



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MENCIÓN: GESTIÓN DE PROYECTOS

Resolución: RPC-SO-14-No.287-2020-CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Ana Lucía Taco Cayambe

Tutor/a:

MSc.- Ana Lucía Tulcán Pastas

Quito – Ecuador

2022

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, **Ana Lucía Tulcán Pastas** con C.I: 0401371083 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: **Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan.**

Elaborado por: Ana Lucía Taco Cayambe, de C.I: 1718871021, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas, mención: Gestión de Proyectos de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 23 de agosto del 2022

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Ana Lucía Taco Cayambe con C.I: 1718871021, autor/a del proyecto de titulación denominado: **Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan**. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas, mención Gestión de Proyectos.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 23 de agosto del 2022

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iii
INFORMACIÓN GENERAL.....	1
Contextualización del tema	1
Problema de investigación	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	2
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:	2
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	4
1.1. Contextualización general del estado del arte	4
1.2. Proceso investigativo metodológico.....	5
1.3. Análisis de resultados	8
CAPÍTULO II: PROPUESTA	14
2.1. Fundamentos teóricos aplicados.....	14
2.2. Descripción de la propuesta	17
2.3. Validación de la propuesta	21
2.4. Matriz de articulación de la propuesta	27
CONCLUSIONES.....	34
RECOMENDACIONES.....	42
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	614

Índice de tablas

Tabla 1 Indicadores Encuesta.....	8
Tabla 2 Pregunta 1	8
Tabla 3 Pregunta 2	8
Tabla 4 Pregunta 3	9
Tabla 5 Pregunta 4	9
Tabla 6 Pregunta 5	9
Tabla 7 Pregunta 6	10
Tabla 8 Pregunta 7	10
Tabla 9 Pregunta 8	11
Tabla 10 Pregunta 9	11
Tabla 11 Pregunta 10.....	11
Tabla 12 Pregunta 11.....	12
Tabla 13 Materia Prima	28
Tabla 14 Maquinaria y equipo de producción	30
Tabla 15 Mobiliario equipo de Producción.....	31
Tabla 16 Enseres Ventas	31
Tabla 17 Muebles y enseres Área Administrativa.....	31
Tabla 18 Pronostico Demanda	34
Tabla 19 Demanda	34
Tabla 20 Encuesta Panaderías pregunta 1.....	35
Tabla 21 Encuesta Panaderías pregunta 2.....	35
Tabla 22 Encuesta Panaderías pregunta 3.....	36
Tabla 23 Encuesta Panaderías pregunta 4.....	36
Tabla 24 Encuesta Panaderías pregunta 5.....	36
Tabla 25 Análisis de encuestas Realizadas Panaderías.....	37
Tabla 26 Pronóstico de oferta diaria	37
Tabla 27 Demanda Insatisfecha	38
Tabla 28 Inversión	43
Tabla 29 Activos Producción	43
Tabla 30 Activos Mobiliario Producción	44
Tabla 31 Activo área de venta.....	44
Tabla 32 Activos área Administrativa.....	45
Tabla 33 Resumen de costos y gastos	45
Tabla 34 Materia Prima Directa	46
Tabla 35 Materia Prima Indirecta	46
Tabla 36 Mano de obra directa.....	47
Tabla 37 Costos Indirectos de Fabricación	47
Tabla 38 Depreciación de Activos Fijos	47
Tabla 39 Gastos de Comercialización y ventas	48
Tabla 40 Gastos Administrativos.....	48
Tabla 41 Gastos Financieros	48
Tabla 42 Tabla de Amortización.....	49
Tabla 43 Inversión y Financiamiento.....	50
Tabla 44 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	51
Tabla 45 Calculo de Ingresos.....	52

Tabla 46 Determinación de costos de producción.....	53
Tabla 47 Flujo Proyectado	54
Tabla 48 Proyección de los Ingresos	55
Tabla 49 Flujo de Efectivo Proyectado	57
Tabla 50 Flujos con VAN mayor y menos	59
Tabla 51. Matriz de articulación	65

Índice de figuras

Figura 1 Parroquia de San Juan	6
Figura 2 Propuesta	18
Figura 3 Ubicación.....	26
Figura 4 Ubicación del Sector	27
Figura 5 Pan de Yuca	28
Figura 6 Elaboración del Pan de Yuca	30
Figura 7 Organigrama.....	32
Figura 8 Comercialización Pan de Yuca	38
Figura 9 LOGO.....	40
Figura 10 Barrio de San Juan	42
Figura 11 Ubicación Barrio San Juan	42

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

En la Ciudad del D.M. de Quito, en el Centro Histórico se concentran barrios de trascendencia e historia colonial con una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros, y nos permite ofrecer varios tipos de comida tradicional y bocaditos, cada uno de sus sectores con sus propias tradiciones.

Lo cual permite su visita a los diferentes barrios, es así que tenemos el barrio de San Juan, este barrio se caracteriza por la calidez de su gente y por los diferentes lugares que podemos visitar, y su tradicional comida a degustar.

La puesta en marcha de un proyecto de inversión, se mide no solo en base a una buena idea, sino que hay que demostrar la viabilidad desde el punto de vista de las posibilidades del mercado a través del uso de herramientas de investigación seleccionadas y de los resultados que arrojen los análisis económico y financiero. Además de otros aspectos relacionados como, el proceso de fabricación, sus costos operacionales; así como, los gustos y preferencias de los consumidores.

Las nuevas tendencias económicas exigen poner en ejecución políticas, objetivos, estrategias y metas cuantitativas que vayan acorde con los esquemas de la globalización y competitividad, principalmente en los sectores productivos, como en el caso de la industria panificadora.

El pan es el producto alimenticio más importante consumido en todos los hogares, es de bajo costo y está al alcance de los ingresos de cualquier persona por dicha razón no se ha implementado dar un buen impulso a uno de sus sustitutos como sería el pan de yuca.

El plan de negocio que se propone emprender, es a través de un estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan, con rellenos naturales a base de sabores exóticos con frutas propias de nuestro país como mora, coco, frutilla, naranjilla, etc.

Problema de investigación

La realidad actual del país, por la inestabilidad económica existente no permite la apertura y viabilidad de poder encontrar un trabajo que genere el valor de la canasta básica. Por lo cual es necesario buscar una forma de poder comenzar un emprendimiento, con el que se pueda sustentar dignamente una familia y poder generar más empleo.

Es determinante plantear ¿Qué tan viable es emprender un Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan?

Objetivo general

Desarrollar un Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan, cuya actividad comercial principal sea la producción de pan de yuca y su comercialización en el sector a través de su propio local.

Objetivos específicos

Obj. Esp. 1 Contextualizar los fundamentos teóricos sobre plan de negocios, estudio de factibilidad y proceso metodológico para una cafetería temática de venta de pan de yuca.

Obj. Esp. 2 Diagnosticar el mercado y la situación actual que permita la viabilidad del plan de negocio de una cafetería temática de venta de pan de yuca.

Obj. Esp. 3 Diseñar un plan de negocio que determine la viabilidad económica de implementar una cafetería temática de venta de pan de yuca.

Obj. Esp. 4 Valorar a través de criterio de especialistas el estudio de factibilidad realizado para la implementación de una cafetería temática de venta de pan de yuca.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

Los beneficiarios directos, son los promotores del emprendimiento a iniciar, el cual está contemplado para un estilo de vida sano en base a una alimentación saludable a través de la yuca como un producto natural, que aparte de ser agradable y sano contienen nutrientes que el organismo necesita ingerirlas diariamente como; vitaminas B, B6 y energizantes a través de hidratos de carbono que aportan un 80% de energía al cuerpo diariamente en circunstancias normales, es muy recomendado su consumo para mantener una dieta que ayude a mantener los niveles de colesterol de una persona.

Los beneficiarios indirectos son: los turistas, clientes y la comunidad ya que podrán contar con un aperitivo con alto contenido de fibra dietética que ayuda a disminuir los niveles de triglicéridos, es benéfica para el sistema nervioso, disminuye la ansiedad y además es la mejor forma de combatir las molestias que produce el intestino irritable.

Este alimento tiene entre sus propiedades grandes cantidades de vitamina k la cual contribuye a la formación de la masa ósea, combate la osteoporosis, y se utiliza en el tratamiento de pacientes con Alzheimer.

Un aporte con la sociedad es convertirse en un ente vivo que genere fuentes de empleo, contribuya con el pago de sus tributos a tiempo y sea generador del comercio de productos saludables.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización general del estado del arte

El presente proyecto pretende soportar la justificación a través de fundamentos teóricos tales como: conceptos principales, fuentes teóricas consultadas y otras investigaciones similares.

Emprendimiento

Así, como (Moreno, 2016) menciona que: los emprendimientos dedicados a la elaboración de postres, debe también esta enfocados que sean de sabor agradable, novedoso y saludables para sus consumidores ya que garantiza su consumo habitual, Sin embargo, muchos de estos contienen excesivas calorías y escasos nutrientes, los cuales generan un factor negativo en la salud como los niveles de calorías, escasos nutrientes los cuales aumentan los niveles de grasa y azúcar provocando enfermedades cardiacas, diabetes, obesidad, etc.

Los consumidores presentan curiosidad por degustar y experimentar en sabores, gustos y preferencias que no han sido todavía satisfechas, lo que confirma que existe una oportunidad de mercado potencial con necesidades de consumo en postres a satisfacer y por ende productos nutritivos.

Según lo expuesto por el autor (Quaranta, 2020) existen empresas dedicadas a la elaboración de alimentos, en las cuales no existe un control del uso de productos sustitutos inorgánicos como ingredientes artificiales a base de colorante y preservantes, ocasionado problemas de salud en los consumidores.

Por lo cual se determina la importancia del uso de productos naturales, en este proyecto el ingrediente principal es la yuca y los rellenos que son frutas naturales de temporada y propias de la región, para ofrecer un producto que cumpla con las siguientes características de aporte nutricional y saludable, elaborado con estrictas normas de seguridad e higiene prevaleciendo el consumo continuo por un producto de calidad y nutritivo.

Plan de Inversión

Para, (Viñan, 2018), un plan de inversión es investigar, analizar un negocio, para el cuál se desarrollan estrategias, evaluando su viabilidad, a través de transformar ideas innovadoras en oportunidades generadoras de fuentes de ingreso solventando necesidades, el cual comprende desde el inicio, desarrollo y ejecución.

Evaluación de proyecto

Define como evaluación de proyecto: (Castro, 2017), son las dimensiones cuantitativas en la fase de planeación e implementación que van a surgir si se llega a desarrollar el proyecto, basada en la información obtenida en el mercado y cálculos matemáticos que permitirá evaluar el nivel de riesgo que se genera.

Estudio de Factibilidad

Para; (Viñan, 2018), un estudio de Factibilidad, es realizar el análisis del entorno, el mercado para definir o determinar la ejecución de un plan de negocio y dar soluciones a requerimientos, problemas, necesidades de las organizaciones, desarrollando la formulación de Filosofía y estructura organizacional.

Por lo antes expuesto, se considera relevante el desarrollo de un plan de negocio de pan de yuca como emprendimiento, ya que debido al enfoque del proyecto, a través de un estudio de factibilidad que pretende un análisis global enmarcando la definición y desarrollo de los siguientes estudios (Estudio de Mercados, Estudio Técnico, Estudio Económico y Financiero, Estudio Administrativo,)) con el fin de obtener la suficiente información para poder tomar las respectivas decisiones del alcance del proyecto y su posible puesta en marcha.

1.2. Proceso investigativo metodológico

Según (Sampieri, 2020) los autores se debe realizar la recolección de datos , medición numérica y análisis estadístico, a través del tipo y método estadístico para un plan de negocios como:

- Investigación exploratoria:
En la cual se estima el tamaño y las características del mercado.
- Investigación Descriptiva:
Permite especificar / describir, y determinar características del diseño del producto y/o servicio.
- Correlacional:
Analiza cambios en variables como demanda, precios, inventarios, para el análisis de Sensibilidad o de escenarios.
- Investigación Experimental:
A través de un Análisis financiero se alteran y proyectan variables definidas.
- Investigación no Experimental:
En la información a recabar está relacionada con el mercado y con el aspecto legal, no se modifica nada, es información real.

La parroquia de San Juan está dividida en tres barrios los cuales son: La Independencia, La Chilena y San Juan. Por la gran cantidad de habitantes que existe en la parroquia se ha considerado para el estudio el barrio de San Juan que cuenta con 39500 habitantes, la cual se tomara en cuenta para el cálculo de la muestra.

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se considerará la fórmula universal:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{e^2 N + Z^2 p q}$$

$$p = 0,2$$

$$q = 0,8$$

$$Z = 95\% \quad Z = 1,96$$

$$e = 5\% \quad e = 0,05$$

$$N = 39500 \text{ habitantes del barrio de San Juan}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,2 * 0,8 * 39500}{(0,05^2 * 39500) + (1,96^2 * 0,2 * 0,8)}$$

$$n = 244$$

La muestra determinada por la fórmula es de 244

TRABAJO DE CAMPO

Al haber seleccionado el tipo de muestreo y diseñado el cuestionario se procede a recabar la información.

INDICADORES DE RESULTADOS

Para evaluar los resultados el producto final, se describen a continuación los siguientes indicadores:

Tabla 1 Indicadores Encuesta

INDICADORES		
Gustos y Preferencias	Preferencias	Sugerencias
Hábitos de consumo	Satisfacción	Ubicación
Conocimiento del producto	Precio	Exclusividad del producto

1.3. Análisis de resultados

Pregunta 1

Tabla 2 Pregunta 1

1. ¿Usted come pan?

Nro. Encuestas	SI	%	NO	%
244	200	81,97	44	18,03

Análisis:

Se puede observar que el mayor porcentaje de personas encuestas, es decir el 82% consume pan, y por otro lado el 18% no lo hace por diversos motivos.

Pregunta 2

Tabla 3 Pregunta 2

2. ¿Le gusta el pan de yuca?

Nro. encuestas	SI	%	NO	%
244	125	51,22	119	48,78

Análisis:

En la pregunta 2 se puede apreciar que el 51,22% de las personas encuestadas gustan del pan de yuca, mientras que un 48,78% no prefiere el pan de yuca.

Pregunta 3

Tabla 4 Pregunta 3

3. ¿Por qué razón consume el pan de yuca?

Nro. Encuestas	Costumbre	%	Sabor	%	Otros	%
244	98	40,16	105	40,03	41	19,81

Análisis:

Se puede observar que en la pregunta 3 la mayoría es 43% de personas consume el pan de yuca por su sabor y el 40% lo hace por costumbre o porque lo comen en su casa como un sustituto del pan normal, y el 17% restante lo hace por otros factores.

Pregunta 4

Tabla 5 Pregunta 4

4. ¿En qué momento del día usted consumiría el pan de yuca?

Nro. encuestas	desayuno	%	merienda	%	Otros	%
244	117	48	67	27	60	25

Elaborado: Autor

Análisis:

Se puede apreciar que la mayoría de las personas encuestadas son el 48% consume el pan de yuca en el desayuno, por otro lado, el 27% lo hace en las meriendas; y el 25% lo consume en cualquier momento del día.

Pregunta 5

Tabla 6 Pregunta 5

5. ¿Dónde normalmente adquiere el pan de yuca?

Nro. encuestas	panaderías	%	supermercados	%
244	108	44,26	136	55,74

Análisis:

El 56% de las personas encuestas comenta que el producto se lo puede adquirir con mayor facilidad en los supermercados, y el 44% lo hace en las panaderías hoy en día es más común ya que se ha vuelto un producto con una alta demanda.

Pregunta 6**Tabla 7 Pregunta 6**

6. ¿Normalmente cuantos panes de yuca consume usted?

Nro. encuestas	1 a 3	%	4 a 5	%	6 o más	%
244	178	63	36	18	30	12,13

Análisis:

En la pregunta seis se puede apreciar que el rango de consumo del pan de yuca es de 1 a 3 panes que equivale al 73%, el consumo de 4 a 5 equivale al 15% y de 6 o más es 12%.

Pregunta 7**Tabla 8 Pregunta 7**

7. ¿Qué precio paga por cada unidad?

Nro. encuestas	0,25 ctvs.	%	0,35 ctvs.	%	0,50 ctvs.	%
244	100	40,98	27	11,07	117	47,95

Análisis:

La mayoría de personas paga un precio de 0,50 ctvs. por la unidad, se podría acotar que el precio es un poco elevado debido a que no es un producto que se lo pueda conseguir con facilidad; un 41% de la población objeto de estudio lo adquirido a un precio de 0,25 ctvs. de dólar, y un 11% lo ha adquirido a 0,35 ctvs. de dólar.

Pregunta 8

Tabla 9 Pregunta 8

8. ¿Le gustaría que haya un sitio que se dedique a la producción y venta de pan de yuca en San Juan?

Nro. encuestas	SI	%	NO	%
244	188	77,05	56	22,95

Análisis:

De las encuestas realizadas el 77% de los encuestados tiene expectativas de se incorpore un local que se dedique a la venta de pan de yuca; por otro lado, el 23% es indiferente.

Pregunta 9

Tabla 10 Pregunta 9

9. ¿Qué factores le harían consumir más el pan de yuca?

Nro. encuestas	Precio	%	Sabor	%	Variedad	%
244	76	31,15	109	44,67	59	24,18

Análisis:

El factor que más influye en el consumo del pan de yuca es el sabor con un 45%, las personas también les puede influir el factor precio antes de su consumo con el 31%, y un 24% tiene que tener mucha más variedad para tener de donde escoger.

Pregunta 10

Tabla 11 Pregunta 10

10. ¿Dé los sabores descritos cual sería el de su agrado?

Nro. encuestas	Pan de yuca con mermelada de piña	%	Pan de yuca con mermelada de fresa	%	Pan de yuca con queso el tradicional	%
244	86	35	111	46	47	19

Análisis:

Podemos apreciar que de las personas encuestadas el sabor es un factor muy importante al momento de la compra, de ahí que podemos observar que el pan de yuca con mermelada de fresa sería el más apetecible con un 46%, el pan de yuca con mermelada de piña sería el segundo en la preferencia de los encuestados con un 35%; y quedaría el pan de yuca tradicional con un 19%.

Pregunta 11**Tabla 12 Pregunta 11****11. ¿Qué otros productos le gustaría que el nuevo local también comercialice?**

Nro. encuestas	leche	%	yogurt	%	avena	%
244	35	14	123	51	36	15

galletas	%	embutidos	%	otros	%
22	9	8	3	20	8

Análisis:

Las preferencias de las personas encuestadas para poder acompañar el pan de yuca están el yogurt con un 51%, seguido de la avena con un 15%, con mucho menos porcentaje la leche con 14%, las galletas con el 9%, los embutidos con el 3% y les parece indiferente con el 8%.

Síntesis

El principal objetivo de esta investigación de mercados es determinar la viabilidad del plan de negocio y de instalar una nueva microempresa de producción y venta de pan de yuca en sus diferentes presentaciones.

A partir del análisis de las respuestas aportadas por los usuarios, se destacan algunas características que ayudarán a conocer la población y demanda.

De la investigación de campo realizada en el Centro de Quito, en el barrio de San Juan, cabe señalar, que, en promedio, los hogares están estructurados por 4 personas (2 padres y 2 hijos). Al analizar el nivel socio-económico, se conoció que este sector está conformado por familias de clase media y media baja, con una capacidad de pago por unidad de pan de yuca, entre USD 0.25, USD 0.35 y USD 0.50 centavos.

También se conoció que el 63% de los consumidores comen 1 a 3 unidades de pan al día, mientras que el 19% come de 4 a 5 unidades y el 18% 6 o más unidades; es decir, que el consumo más significativo de pan es de 3 panes por persona al día.

El 48% de las personas encuestadas afirmaron tener un horario preferido para el consumo de pan de yuca en los desayunos; el 27% lo hace en las meriendas con menor frecuencia, y el 25% lo hace indeterminadamente.

Dentro de las razones por la que los encuestados consumen pan de yuca, afirmaron consumir el producto por su sabor, otros por costumbre y algunos que no consumen porque simplemente no es de su agrado.

Podemos destacar que las personas incrementarían su consumo si hubiera una mayor variedad.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

Ayuda a reconocer los términos o conceptos q se utilizarán con mayor frecuencia, así como ciertos términos técnicos que se menciona a continuación:

ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional (Hu, 2020, págs. pp20-31)es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno

GESTIÓN EMPRESARIAL

La filosofía de gestión es (Coldiretti, 2021) lo que identifica la forma de ser de una empresa y se identifica en el momento en que actúa ante los problemas y oportunidades que se generan en el entorno, que luego son exteriorizadas dentro de la empresa, para luego ser transmitidas a los nuevos miembros de las organizaciones. Todas las creencias básicas con su compromiso conforman la cultura empresarial que son impulsadas por los líderes, quienes son los encargados de generar la identidad de la organización.

Se conoce que la filosofía de gestión se da a conocer mediante ciertos elementos como son: la misión, visión, principios, valores, políticas, objetivos, estrategias entre otros; mediante la interpretación de los mismos se alcanzan las metas deseadas.

En la microempresa de producción de pan de yuca, se realizará una propuesta para la creación de una filosofía de gestión acorde al entorno que se desea alcanzar.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Se puede definir (Sampieri, 2020), como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Es un tipo de estrategia con el que cada unidad de negocios espera lograr sus objetivos de marketing mediante: 1) La selección del mercado meta al que desea llegar, 2) la definición del posicionamiento que intentará conseguir en la mente de los clientes meta, 3) la

elección de la combinación o mezcla de marketing (producto, plaza, precio y promoción) con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta y 4) la determinación de los niveles de gastos en marketing.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Un proceso de producción es (Castro, 2017) el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda.

Dicho de otra manera, un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran relacionadas entre sí y cuyo objetivo no es otro que el de transformar elementos, sistemas o procesos. Para ello, se necesitan unos factores de entrada que, a lo largo del proceso, saldrán incrementado de valor gracias a la transformación.

Los factores de entrada de producción más habituales y comunes en todas las empresas son trabajo, recursos y capital que aplicados a la fabricación se podrían resumir en una combinación de esfuerzo, materia prima e infraestructura.

Explicar los fundamentos teóricos aplicados en la propuesta, donde se especifique los conceptos principales y sus bases teóricas.

MARKETING MIX

El Marketing Mix es la promoción de una organización a través de las 4p, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto o un servicio, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento de los clientes potenciales.

ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero (Baca, 2019), nos permitirá observar de mejor manera en los costos que incurrirá la empresa para poder desarrollar el estudio de factibilidad; y por ende determinar cuál es la rentabilidad del negocio

El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras.

La contabilidad representa y refleja la realidad económica y financiera de la empresa, de modo que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender a profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa.

Es el estudio de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras.

Así mismo, al analizar los proyectos de inversión, (Osterwalder, 2020) se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones.

Una de las evaluaciones que se debe realizar para apoyar la toma de decisiones en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto.

ESTUDIO TÉCNICO FINANCIERO

(Castro, 2017), Se exponen las bases principales de origen técnico que proveen la información económica para preparar el proyecto. Al igual que en el estudio de mercado, muchas decisiones se basan en la experiencia de las personas más que en el desarrollo de complejos métodos de estudio. La combinación de ambos parece lo más recomendable.

Índice de solvencia

Es para (Meza, 2017) los índices de solvencia, un indicador que se practica sobre los estados contables, es una relación entre el total de activos de una entidad (persona física o jurídica) y el total de pasivos. Dicha relación es un cociente que indica cuántos recursos se tienen en activo en comparación con el pasivo.

Índice de apalancamiento

El índice de apalancamiento, muestra la participación de terceros en el capital de la empresa.

Índice de autonomía

Es la capacidad que tienen las personas para poder tomar decisiones en función de los ingresos y los gastos, en relación a su nivel de endeudamiento.

Calculo del VAN

Se define (Sánchez, 2019) también como el valor presente neto, este criterio plantea que la inversión debe realizarse si su Valor Actual Neto, VAN, es igual o superior a 0, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados a valor actual, en cada uno de los años de operación económica del período considerado.

Calculo TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

(Castro, 2017), Es aquella tasa de descuento que iguala el valor actualizado del flujo de los ingresos con el valor actualizado del flujo de los egresos.

Una vez determinado el Flujo Neto, se procede a calcular la tasa de descuento que haga 0 al valor del flujo actualizado. Este cálculo se realiza a través de una operación de tanteo

que nos conducirá a obtener dos valores actuales del flujo, el uno con signo (-) y el otro con signo (+). Con estos valores se procede a realizar una interpolación para encontrar la TIR.

2.2. Descripción de la propuesta

Se debe tener en cuenta la situación actual de las principales panificadoras que existen en la localidad; e identificar las posibilidades de asegurar un nicho de mercado para la comercialización de pan de yuca.

En el cuál se debe determinara través de la presente propuesta interrogantes como: ¿Cuál será el tamaño óptimo del proyecto y la localización apropiada del mismo; cuáles serán los activos fijos mínimos requeridos, el capital de trabajo necesario y las fuentes de financiamiento; además de analizar detenidamente cuáles serán los resultados económicos y financieros que aseguren al inversionista una rentabilidad razonable?

Estas interrogantes serán solventadas a través de la estructura general planteada a continuación.

a. Estructura general

La estructura general de la propuesta no permite dar seguimiento a las actividades que deben realizarse para que se mantenga un orden.

Estructura de la propuesta

Figura 2 Propuesta



b. Explicación del aporte

RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo es a que mercado esta direccionado el plan de negocio a desarrollarse.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Tamaño de la empresa

La inversión en obra física se determina en función de la distribución de los equipos en el espacio físico; dentro del mismo se debe considerar posibles ampliaciones futuras en el ámbito de la producción para lo cual se debe tomar en cuenta que exista con anterioridad el espacio físico necesario para que se las pueda realizar.

La necesidad de inversión en obra física se determina principalmente en función de la distribución de los equipos productivos, tanto actual como proyectado.

Análisis del tamaño de la empresa

En muchos casos, la obra física requerida se arrienda, en lugar de adquirirla o construirla. En esta situación, el canon de arrendamiento constituye un costo de operación que se excluye de la inversión inicial para considerarlo en el flujo de egresos del proyecto.

La oferta y la demanda está ligado con el tamaño del proyecto. En la practica la demanda del proyecto no debería ser más pequeño que el tamaño del mismo y sobre todo que este no debe sobre pasar el estudio económico del proyecto.

Para el presente proyecto se considerará la capacidad normal, la cual manifiesta que las condiciones que se estima, regirán durante la ejecución del proyecto ya instalado y que permitan operar a un mínimo costo unitario.

Es importante mencionar el de producción ya que este se lo mide en función de la capacidad instalada y la capacidad de uso; esto implica que mientras se use la capacidad instalada menor es el costo de fabricación por unidad.

Otra variable importante es el proceso tecnológico, ya que este implica que debe haber un mínimo de producción y si este no llegará a cumplirse estamos hablando de que los costos de producción serían mucho más elevados.

Este tiene que ver con la capacidad inicial y futura de producción, razón por la que se ha considerado la producción mínima de 3850 panes de yuca al día, elaborados en base a un proceso, que está compuesto de una parte manual y automatizada. Para el efecto, se debe considerar lo siguiente:

Determinación de la localización

Cabe señalar que la decisión de la localización de un proyecto es determinante en el desarrollo de su evaluación, ya que es un factor muy importante, porque este puede tener repercusiones económicas, de ahí que es importante realizar un análisis profundo donde estaría ubicado estratégicamente.

Los factores que comúnmente influyen en la decisión de la localización de un proyecto son:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento de materias primas e insumos.
- Cercanía del Mercado.
- Costo y disponibilidad de los servicios básicos.

En definitiva, la selección deberá basarse en lo posible sobre aquella alternativa que, en términos económicos, permita la mayor rentabilidad del proyecto integral.

Mano de Obra

La mano de obra es el esfuerzo físico y mental que emplea un técnico para fabricar, mantener o reparar un bien, en particular una máquina. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo, es decir, el precio que se le paga al técnico.

Debido a la incoherencia de la palabra "Mano de Obra", la definición hace referencia a la "Obra de mano o de manos", que tiene más sentido si se dice que las obras o trabajos son ejecutados por personas, trabajadores que por su esfuerzo físico y mental fabrican un bien.

La obra de mano puede clasificarse en directa o indirecta. La obra de mano directa es aquella involucrada de forma directa en la fabricación del producto terminado. Se trata de un trabajo que puede asociarse fácilmente al bien en cuestión.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO VALOR

El pan y la tortilla elaborados con el almidón de yuca se han convertido en un bocado criollo y gourmet. Exquisito y esponjoso, el origen del pan de yuca es el agro de Manabí, específicamente entre Chone y Tosagua. Después llega a los hornos y vitrinas de los pequeños negocios, ubicados al filo de las vías, de los rincones urbanos, rurales, plazoletas y hasta las cafeterías de hoteles cinco estrellas de la provincia. La elaboración del almidón empieza en las plantaciones de yuca de los 22 cantones manabitas. Por ejemplo, en la parroquia Calderón, en

el sureste de Portoviejo, se producen 900 quintales de almidón cada semana. En San Pablo de Tarugo (Chone) se obtienen 2 000 quintales cada ocho días. Entre los recintos El Jobo, San Plácido, Miguelillo y Calderón de Portoviejo hay 50 almidoneras, la mayoría negocios familiares.

La yuca por su alto contenido de fibra dietética ayuda a disminuir los niveles de triglicéridos contribuyendo de esta manera a que funcione de una manera correcta. Es realmente benéfica para el sistema nervioso, disminuye la ansiedad y además es la mejor forma de combatir las molestias que produce el intestino irritable, tiene entre sus propiedades grandes cantidades de vitamina k la cual contribuye a la formación de la masa o sea y combate la osteoporosis, además se utiliza en el tratamiento de pacientes con Alzheimer, es también una fuente de vitamina B, B6.

Una forma de aportar beneficios adicionales a nuestro cuerpo es el consumo de la yuca en diferentes formas tales como su mezcla con diferentes alimentos como son el camarón, ensaladas, etc. Y en este caso con rellenos de frutas.

OPERACIONES Y MANEJO

Proceso de elaboración del pan de yuca

El proceso de elaboración o producción de un producto tiene que realizarse bajo especificaciones claras y concretas ya que en su proceso determina la consistencia y sabor.

Materia prima e insumos básicos

Para poder realizar el pan de yuca debemos tener en cuenta sus ingredientes, los mismos que se dan a conocer a continuación:

- Harina de yuca.
- Queso fresco rallado.
- Yemas de huevos.
- Mantequilla.
- Polvo de hornear.
- Sal.

Otros componentes: en este grupo se encuentran

- **Enriquecedores y saborizantes:** tiene como objetivo aumentar el valor nutritivo o simplemente darle sabor como: mermeladas, frutas, etc.

- **Insumos:** Se considera a la materia prima indirecta que, aunque interviene en el proceso de panificación, no puede ser medida con precisión en cada unidad producida, como en los casos de la energía eléctrica y el gas.

ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN

Organigrama

Es la estructura jerárquica en la que se encuentra determinada la empresa, con la cual se identifica cada puesto de trabajo, para un mejor desempeño.

Filosofía Empresarial

Misión

Refiere a un motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución.

VISIÓN

La visión de una empresa se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra.

VALORES

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social.

PRINCIPIOS

Los principios son declaraciones propias del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad, los principios son universales y se los puede apreciar en la mayoría de las doctrinas y religiones a lo largo de la historia de la humanidad.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y ANALÍISIS DE LA COMPETENCIA

Investigación de mercado

El objetivo del estudio de mercado nos dará una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a pagar nuestros posibles consumidores.

Análisis de la oferta

La oferta está dada como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado; es decir que a mayor cantidad de producción mejor precio para el consumidor.

Análisis de la demanda

La demanda está dada por la cantidad demanda con el precio, es decir que a menor precio mayor cantidad de bien o servicio se consumirá.

De ahí que partimos que a mayor demanda de un bien o servicio y menor cantidad del mismo bien o servicio ofrecido, tendremos la oportunidad de poder ingresar al mercado objeto de nuestro estudio.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Dentro de nuestro estudio de mercado es la parte más importante debido a que nos enfocaremos mucho en el tema de sus productos ofrecidos, clientes, y sobre todo el tema de los precios, que nos será de mucha relevancia para la generación de nuestras estrategias al momento de la implementación de nuestra microempresa.

Canales de distribución

Parte fundamental del éxito del negocio está dada por la distribución de nuestro producto que puede darse por dos medios el canal directo, que nos permite producir y venderlo directamente al consumidor final; por otro lado, el canal indirecto que está dado por la distribución de terceras personas, es decir que nos compran al por mayor y estos se encargan de distribuirlo por otros medios ya sea por medio de otras tiendas o supermercados.

Estudios legales

Una entidad debe contar con toda normativa legal para ser constituida ya sea este como persona natural o como una entidad jurídica.

Para este proyecto se pretende realizar a través de un SAS Sociedad de Acciones Simplificadas, que fue regulada con la nueva Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación del Ecuador, aprobada en el 2020, mantiene un gestión simple y económica, para emprendedores y al crecer puede tranquilamente transformarse en S.A o Cía. Ltda.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Análisis FODA

El análisis FODA, (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de una empresa logrando de esta manera un diagnóstico preciso que permita en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas. De entre estas cuatro variables, tanto

fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas; en cambio, las oportunidades y amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil modificarlas.

Marketing Mix

El Marketing Mix se va a encargar de La promoción que es una técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo, según el tipo de soportes que se utilice para llegar a su público objetivo. Se entiende que la publicidad se realiza por todo lo que va en medios de comunicación masivos: televisión, radio, cine, revistas, prensa e internet, adicionalmente al marketing directo que se realice en el punto de venta, mediante una logística adecuada, higiénica y oportuna, ya que un cliente bien atendido recomienda a otros la bondad del negocio, considerando que el producto que se vende es elaborado y comercializado en el mismo sitio, lo que asegura su calidad, selectividad, frescura, atractiva presentación y trato preferencial al cliente.

Producto

Nombre

El nombre debe ser llamativo, debe estar sujeto a rasgos psicológicos como:

- Contener en su mayoría vocales abiertas,
- Deber ser corto
- Debe ser Llamativo

Creación del Logotipo

El logotipo es la representación gráfica del nombre de la empresa, en el caso es la representación gráfica de la microempresa de producción de pan de yuca.

Para el proyecto se propone la creación de un logotipo que identifique el negocio y que al igual que el nombre de la microempresa sea novedoso y atractivo.

Precio

Está identificado en base al mercado.

Plaza

Identifica la ubicación y lugar donde se va a encontrar ubicado la empresa.

Promoción

Son las estrategias de difusión con las que se va a dar a conocer la existencia del producto o servicio a ofertar.

ESCENARIO ECONÓMICO DE INGRESOS Y GASTOS

Estudio técnico Financiero

El objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

De la selección de la función óptima, se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias que, junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitirán cuantificar el costo de operación.

En muchos casos, el estudio técnico debe proporcionar información financiera y relativa a ingresos de operación. Por ejemplo, cuando los equipos y maquinarias que deben reemplazarse tienen un valor de venta o cuando el proceso permite la venta de desechos o subproductos.

Se analizará el procedimiento de ordenación y presentación de la información relativa a las inversiones, costos de operación e ingresos que se desprenden del estudio de ingeniería del proyecto.

A este respecto, la elaboración de distintos balances pasa a constituir la principal fuente de sistematización de la información económica que se desprende del estudio técnico.

Análisis financiero

El análisis de proyectos constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión o algún otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Índice de solvencia

Este indicador es utilizado por los analistas financieros, generalmente contadores públicos, y se acompaña con otras relaciones que se practican sobre las cuentas y rubros de los estados contables.

Índice de apalancamiento

Compara el financiamiento originado por tercero con los recursos de los accionistas, socios o dueños, para establecer cuál de las dos partes corre mayor riesgo.

Índice de autonomía

En el caso de las empresas, es la relación entre lo que tiene (patrimonio) y lo que debe (deuda).

Índices de Rentabilidad

Los índices de rentabilidad son los que marcan la viabilidad del proyecto negocio a emprender a través de indicadores financieros, como:

VAN

TEMAR

TIR

c. Estrategias y/o técnicas

RESUMEN EJECUTIVO

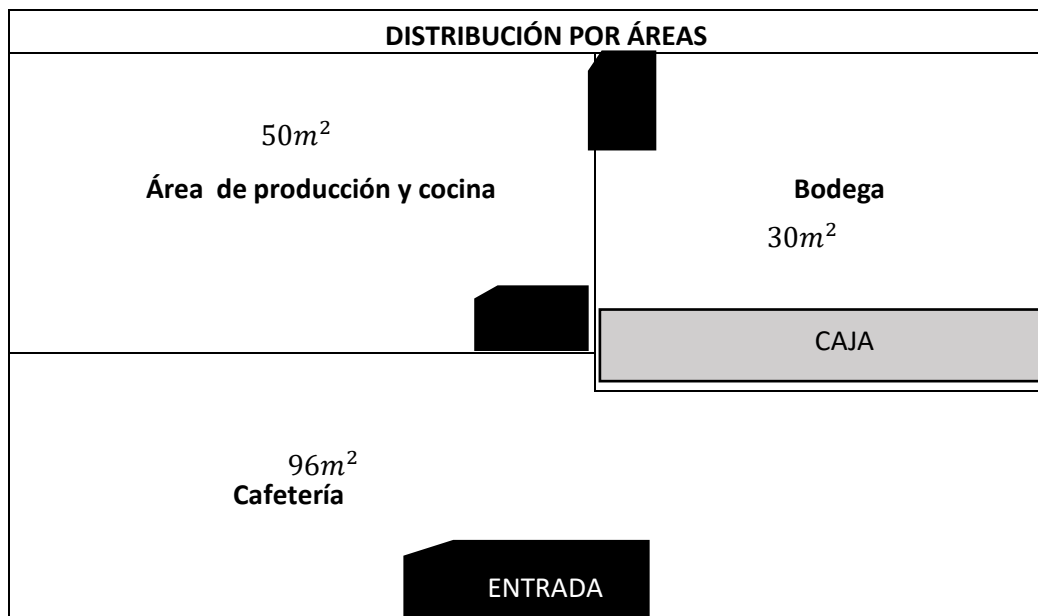
La cafetería temática que se desea instalar no solo es el común de las panaderías de barrio, es un local nuevo y diferente que nos permita ofrecer un producto de valor como lo es el pan de yuca con distintos rellenos de sabores para los diferentes gustos de los clientes; la misma que va a estar ubicada en sector centro de la ciudad de Quito en la parroquia urbana de San Juan que es un barrio de tradición muy conocido y visitado por turistas tanto nacionales como extranjeros.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Tamaño

El espacio físico de la cafetería temática de venta de pan de yuca, constará de un área de $180m^2$, que se encuentra distribuido de la siguiente manera.

Figura 3 Ubicación

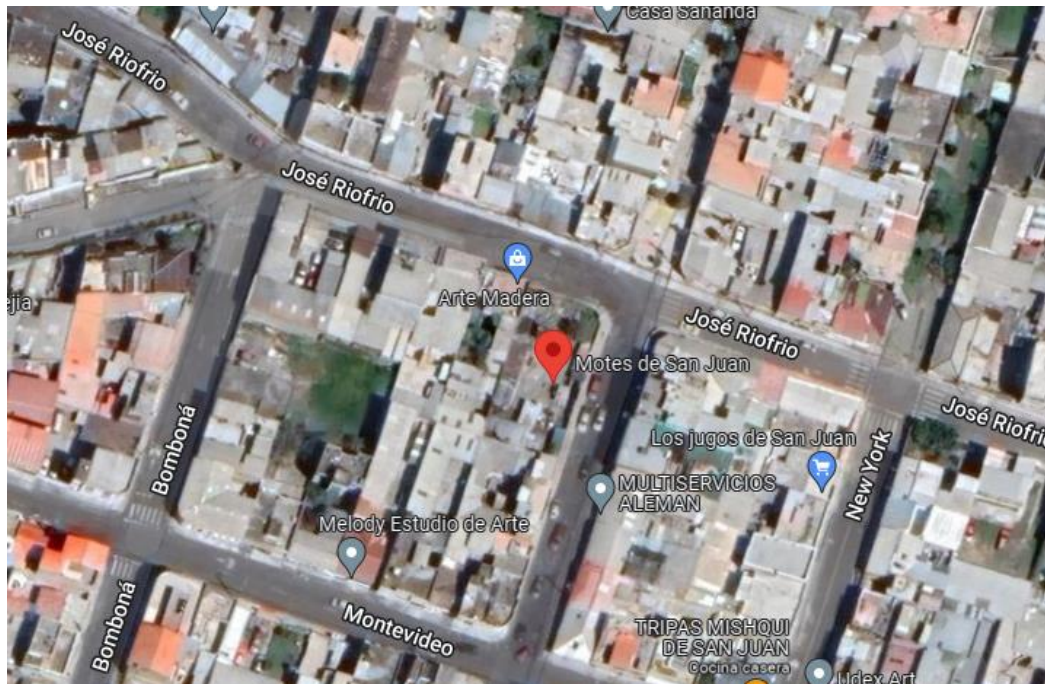


Fuente: Local que se arrendará

Ubicación

Cabe señalar que en el sector de San Juan no existe una cafetería temática dedicada a la producción de pan de yuca con las características y cualidades del proyecto.

Figura 4 Ubicación del Sector



Barrio San Juan

Personal

Dentro de la mano de obra directa, para elaborar 3850 panes diarios contará con un maestro panificador y 2 trabajadores con experiencia en el ramo.

- 1 persona que se encargara de la publicidad permanente de la cafetería
- 1 administrador
- 2 personas poli funcionales para servicios varios

PRODUCTO / SERVICIO DE VALOR

Producto de valor

Partiendo del desarrollo de las personas en la costa de la elaboración de este rico y delicioso producto que reemplaza al tradicional pan, cabe mencionar que la yuca es un producto natural, que aparte de ser agradable y sano contienen nutrientes que nuestro

organismo necesita ingerirlas diariamente, una vez procesada en almidón se puede degustar a través de un exquisito pan de yuca.

Estos podrán ser degustados con bebidas calientes o frías como: yogurt natural, aguas aromáticas, jugos naturales, etc. acompañado de otros pasa bocas como embutidos.

Servicio de valor

Se ha considerado instalar una cafetería temática, dedicada a la producción y venta de pan de yuca, que permita la venta del pan de yuca común sino una distinta gama en rellenos de sabores de calidad a través de un proceso que permita degustar del buen sabor, que sea saludable y sobre todo con un buen precio.

OPERACIONES Y MANEJO

Producción de pan de yuca

Para el presente proyecto se tomará en cuenta un promedio de 3850 panes diarios, es decir, de unos 1386000 panes al año, se requiere disponer de los siguientes volúmenes de materias primas para el primer año.

Requerimientos de materia prima directa 1386000 unidades de pan de yuca al año

Tabla 13 Materia Prima

Materia prima	Unidad de medida	Cantidad requerida
Harina de yuca	Quintales	1440
Queso fresco	Kilos	1440000
Yemas de huevos	Unidades	216000
Mantequilla	Kilos	1500
Polvo de hornear	Libras	2650
Sal	Libras	2780

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PAN

Figura 5 Pan de Yuca



Paso 1:

- Tamizar la harina por un cedazo.
- Agregar la mantequilla con el queso fresco rallado, las tres cucharadas de polvo de hornear, las dos yemas, sal al gusto y mezclar.
- Unir para lograr una masa que no se pegue.
- Dejar reposar treinta minutos.

Paso 2:

- Formar unas bolas no muy grandes y dejar que reposen unos 10 minutos antes de llevar al horno previamente calentado a 250°C.
- Hornear entre 20 a 25 minutos o hasta que se doren.

Paso 3:

- Servir con yogur o con ají de tomate de árbol dependiendo el gusto del cliente.

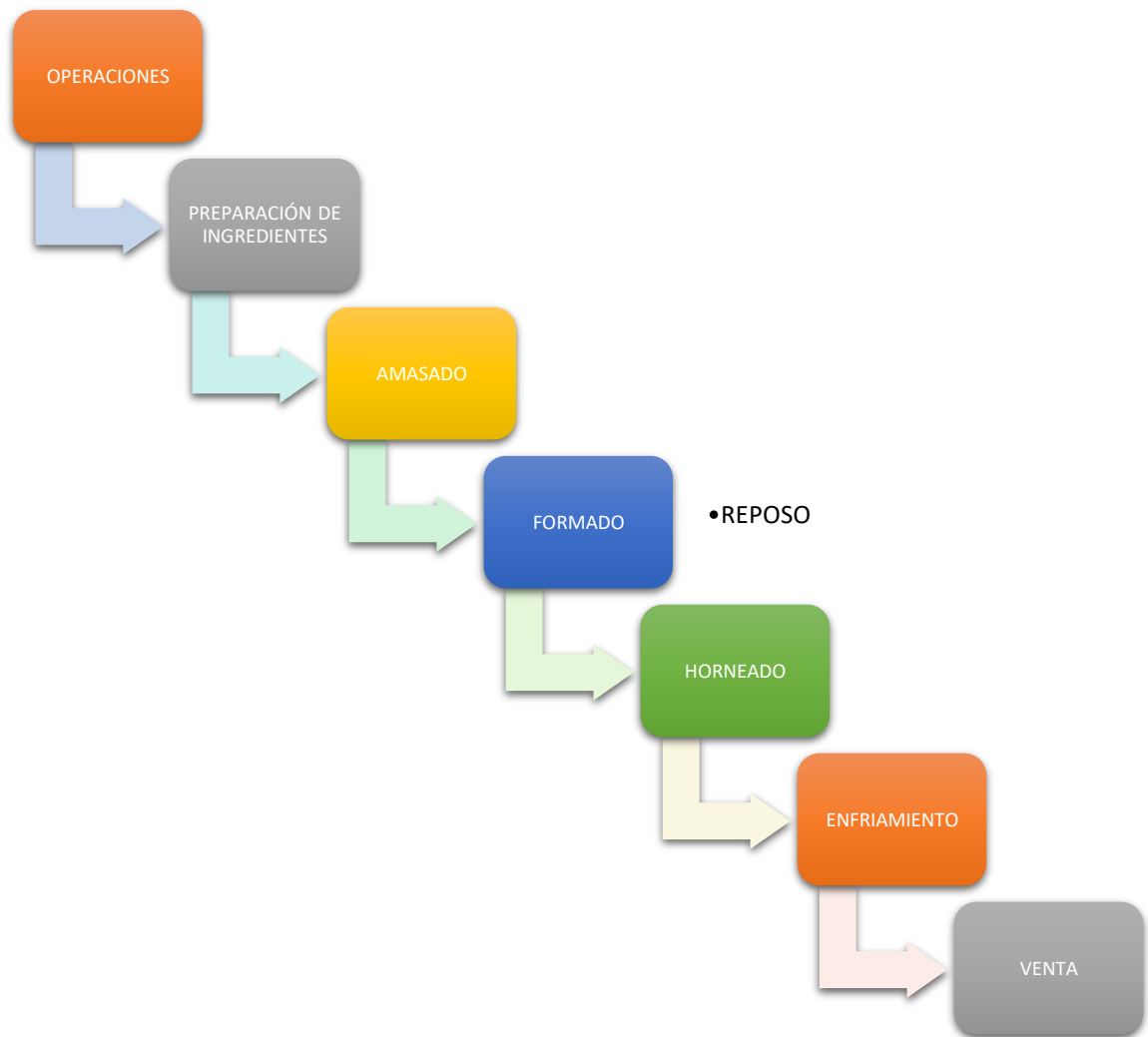
Trucos, secretos y variantes para el Pan de Yuca:

- Reemplazar el queso fresco por una mezcla de distintos quesos, servir como aperitivos tibios o bien como postre acompañados con yogur de frutas.
- El pan de yuca puede ser recalentado en un microondas al momento de servir.

Partiendo del proceso de elaboración del pan que consiste en 10 pasos, pondremos énfasis en la elaboración de pan de yuca que es un poco más sencilla.

DIAGRAMA DEL PROCESO DE FABRICACIÓN DEL PAN DE YUCA

Figura 6 Elaboración del Pan de Yuca



Fuente: Elaboración del pan de yuca
 Elaborado por: Autor

Maquinaria y equipo

Para la producción prevista, se requerirá de la maquinaria y equipo que a continuación se detalla con sus respectivos precios.

Equipo para el área de producción

Tabla 14 Maquinaria y equipo de producción

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Valor total
Amasadora	1	1780	1780

Horno industrial	1	8700	8700
Balanza	1	198	198
Congeladora industrial	1	780	780
Refrigeradora industrial	1	420	420
		Total	11878

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Equipo para elaboración del pan de yuca

Tabla 15 Mobiliario equipo de Producción

Mobiliario	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Mesa de trabajo de acero	1	385	385
Coche estante de acero	3	200	600
Tanques de gas 15 kg.	3	45	135
		Total	1120

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Enseres requeridos

Tabla 16 Enseres Ventas

Enseres	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Vitrina panera	2	380	760
		Total	760

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Equipos área administrativa

Tabla 17 Muebles y enseres Área Administrativa

Muebles y Enseres	Cantidad	Precio Unitario	Valor total
Escritorio	1		750
Computadora	1		960
Silla gerencia	2	150	300

Mesas y sillas	10 (juegos de 4)	98	980
Impresora	1		175
		Total	3165

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Ya que es una empresa nueva y consta con dos socios se ha determinado que la estructura organizacional, que se muestra en el siguiente cuadro.

Figura 7 Organigrama



Fuente: Evaluación del proyecto

Elaborado por: Autor

Filosofía Empresarial

MISIÓN

Partiendo del concepto de la misión será un enunciado que conjugará los propósitos hacia donde desea llegar la empresa, que se presenta a continuación.

“Somos una cafetería temática que ofreceremos a nuestros clientes un delicioso pan de yuca elaborado de la mejor manera, cumpliendo las expectativas de nuestros clientes y del mercado acordes a las necesidades actuales del entorno, con precios accesibles”

VISIÓN

Para definir la visión de la cafetería temática de producción de pan de yuca se establecerá a futuro lo que pretende alcanzar la microempresa.

“Ser para el año 2025 una cafetería temática en el mercado de producción de pan de yuca reconocida, cumpliendo siempre con las exigencias del entorno, con una gran variedad de productos; obteniendo la satisfacción de los clientes con un valor agregado.”

VALORES

Los valores con los que pretende operar como punto de referencia se detallan a continuación.

- Respeto
- Honestidad
- Tolerancia
- Comunicación

PRINCIPIOS

Los principios con los que se encuentra determinada la cafetería son:

- Comportamiento ético
- Buen servicio
- Innovación
- Solidaridad

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Oferta actual

Para la proyección de la oferta se ha considerado a la competencia, también tomando como base que aproximadamente existen 39500 habitantes en el barrio de San Juan,

con un consumo promedio de tres panes de yuca al día, el mercado cubierto por las panaderías existentes en es de 3850 panes de yuca diarios, que cubre un 3,24% de la demanda existente.

Pronostico de la demanda

Para la determinación de la demanda, se consideró la población del barrio de San Juan que es de aproximadamente 39500 habitantes, con un promedio de 4 personas por hogar y un consumo de 3 panes de yuca por persona; es decir se estima un promedio de 9875 familias con un consumo de panes de yuca por día; es decir un promedio de 118500 panes de yuca por todas las familias; al mes con un consumo promedio de 3555000 unidades y al año 42660000 de unidades.

A continuación, se demuestra un cuadro referente a la demanda.

Tabla 18 Pronostico Demanda

9875 familias	4 personas por hogar	39500 personas
4 personas	3 consumo unitario	12 tal panes diarios
12 panes diarios	9875 familias	118500 promedio mensual

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Autor

Tabla 19 Demanda

Demanda				
Unidades de pan	Precio dispuesto a pagar	Demanda proyectada diaria	Demanda proyectada mensual	Demanda proyectada Anual
118500	0,50 ctvs.	59250	1777500	21330000

Fuente: Investigación de Mercados
Elaborado por: Autor

Análisis:

Se estima que el valor promedio de cada pan de yuca independientemente del sabor que tenga es de \$0,50 centavos, lo que representa una demanda anual de 21330000.

Pronostico de la oferta

Tomando en cuenta las panaderías existentes por el sector de San Juan, se realizó una investigación de campo donde se determinó que no todas las panaderías del sector venden

pan de yuca, de ahí se tomó en cuenta las panaderías que si lo hacen para poder levantar la información de nuestros posibles competidores.

Tomando en cuenta las panaderías existentes en el barrio de San Juan se decidió realizar una encuesta para determinar cuántas se dedican en su negocio a la venta de pan de yuca dentro de esta encuesta se investigará cuáles son las que venden pan de yuca, volúmenes de pan de yuca y sobre todo su precio.

Se encuestó a 10 panaderías del sector y los resultados que se presentan a continuación son objeto del estudio realizado:

Análisis de la encuesta a panaderías

Pregunta 1

Tabla 20 Encuesta Panaderías pregunta 1

1. ¿Vende usted pan de yuca?				
Nro. encuestas	SI	%	NO	%
10	3	30	7	70

Análisis:

De las 10 panaderías encuestadas el 30% venden pan de yuca mientras que el 70% no lo hacen por diversas razones.

Pregunta 2

Tabla 21 Encuesta Panaderías pregunta 2

2. ¿Cuántas unidades más o menos vende al día?						
Nro. encuestas	500 a 1000	%	1001 a 2000	%	2001 a 3000	%
10	2	67	1	33	0	0

Análisis:

De las panaderías anteriormente consultadas de las 3 que se dedican a la venta del pan de yuca 2 que sería el 67% venden de 500 a 1000 unidades de pan al día; por otro lado solo 1 de la panadería vende entre 1001 a 2000 unidades en el día que vendría a ser el 33% de la población objeto de estudio.

Pregunta 3

Tabla 22 Encuesta Panaderías pregunta 3

3. ¿Precio de venta al público es?

Nro. encuestas	0,25 ctvs.	%	0,30 ctvs.	%	0,50 ctvs.	%
3	0	0	0	0	3	100

Análisis:

De las 3 panaderías encuestadas el 100% tiene un precio de venta ya establecido.

Pregunta 4

Tabla 23 Encuesta Panaderías pregunta 4

4. ¿Cuáles son las horas de mayor demanda del producto?

Nro. encuestas	Mañana	%	Tarde	%
3	2	67	1	33

Análisis:

Se determinó que el horario de preferencia de las personas al momento de la compra es en la mañana con el 67%; por otro lado, el 33% lo hace más en la tarde.

Pregunta 5

Tabla 24 Encuesta Panaderías pregunta 5

5. ¿Estaría dispuesto a vender una nueva variedad de pan de yuca?

Nro. encuestas	SI	%	NO	%
10	7	70	3	30

Análisis:

De acuerdo a los encuestados se pudo determinar que del total de encuestados el 70% de las panaderías estarían dispuestas a ofrecer a sus clientes una nueva variedad de pan de

yuca, es decir que podrían en un futuro llegar a ser nuestros clientes potenciales; mientras que por otro lado el otro 30% muestra una indecisión por otros factores.

Análisis de las encuestas realizadas

Luego de la encuesta realizada se muestra un cuadro de las panaderías encuestadas con el número de unidades que venden normalmente en un día:

Tabla 25 Análisis de encuestas Realizadas Panaderías

Panaderías oferentes de pan de yuca	Número de panes vendidos al día	Porcentaje de participación del mercado
Panadería el cisne	1000	25,97
Panadería Venecia	900	23,38
Panadería El pan	1950	50,65
Total	3850	100,00

Fuente: Encuesta realizada panaderías

Elaborado por: Autor

En base a la información obtenida de la encuesta realizada a las panaderías del sector se determinó que normalmente ofertan 3850 panes de yuca al día a un precio de 0,50 ctvs. de dólar lo cual nos da como resultado una oferta diaria de 1925 dólares diarios.

Tabla 26 Pronóstico de oferta diaria

Oferta				
Unidades de pan	Precio por unidad de pan de yuca	Oferta proyectada diaria	Oferta proyectada mensual	Oferta proyectada anual
3850	0,50 ctvs.	1925	57750	693000

Fuente: Encuesta realizada panaderías

Elaborado por: Autor

DEMANDA INSATISFECHA

En la tabla que se presenta a continuación se observa la demanda insatisfecha para el estudio de factibilidad.

Tabla 27 Demanda Insatisfecha

Demanda insatisfecha					
Tiempos	Demanda	Oferta	%	Demanda insatisfecha	%
Día	59250	1925	3,25	57325	96,75
Mes	1777500	57750	3,25	1719750	96,75
Año	21330000	693000	3,25	20637000	96,75

Fuente: Investigación de Campo

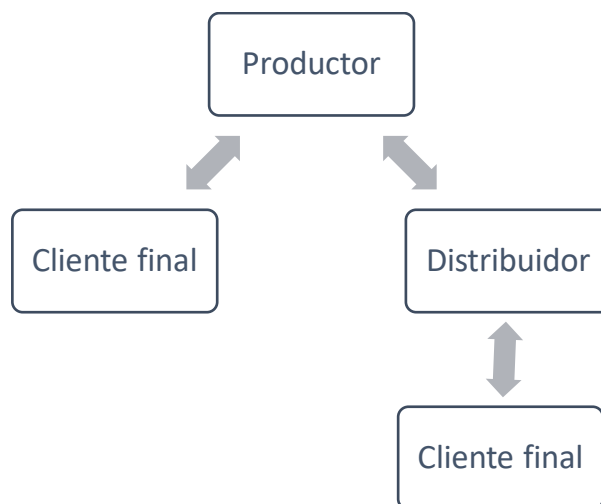
Elaborado por: Autor

De este segmento de demanda insatisfecha, para al inicio de actividades, tiene como propósito captar el 2%, que equivale a una elaboración inicial aproximada de 2293 unidades al día, 825480 al año, volumen con el cual se determinará el requerimiento de personal, los costos de fabricación y gastos operacionales para el primer año de funcionamiento.

Comercialización del pan de yuca

En este caso el pan de yuca por ser un producto de consumo final y perecedero, tendrá una comercialización directa con el consumidor, en el sector donde se encuentre ubicada la microempresa de producción, también se los podrá hacer a través de otros negocios donde sea adquirido nuestro producto, lo que equivale a tener mayores puntos de venta, y a quienes se distribuirá los productos por medio de un sistema de repartición.

Figura 8 Comercialización Pan de Yuca



Elaborado: Autor

Legalidades

Requisitos para constituir un SAS.

Requisitos Obligatorios:

- Reserva de denominación (A TRAVÈS DELA PÀGINA WEB DE LA SCVS).
- Acto constitutivo o contrato constitutivo.
- Nombramiento(s) de Representante Legal.
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario

en el sistema, esto es: Tipo de solicitante, Nombre completo, Número de identificación, Correo electrónico, Teléfono convencional y/o teléfono celular, Provincia, Ciudad, Dirección, Copia(s) de cédula o pasaporte.

Requisitos Especiales:

En el caso de constitución electrónica o sami electrónica:

- Certificados electrónicos de los participantes del proceso (accionistas y representantes). Esta firma electrónica debe ser en formato archivo. No se acepta TOKEN.
- Cabe recalcar que no necesita capital mínimo requerido.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Análisis FODA

En el caso de la cafetería temática cuyo funcionamiento está previsto para noviembre del año 2022, dificulta en este momento disponer de factores concretos para determinar con precisión las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, que sí podrían dar un buen indicio, luego del primer año de operación; sin embargo, se puede determinar algunos aspectos positivos y negativos, en el ramo de la panificación y encasillarlos dentro de cada una de dichas variables.

Fortalezas

- La elaboración con calidad, su venta a precios convenientes, constituye un buen negocio.
- Entre los socios existe un Chef profesional con especialidad en Panificación, repostería y galletería.
- Por la característica del producto (pan), la venta es al contado.
- Posibilidades de elaborar otros productos (galletas, pasteles)

Debilidades

- Escasez de recursos económicos de los potenciales inversionistas.
- Escasez de mano de obra calificada

Variables del ámbito externo

Oportunidades

- El pan yuca es un alimento importante en la dieta alimenticia.
- Crecimiento de la población y mayor consumo de pan de yuca.
- Actividad que genera mayores ingresos y empleo.

Amenazas

- Elevada competencia de las panaderías de barrio.
- Competencia no controlada por las instituciones de salud y calidad Liberalidad en la fijación de precios
- Deficiente disponibilidad de servicios básicos (luz, agua, telefonía)
- Constante fluctuación de los precios de las materias primas e insumos para su elaboración.
- Elevados precios de las maquinarias, equipos e instalaciones requeridas.

MARKETING MIX

Producto

Nombre

YUQUILOC@S

Logotipo

El logotipo se lo considera como la identidad del negocio y por medio del mismo se aprecia la personalidad física. El logotipo tiene su naturaleza en los productos que ofrece; por otra parte, se trata de llamar la atención de las personas que acudan al local y lo puedan diferenciar de la competencia el momento de la compra.

Figura 9 LOGO



UQUILOC@S

Precio

Precios estimados

La investigación de campo permitió conocer que el 82% de las personas encuestadas adquieren pan de yuca, mientras que el 18% consumen otro tipo de pan.

La cafetería temática de producción de pan de yuca, elaborará como sus principales productos, el pan de yuca de los tipos relleno con mermelada de piña y, de fresa y de queso en presentaciones pequeñas a un precio promedio de 0,50 ctvs. por unidad. Se complementará la producción con la elaboración de las distintas variedades, dependiendo de la demanda y preferencia de los clientes. Dicho precio promedio estará en función de los costos de fabricación y de los gastos operacionales a los cuales habrá que añadir un margen razonable de beneficio. Información que en detalle se abordará en el capítulo que tiene relación con el análisis financiero y económico del proyecto.

Promoción

Se realizará la creación de una página de Facebook empresarial, cuenta en Instagram, cuenta en TIK TOK, WhatsApp empresarial para pedidos, afiliación a apps de entrega de comida rápida (globo, Uber, rapientrega, etc.)

Como medios de publicidad podrían realizarse hojas volantes, las cuales nos permitirán dar a conocer en qué lugar se encontrará ubicado el local y sobre todo de nuestros productos.

- Hojas Volantes: para el lanzamiento de la microempresa “Yuca bread”, una semana antes se realizará una campaña de distribución de hojas volantes en el sector de San Juan, para informar a nuestros potenciales clientes sobre donde estaremos ubicados y los productos que nosotros ofreceremos. También se les entregará en el local luego de la inauguración del mismo.

PLAZA (ubicación)

Geográficamente, estará ubicada en el sector de San Juan, una de las parroquias urbanas de la ciudad de Quito.

Estará ubicada por el sector de los Motes de San Juan un sitio muy visitado, lo que le permitirá que más personas conozcan el sitio y puedan degustar de los productos que se pretende ofrecer.

Figura 10 Barrio de San Juan



Barrio San Juan (mirador a 3 cuadras)

Figura 11 Ubicación Barrio San Juan



ESCENARIOS ECONÓMICOS DE INGRESOS Y GASTOS

Estudio técnico Financiero

Se lo realiza a través de los datos económicos obtenidos en el estudio de mercado realizado:

DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS Y CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 28 Inversión

		Valor parcial	Valor parcial
1. Activos fijos			16923
Área de producción			12998
Maquinaria y equipos		11878	
Mobiliario para elaboración el pan de yuca		1120	
Área de comercialización			760
Mobiliario de ventas			
Enseres		760	
Área de ventas			3165
Muebles y enseres		3165	
Total		16923	

Fuente: Investigación mercados
Elaborado por: Autor

A continuación, se detalla los principales activos fijos con sus respectivas características, número de unidades y sus correspondientes valores, que fueron consultados a través de proformas.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

Tabla 29 Activos Producción

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Precio Unitario	Valor total
Amasadora	1	1780	1780
Horno industrial	1	8700	8700
Balanza	1	198	198
Congeladora industrial	1	780	780
Refrigeradora industrial	1	420	420
		Total	11878

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Análisis:

Los equipos para el trabajo, son de gran calidad desarrollados para el trabajo constante. Todo este equipo consta con garantía y sobre todo con el mantenimiento adecuado.

EQUIPO PRODUCCIÓN DE PAN DE YUCA

Tabla 30 Activos Mobiliario Producción

Mobiliario	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Mesa de trabajo de acero	1	385	385
Coche estante de acero	3	200	600
Tanques de gas 15 kg.	3	45	135
		Total	1120

Fuente: Investigación de campo

Análisis:

En el equipo de producción necesario se considera que, la mesa de trabajo debe conservarse siempre en buenas condiciones: (limpia, nivelada y libre de objetos extraños). El tablero por ser el lugar en donde se manipula la masa, debe mantenerse en buen estado de conservación, evitando que se produzcan grietas o fisuras. Los coches estantes son indispensables para mantener el producto en buenas condiciones especialmente higiénicas.

ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

Tabla 31 Activo área de venta

Enseres	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Vitrina panera	2	380	760
		Total	760

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Análisis:

Para comenzar nuestra microempresa en el área de ventas necesitará 2 vitrinas paneras con 15 canastillas para poder colocar el pan de yuca y sus variedades.

ÁREA ADMINISTRATIVA

Tabla 32 Activos área Administrativa

Muebles y Enseres	Cantidad	Precio Unitario	Valor total
Escritorio	1		750
Computadora	1		960
Silla	2	150	300
Juego de mesas y sillas	10	98	980
Impresora	1		175
		Total	3165

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Análisis:

La microempresa debe contar con el equipo adecuado para su correcto desempeño y sobre todo para que las personas que trabajan en la misma se encuentren cómodos y puedan realizar su trabajo de mejor manera.

CAPITAL DE TRABAJO

Constituyen los recursos económicos que la empresa debe disponer para cubrir de manera inmediata el pago de los costos y gastos de operación, equivalente a una semana de actividad normal.

Resumen de costos y gastos

Tabla 33 Resumen de costos y gastos

Principales rubros	Costo anual	Costo mes	Costo semana Capital de trabajo
Materia prima directa	128570	10714,17	2678,54
Materia prima indirecta	3000	250	62,5
Mano de obra directa	13896	1158	289,5
Costos indirectos de fabricación	9805,03	817,09	204,27
Gastos comercialización y venta	7752	646	161,5
Gastos administrativos	11400	950	237,5
Gastos financieros	2500	208,33	52,08
Costo total de producción	176923,03	14743,59	3685,90

Elaborado por: Autor

Materia prima directa

Tabla 34 Materia Prima Directa

Materia Prima Directa	Unidad de medida	Cantidad anual	Costo unitario USD	Costo anual USD	Costo mensual USD	Costo semanal USD
Harina de yuca	Quintales	1440	60	86400	7200	1800
Queso fresco	Kilos	1690	2,5	4225	352,08	88,02
Yemas de huevo	Unidades	216000	0,13	28080	2340	585
Mantequilla	Kilos	1500	3	4500	375	93,75
Polvo hornear	Libras	2650	1,5	3975	331,25	82,81
Sal	Libras	2780	0,5	1390	115,83	28,96
Total				128570	10714,17	2678,54

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Materia prima indirecta

Tabla 35 Materia Prima Indirecta

Materia prima indirecta	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario USD	Costo anual USD	Costo mensual USD	Costo semanal USD
Fundas plásticas medianas	paquete 1000 unidades	300	5,5	1650	137,5	34,375
Fundas de papel pequeñas	paquete 100 unidades	500	2,7	1350	112,5	28,125
Total				3000	250	62,5

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autor

Mano de obra directa

Tabla 36 Mano de obra directa

Mano de obra directa	N°	Costo unitario USD	Costo total USD	Costo anual USD	Costo mensual USD	Costo semanal USD
Panadero	1	386	386	4632	386	96,5
Ayudantes	2	386	772	9264	772	193
Total				13896	1158	289,5

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Costos indirectos de fabricación

Tabla 37 Costos Indirectos de Fabricación

Costos indirectos de fabricación	Cantidad	Costo unitario USD	Costo anual USD	Costo mensual USD	Costo semanal USD
Luz kw/h	25000	0,088	2200	183,33	45,83
Agua m3	1010	0,79	797,9	66,49	16,62
Dep. Activos fijos			1957,13	163,09	40,77
Arriendo		350	4200	350	87,5
Otro*			650	54,17	13,54
Total			9805,03	817,08	204,27

Elaborado por: Autor

Depreciación de Activos Fijos

Tabla 38 Depreciación de Activos Fijos

Depreciación Activos Fijos	Costo histórico USD	Depreciación anual USD	Depreciación mensual USD	Depreciación semanal USD
Maquinaria y Equipo de producción	12998	1299,80	108,32	27,08
Muebles y enseres	2790	279	23,25	5,81
Equipo de Computación	1135	378,33	31,53	7,88
Total		1957,13	163,09	40,77

Elaborado por: Autor

Gastos de comercialización y ventas

Tabla 39 Gastos de Comercialización y ventas

Gastos	Gasto anual	Gasto mensual	Gasto semanal
Sueldo ayudantes (2 personas)	4632	386	96,5
Publicidad (Hojas Volantes)	3120	260	65
Total	7752	646	161,5

Elaborado por: Autor

Gastos Administrativos

Tabla 40 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	Gasto anual USD	Gasto mensual USD	Gasto semanal USD
Sueldo Gerente	6000	500	125
Sueldo administrador	5400	450	112,5
Total	11400	950	237,5

Elaborado por: Autor

GASTOS FINANCIEROS

Para financiar los gastos financieros está contemplado realizar un préstamo que nos permita tener cuotas mensuales fijas, para un período de cinco años con una tasa activa del 10,45%. Para el cálculo de la tabla de amortización se hará uso de los siguientes datos.

Tabla 41 Gastos Financieros

Monto de deuda	13923
Tasa de interés anual	10,45%
Tasa de interés mensual	0,00871
Plazo	60 meses

Elaborado por: Autor

Para calcular la tabla de amortización se utilizará la siguiente fórmula.

$$Cuota\ fija = \frac{C * i(1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

Tabla de amortización de la deuda

Tabla 42 Tabla de Amortización

PERIODO	CAPITAL ADEUDADO	INTERÉS	CUOTA FIJA	AMORTIZACIÓN	CAPITAL REDUCIDO
1	13923	121,27	298,93	177,66	13745,34
2	13745,34	119,72	298,93	179,21	13566,13
3	13566,13	118,16	298,93	180,77	13385,36
4	13385,36	116,59	298,93	182,34	13203,02
5	13203,02	115,00	298,93	183,93	13019,09
6	13019,09	113,40	298,93	185,53	12833,56
7	12833,56	111,78	298,93	187,15	12646,41
8	12646,41	110,15	298,93	188,78	12457,63
9	12457,63	108,51	298,93	190,42	12267,20
10	12267,20	106,85	298,93	192,08	12075,12
11	12075,12	105,17	298,93	193,76	11881,36
12	11881,36	103,49	298,93	195,44	11685,92
13	11685,92	101,78	298,93	197,15	11488,78
14	11488,78	100,07	298,93	198,86	11289,91
15	11289,91	98,34	298,93	200,59	11089,32
16	11089,32	96,59	298,93	202,34	10886,98
17	10886,98	94,83	298,93	204,10	10682,87
18	10682,87	93,05	298,93	205,88	10476,99
19	10476,99	91,25	298,93	207,68	10269,31
20	10269,31	89,45	298,93	209,48	10059,83
21	10059,83	87,62	298,93	211,31	9848,52
22	9848,52	85,78	298,93	213,15	9635,37
23	9635,37	83,92	298,93	215,01	9420,37
24	9420,37	82,05	298,93	216,88	9203,49
25	9203,49	80,16	298,93	218,77	8984,72
26	8984,72	78,26	298,93	220,67	8764,05
27	8764,05	76,33	298,93	222,60	8541,45
28	8541,45	74,40	298,93	224,53	8316,92
29	8316,92	72,44	298,93	226,49	8090,43
30	8090,43	70,47	298,93	228,46	7861,97
31	7861,97	68,48	298,93	230,45	7631,51
32	7631,51	66,47	298,93	232,46	7399,05
33	7399,05	64,45	298,93	234,48	7164,57

34	7164,57	62,40	298,93	236,53	6928,04
35	6928,04	60,34	298,93	238,59	6689,46
36	6689,46	58,27	298,93	240,66	6448,79
37	6448,79	56,17	298,93	242,76	6206,03
38	6206,03	54,05	298,93	244,88	5961,15
39	5961,15	51,92	298,93	247,01	5714,15
40	5714,15	49,77	298,93	249,16	5464,99
41	5464,99	47,60	298,93	251,33	5213,66
42	5213,66	45,41	298,93	253,52	4960,14
43	4960,14	43,20	298,93	255,73	4704,41
44	4704,41	40,98	298,93	257,95	4446,46
45	4446,46	38,73	298,93	260,20	4186,25
46	4186,25	36,46	298,93	262,47	3923,79
47	3923,79	34,18	298,93	264,75	3659,03
48	3659,03	31,87	298,93	267,06	3391,97
49	3391,97	29,54	298,93	269,39	3122,59
50	3122,59	27,20	298,93	271,73	2850,85
51	2850,85	24,83	298,93	274,10	2576,76
52	2576,76	22,44	298,93	276,49	2300,27
53	2300,27	20,04	298,93	278,89	2021,37
54	2021,37	17,61	298,93	281,32	1740,05
55	1740,05	15,16	298,93	283,77	1456,28
56	1456,28	12,68	298,93	286,25	1170,03
57	1170,03	10,19	298,93	288,74	881,29
58	881,29	7,68	298,93	291,25	590,04
59	590,04	5,14	298,93	293,79	296,25
60	296,25	2,58	298,93	296,35	0,00

Elaborado por: Autor

MODALIDADES DE FINANCIAMIENTO

Es muy importante establecer de donde provienen los fondos para el correcto funcionamiento de la microempresa "Yuca bread" los cuales se desglosan en el siguiente cuadro.

Tabla 43 Inversión y Financiamiento

Inversiones iniciales			Financiamiento			
Rubros	Valor	%	Préstamo	%	Socios	%
Activos fijos	16923	82,12	13923		3000	
Capital trabajo	3685,9	17,88			3685,9	
Total	20608,9	100,00	13923	67,56	6685,9	32,44

Elaborado por: Autor

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS –PRIMER AÑO DE OPERACIÓN-

Tabla 44 Estado de Pérdidas y Ganancias

INGRESOS		EGRESOS	
Ingresos	412740	Ventas	412740
(-) Costos de fabricación	155271,03		
(-) Gastos operacionales	21652		
(=) Utilidad operacional bruta	235816,97		
(-) 15% Utilidad trabajadores	35372,55		
(=) Utilidad antes de impuestos	200444,42		
(-) 25% impuesto a la renta	50111,11		
(=) Utilidad antes de reserva legal	150333,31		
(-) 5% Reserva legal	7516,67		
(=) Utilidad neta	142816,65		
TOTALES	412740		412740

Elaborado por: Autor

ANÁLISIS FINANCIERO Y ECÓNOMICO – INDICES E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Luego de los estados de resultados y el de Situación se procede a los balances financiero y económico.

INDICE DE SOLVENCIA

Compone una parte del análisis patrimonial o financiero a largo plazo del ente emisor de los estados contables.

$$\frac{\text{Total Activo}}{\text{Total Pasivo}} = \frac{16923}{13923} = 1,22\%$$

Análisis:

La microempresa comenzará con un índice de solvencia del 1,22% lo cual es bueno ya que por cada dólar de pasivo la microempresa tiene 0,22 ctvs. dólar de activo para poder ejercer su actividad de buena manera.

INDICE DE APALANCAMIENTO

Compara el financiamiento originado y el de los accionistas, socios o dueños, para establecer cuál de las dos partes corre mayor riesgo.

$$\frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}} = \frac{13923}{16923} = 0,82$$

Análisis:

Se puede apreciar que la empresa cuenta con un nivel de riesgo un poco elevado, pero no necesariamente puede tener una visión pesimista, lo que puede significar es que los socios desean maximizar sus utilidades teniendo un alto índice de endeudamiento.

INDICE DE AUTONOMIA

Es la toma de decisiones en función de los ingresos y los gastos, vs su nivel de endeudamiento.

$$\frac{\text{Capital}}{\text{Total Activos}} = \frac{6685,90}{16923} = 0,40$$

Análisis:

De cada dólar de activo los socios son dueños o aportadores de 0,40 ctvs. de dólar.

ANÁLISIS ECONÓMICO

Cálculo de los ingresos por venta del producto en el primer año de operación.

De acuerdo con el siguiente cuadro, el precio de venta sería de 0,50 ctvs. por unidad, en el que está añadido un porcentaje de utilidad para determinar el precio por unidad, así como los ingresos anuales, mensuales y semanales.

Tabla 45 *Calculo de Ingresos*

Periodo	Cantidad	PVP	Ingresos totales
Anual	825480	0,5	412740
Mensual	68790	0,5	34395
Diario	2293	0,5	1146,5

Elaborado por: Autor

DETERMINACIÓN COSTO DE PRODUCCIÓN

Tabla 46 Determinación de costos de producción

Elementos del Crédito	Año	Mes	Día
Costo de fabricación	155271,03	12939,25	431,31
Gastos operacionales	21652	1804,33	60,14

Elaborado por: Autor

Año	Mes	Día
176923,03	14743,59	491,45
825480	68790	2293

Elaborado por: Autor

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{N}^\circ \text{ de unidades}}$$

$$CU = \frac{176923,03}{825480} = 0,21$$

FLUJO PROYECTADO

Tabla 47 Flujo Proyectado

Flujo Proyectado 2022 - 2027								
Años		Utilidad Neta	(-) Depreciación	(-) Inversión Adicional	(+) Capital de trabajo	(-) Amortización	(+) Valor residual	Flujo neto
2022	0			20608,9	3685,9			-16923
2023	1	1452816,66	1957,13			3587,16		1447272
2024	2	145763	1957,13			3587,16		140218,7
2025	3	153685,75	1957,13			3587,16		148141,5
2026	4	162062,74	1957,13			3587,16		156518,5
2027	5	173577,09	1957,13			3587,16		168032,8
Total								2043261

Elaborado por: Autor

Análisis:

Se ha proyectado el flujo de efectivo para cinco donde se puede apreciar el primer año la inversión, también tomando en cuenta los ingresos y gastos que se generarán durante este período.

CALCULO DE LA RENTABILIDAD

$$\frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Ventas totales}} = \frac{\mathbf{149566,64}}{\mathbf{412740}} = \mathbf{0,36}$$

Como se puede observar la rentabilidad del negocio resultante entre la relación de la utilidad neta sobre las ventas totales es del 36% considerada razonable para este tipo de industria, cuyo riesgo es mayor que un negocio solo comercial y/o de servicios.

PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

Una de las principales políticas de gestión que los socios de la microempresa “Yuca bread” deben ejecutar en el año 2019 y en los años siguientes, será diversificar los productos y crecer en un 4% anual; reconocer un incremento de hasta el 2% anual en los costos de fabricación del producto, por efecto de la inflación externa y de un 2% de incremento en los gastos operacionales.

Tabla 48 Proyección de los Ingresos

Proyección de estado de pérdidas y ganancias						
Tiempo	1	2	3	4	5	Premisas d e los socios
Años	2022	2023	2024	2025	2026	
Ingresos	412740	420994,8	437834,59	455347,97	478115,36	Incremento 4% anual
(-) Costos de fabricación	155271,03	158376,45	161543,97	164774,84	168070,33	Incremento 2% anual
(-) Gastos operacionales	21652	22085,04	22526,74	22977,27	23436,82	Incremento 2% anual
(=) Utilidad operacional bruta	235816,97	240533,31	253763,88	267595,86	286608,21	
(-) 15% Utilidad de trabajadores	35372,55	36079,99	38064,58	40139,38	42991,23	
(=) Utilidad antes de Impuestos	200444,42	204453,32	215699,3	227456,48	243616,98	
(-) 25% Impuesto a la renta	50111,05	51113,33	53924,83	56864,12	60904,25	
(=) Utilidad antes de reserva legal	150333,32	153339,99	161774,47	170592,36	182712,73	
(-) 5% Reserva Legal	7516,67	7666,99	8088,72	8529,62	9135,64	
(=) Utilidad neta	142816,66	145673	153685,75	162062,74	173577,09	

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

El objetivo de este flujo es medir el movimiento de los recursos que se dispondrían en el futuro, así como, aquellos costos y gastos operacionales en los que incurriría la cafetería temática.

Tabla 49 Flujo de Efectivo Proyectado

Flujo Proyectado 2022 - 2027								
Años		Utilidad Neta	(-) Depreciación	(-) Inversión Adicional	(+) Capital de trabajo	(-) Amortización	(+) Valor residual	Flujo neto
2022	0			20608,9	3685,9			-16923
2023	1	1452816,66	1957,13			3587,16		1447272
2024	2	145763	1957,13			3587,16		140218,7
2025	3	153685,75	1957,13			3587,16		148141,5
2026	4	162062,74	1957,13			3587,16		156518,5
2027	5	173577,09	1957,13			3587,16		168032,8
Total								2043261

CALCULO DEL VAN

Valor Actual Neto

Para el cálculo del VAN se ocupará la siguiente formula:

$$VAN = \frac{BNt}{(1 + i)} - 1^0$$

Donde:

BNt = Beneficio Neto del flujo en el periodo t

i = tasa de descuento

1⁰ = Inversión inicial del proyecto

Para el cálculo del VAN es necesario disponer de los siguientes datos:

% de las obligaciones financieras = 0.67

Tasa activa, más adicionales = 0.1842

% del aporte Accionario = 0.33

Tasa pasiva = 0.05

Con la aplicación de la fórmula anterior, se procede al cálculo de la tasa de descuento.

$$i = (0.67 * 0.1842) + (0.33 * 0.05)$$

$$i = (0.1234) + (0.017)$$

$$i = 0.1404$$

$$Tmar = 14.04\%$$

La Tmar es la tasa de descuento que se utilizó para traer los flujos de caja a valor presente. A esta tasa también se la denomina "tasa del costo de oportunidad del capital", mínima aceptable de rendimiento que se debería ganar en el proyecto, para que este pueda ejecutarse sin que la empresa pierda su valor de mercado.

$$VAN = \frac{137272,4}{(1 + 0,1404)^1} + \frac{140218,7}{(1 + 0,1404)^2} + \frac{148141,5}{(1 + 0,1404)^3} + \frac{156518,5}{(1 + 0,1404)^4} + \frac{168032}{(1 + 0,1404)^5}$$

$$VAN = 120372 + 107860 + 99886 + 92543 + 87121$$

$$VAN = 507782 - 16923 = 490859$$

VAN = 490859 DÓLARES CON TASA MENOR DEL 14,04%(TMAR)

$$VAN = \frac{137272,4}{(1 + 0,1414)^1} + \frac{140218,7}{(1 + 0,1414)^2} + \frac{148141,5}{(1 + 0,1414)^3} + \frac{156518,5}{(1 + 0,1414)^4} + \frac{168032}{(1 + 0,1414)^5}$$

$$VAN = 120266 + 107694 + 99624 + 92232 + 86748$$

$$VAN = 506564 - 16923 = 489641$$

VAN = 489641 DÓLARES CON TASA MAYOR DEL 14,14%(TMAR)

DIFERENCIA= 1218 CON LA QUE SE IGUALA A CERO

Los flujos actualizados con tasa menor y mayor se presentan a continuación

Tabla 50 Flujos con VAN mayor y menos

Años		Flujo neto	Flujo actualizado	
			Tasa menor 14,04%	Tasa mayor 14,14%
2022	0	-16923	-16923	-16923
2023	1	137272,4	120372	120266
2024	2	140218,7	107860	107694
2025	3	148141,5	99886	99624
2026	4	156518,5	92543	92232
2027	5	168032,8	87121	86748
		Total	490859	489641
		Diferencia	1218	

Elaborado por: Autor

CALCULO TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

La TIR mide la rentabilidad de la inversión de una compañía, estimada a mediano plazo. En nuestro caso es para el período 2023 – 2028.

En el presente caso, la tasa que más se aproximó a que el valor del Flujo Actualizado tienda a 0 fue de 14,14%

La fórmula para determinar la TIR es la siguiente:

$$TIR = tm + \left(\frac{VAN\ tm}{VAN\ TM} \right) + (TM - tm)$$

Donde

$$tm = 14,04\%$$

$$TM = 14,14\%$$

$$VAN\ tm = 490859$$

$$VAN\ TM = 489641$$

$$diferencia = 1218$$

$$TIR = 14,04 + \left(\frac{490859}{489641} \right) + (14,14 - 14,04)$$

$$TIR = 14,04 + 1 + 0,1 = 15,14\%$$

De los resultados anteriores, se puede señalar que el VAN es positivo y la TIR económicamente rentable 15,14% que es mayor a la tasa de descuento inicial de 14,04% (Tmar).

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Este método no difiere mucho del VAN, ya que se fundamenta en los mismos conceptos sobre los flujos descontados, tanto de las entradas como de las salidas de efectivo. La diferencia está en que la sumatoria de las entradas a caja actualizadas se divide para la inversión inicial.

En nuestro caso para sería

$$\frac{\textit{flujo neto}}{\textit{inversión inicial}} = \frac{733260,8}{20608,9} = 35,57$$

Resultado = Significa que, por cada dólar de inversión inicial, se obtiene un beneficio de USD 35,57.

2.3. Validación de la propuesta

Para la elección de especialistas se ha considerado un perfil acorde a los siguientes criterios: formación académica relacionada con el tema investigativo, experiencia académica y/o laboral orientada a la gestión administrativa y motivación para participar. La siguiente tabla presenta información detallada de los actores seleccionados para la validación del modelo.

Tabla

Descripción de perfil de validadores

Nombres y Apellidos	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
MANCHENO JARA LESLIE HANNY	35	MAGISTER EN ADMINISTRACION DE RECURSOS FINANCIEROS Y HUMANOS Reg. 1005-12- 749881	Coordinadora de la Carrera de Administración en el Instituto Tecnológico ISTUHCPP 10 años Docente ISTUHCPP 5 años Tesorera Colegio Eugenio Espejo (20 años)
BOSSANO MUÑOZ CAROLINA BELÉN	18	ESPECIALISTA EN TRIBUTACIÓN	Contadora en ISTUHCPP (5 AÑOS) Docente de Contabilidad y Tributación (3 años) ISTUCPP Asesor Contable y Financiero 10 años Servicios esporádicos

Fuente: Elaboración del autor

Los objetivos perseguidos mediante la validación son los siguientes:

- Validar la metodología de trabajo aplicada en el desarrollo de la investigación.

- Aprobar los resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas.
- Redefinir (si es necesario) el enfoque de los elementos desarrollados en la propuesta, considerando la experiencia de los especialistas.

Constatar las posibilidades potenciales de aplicación del **Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan**, propuesto.

Instrumento para validar

Luego de seleccionar a los profesionales que conformaron el panel para la validación, se procedió a desarrollar los criterios de evaluación; facilitando un link de acceso que detalla los parámetros considerados a cada validador. A continuación, se especifican los criterios en mención:

Tabla

Criterios de Evaluación

Criterios	Descripción
Impacto	Representa el alcance que tendrá el modelo de gestión y su representatividad en la generación de valor público.
Aplicabilidad	La capacidad de implementación del modelo considerando que los contenidos de la propuesta sean aplicables
Conceptualización	Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías propias de la gestión por resultados de manera sistémica y articulada.
Actualidad	Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos que se producen en la nueva gestión pública.
Calidad Técnica	Miden los atributos cualitativos del contenido de la propuesta.
Factibilidad	Nivel de utilización del modelo propuesto por parte de la Entidad.
Pertinencia	Los contenidos de la propuesta son conducentes, concernientes y convenientes para solucionar el problema planteado.

Fuente: Elaboración del autor

Una vez puntualizados los criterios utilizados en la validación, se determinó la escala de criterios cualitativos para su evaluación, según el nivel de importancia y representatividad.

Tabla

Escala de evaluación de criterios Magister. – MANCHENO HANNY

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Total mente Acuerdo
Impacto					x
Aplicabilidad					x
Conceptualización					x
Actualidad					x
Calidad Técnica					x
Factibilidad					x
Pertinencia					x

Fuente: Elaboración del autor

Escala de evaluación de criterios Especialista. – BOSSANO CAROLINA

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Total mente Acuerdo
Impacto					x
Aplicabilidad					x
Conceptualización					x
Actualidad					x
Calidad Técnica					x
Factibilidad					x
Pertinencia					x

Fuente: Elaboración del autor

Tabla

Preguntas Instrumento de validación

Criterios	Preguntas
Impacto	¿Considera que el Plan Estratégico propuesto representará un impacto significativo en la generación de valor público?
Aplicabilidad	¿Los contenidos de la propuesta son aplicables?
Conceptualización	¿Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías de la gestión por resultados?
Actualidad	¿Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y nuevos cambios que puedan producirse?
Calidad Técnica	¿El modelo propicia el cumplimiento de los protocolos de atención analizados desde la óptica técnico-científica?
Factibilidad	¿Es factible incorporar un Plan Estratégico por resultados en el sector?
Pertinencia	¿Los contenidos de la propuesta pueden dar solución al problema planteado?

Fuente: Elaboración de la autora

Se han establecido los niveles de importancia y representatividad y un valor máximo de cinco puntos, el cual, será otorgado según el desempeño adecuado del criterio; y un mínimo de un punto en el caso de observarse un cumplimiento insuficiente.

Criterios	Preguntas	MANCHENO JARA LESLIE HANNY	BOSSANO MUÑOZ CAROLINA BELÉN	SUMA TOTAL	PORCENTAJE
Impacto	¿Considera que el PLAN DE NEGOCIO propuesto representará un impacto significativo en la generación de valor público?	5	5	10	100%
Aplicabilidad	¿Los contenidos de la propuesta son aplicables?	5	5	10	100%
Conceptualización	¿Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías de la gestión por resultados?	5	5	10	100%
Actualidad	¿Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y nuevos cambios que puedan producirse?	5	5	10	100%
Calidad Técnica	¿El PLAN DE NEGOCIO propicia el cumplimiento de los protocolos de atención analizados desde la óptica técnico-científica?	5	5	10	100%
Factibilidad	¿Es factible incorporar un PLAN DE NEGOCIO por resultados en el sector?	5	5	10	100%
Pertinencia	¿Los contenidos de la propuesta pueden dar solución al problema planteado?	5	5	10	100%
TOTAL		35	35	70	

Elaborado: Autor

Resultados de la validación

El análisis realizado por los especialistas valida la propuesta con un 100% cualitativamente y cuantitativamente. Por lo cual se determina que el **Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan**, es viable y da solución a la problemática planteada.

2.4. Matriz de articulación de la propuesta

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 51.
Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
Plan de negocio para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M Quito.	Generación del modelo de negocio. Planteamiento de estrategias. Estudio económico.	En el presente proyecto de investigación se hizo un análisis del entorno donde se desarrollará la cafetería, de la mano de herramientas de investigación que en este caso fue la encuesta.	Resumen Descripción del negocio. Cultura organizacional. Estrategias de mercado. Estudio financiero.	El presente proyecto pretende fomentar el emprendimiento de proyectos relacionados con costumbres locales, y al mismo tiempo fomentar el empleo en el sector.	Observación directa. Encuesta.

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- A través de la contextualización sobre estudios de factibilidad, emprendimientos, se puede determinar que todo producto o servicio bien enfocado es un nicho de mercado que debe ser explotado, y para el cual existen diferentes procesos de realizar análisis de estudio de factibilidad o viabilidad del negocio a emprender, ya que las nuevas tendencias del mercado obligan cada vez más a diversificar sus productos buscando nuevos nichos de mercado como es el caso del mercado del pan de yuca.
- A través del diagnóstico realizado con base metodológica y el uso de técnicas y herramientas como la encuesta aplicado en un objeto de estudio determinado (comunidad, turistas del barrio de San Juan), se puede determinar que existe un mercado latente potencial para el consumo de pan de yuca.
- Se determina que el plan de negocios de una cafetería temática de pan de yuca, se en el barrio de San Juan es viable ya que al haber realizado el adecuado análisis financiero en su relación beneficio costo determina que, por cada dólar de inversión inicial, se obtiene un beneficio de USD 35,57.
- A través del criterio de especialistas, al revisar el estudio de mercado realizado y los análisis financieros elaborados se puede corroborar la viabilidad del plan de negocio de implementar una cafetería temática de pan de yuca en el barrio de San Juan en el D.M. Quito.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda en lo posterior acceder a un programa contable con el cuál, se pueda tener un mayor control financiero.
- Es necesario realizar manual de funciones para cada uno de los departamentos y empleados, ya que existe un área de producción y uno Administrativo.
- Se recomienda realizar un plan estratégico para canalizar mayor afluencia de clientes y distribución de producto.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2019). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill
- Castro, Z. (2017). Evaluación de Proyectos de Inversión para pequeñas y Medianas Empresas con una estrategia de Proyección Financiera. *Ra Ximhai*, 13(3), 15-40. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46154070001.pdf>
- Coldiretti . (25 de julio de 2021). *Asociación de Consumidores Coldiretti* . Obtenido de <https://www.coldiretti.it/>
- Hu, G., Kumul, C., Xool, R., & Sanchez, M. (2020). El emprendimiento y sus impactos en la economía por la pandemia Covid-19. *Emprendimiento Digital*, 6(10), 20-31. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/348551087_El_emprendimiento_y_sus_impactos_en_la_economia_por_la_pandemia_Covid-19_Entrepreneurship_and_its_impacts_on_the_economy_due_to_the_Covid-19_pandemic/link/600396c492851c13fe17f113/download
- Meza, J. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Ecoe Ediciones. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Evaluaci%C3%B3n_financiera_de_proyectos.html?id=CK9JDwAAQBAJ&source=kp_book_description&redir_esc=y
- Moreno, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. RIL editores. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uisrael/titulos/67489>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2020). *Generación de Modelos de Negocio*. Barcelona, España: Deusto S.A Ediciones.
- Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uisrael/titulos/130238>
- Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Quinta Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Sánchez, P., Dávalos, E., Negrete, O., & Balanzátegui, R. (2019). Evaluación de proyectos socio productivos mediante el sistema del Marco Lógico. *Revista Espacios*, 40(34), 5. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n34/19403405.html>
- Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). *Proyectos de Inversión: Un Enfoque Práctico*. Riobamba: ESPOCH. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoque%20pra%CC%81ctico.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

Objetivo: Obtener datos importantes del mercado y la competencia, los que serán considerados para la toma de decisiones en lo posterior.

Instrucciones:

Marque con una "X" en el lugar que usted crea conveniente.

fecha _____

1. ¿Usted come pan?

SI NO

2. ¿Le gusta el pan de yuca?

SI NO

3. ¿Por qué razón consume pan de yuca?

Costumbre
Sabor
Otros

4. ¿En qué momentos del día usted consumiría el pan de yuca?

desayuno
merienda
Otros

5. ¿Dónde normalmente adquiere el pan de yuca?

Panaderías
Supermercados

6. ¿Normalmente cuantos panes de yuca consume usted?

1 a 3 4 a 5

6 o mas

7. ¿Qué precio paga por cada unidad?

0,25 ctvs.

0,35 ctvs.

0,5 ctvs

8. ¿Le gustaría que haya un sitio que se dedique a la producción y venta de pan de yuca en San Juan?

SI NO

9. ¿Qué factores le harían consumir mas el pan de yuca?

Sabor
Precio
Variedad

Si su respuesta es sabor continúe a la pregunta 10

10. ¿Dé los sabores descritos cual sería el de su agrado?

Pan de yuca con mermelada de piña

Pan de yuca con mermelada de fresa

Pan de yuca con queso el tradicional

11. ¿Qué otros productos le gustaría que el nuevo local también comercialice?

Leche
Yogurt
Avenas
Galletas
Embutidos
Otros

ANEXO 2

FORMATO ENCUESTA A PANDERIAS

Encuesta

Objetivo: Recabar la información necesaria para determinar los gustos y preferencia de la competencia respecto a la venta de pan de yuca

Instrucciones:

Marque con una "X" en el lugar que usted crea conveniente.

Fecha: _____

1. ¿Vende usted pan de yuca?

SI

NO

si su respuesta es no pase a la pregunta 5

2. ¿Cuántas unidades más o menos vende al día?

500 a 1000

1001 a 2000

2001 a 3000

3. ¿Precio de venta al público es?

0,25 ctvs.

0,30 ctvs.

0,50 ctvs.

4. ¿Cuáles son las horas de mayor demanda del producto?

Mañana

Tarde

5. ¿Estaría dispuesto a vender una nueva variedad de pan de yuca?

SI

NO

Correo: ANA LUCIA TACO CAYAMBE | Bienvenidos a la Universidad Isro | Proyecto completo. (Versión 7)

posgrado.uisrael.edu.ec/mod/turnitintooltwo/view.php?id=31364

Inicio | Área personal | Eventos | Mis Cursos | Este curso

Ocultar bloques | Vista estándar

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Proyecto completo. (Versión 7) - Sección 1	3 ago 2022 - 09:09	10 sep 2022 - 22:55	10 sep 2022 - 22:55

Actualizar entregas

Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud
Ver recibo digital ANA LUCIA TACO	1896276792	9/09/2022 20:10	6%

Búsqueda en Windows | 20:15 9/9/2022

Correo: ANA LUCIA TACO CAYAMBE | Bienvenidos a la Universidad Isro | Proyecto completo. (Versión 7) | Feedback Studio

ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&o=1896276792&u=1134404572&student_user=1&is=1

ANA LUCIA TACO CAYAMBE | ANA LUCIA TACO

Título del proyecto:
Plan de Negocios para la implementación de una cafetería temática de pan de yuca en el D.M. Quito sector San Juan

Línea de Investigación:
Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:
Administración

Autor/a:
Ana Lucía Taco Cayambe

Tutor/a:
MSc.- Ana Lucía Tulcán Pastas

Página: 1 de 80 | Número de palabras: 14547 | Versión solo texto del informe | Alta resolución | Activado

Búsqueda en Windows | 20:17 9/9/2022