINANCIERO, ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

YUQUI KETIL MIGUEL JAVIER
PROFESOR(A)

SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO
DIRECTOR(A)

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107
Teléfono: (04) 2715187
Milagro • Guayas • Ecuador

VISIÓN
Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud creativa y valores éticos, desarrolla investigación relevante y clara atención que demanda el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

www.unemi.edu.ec



Joselyn Guaranda

GUARANDA PACHECO JOSELYN KENYA
ESTUDIANTE

Geanela Macías B.

MACIAS CARBO GEANELA LISBETH
ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
Commutador: (04) 2715001 - 2715079 Ext. 3107
Telefax: (04) 2715187
Milagro • Guayas • Ecuador

VISIÓN
Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación científica y presta servicios que demandan el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

www.unemi.edu.ec

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