



**CARRERA DE MARKETING INTERNO Y EXTERNO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS  
SALUDABLES EN EL CICLO PASEO Y CENTROS RECREACIONALES DEL  
SECTOR DE LA CAROLINA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
PERÍODO 2017-2018**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en**

**Marketing Interno y Externo**

**AUTOR: STEPHANIE CAROLINA HURTADO SUÁREZ**

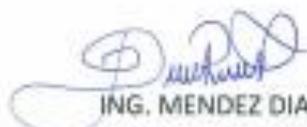
**DIRECTOR: Diana Patricia Méndez**

**Quito, 201**

## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo de 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) HURTADO SUAREZ STEPHANIE CAROLINA de la carrera de MARKETING INTERNO Y EXTERNO cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UNA EMPRESA QUE OFREZCA EL SERVICIO DE COMIDA SALUDABLE, A LOS USUARIOS DEL CICLO PASEO Y PARQUES RECREACIONALES EN EL SECTOR DE LA CAROLINA EN EL D.M, DE QUITO EN EL PERIODO 2017-2018. una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. MENDEZ DIANA  
Tutor del Proyecto



ING. ALOMOTO TANIA  
Lector del Proyecto



ING. FRANKLIN CEVALLOS  
Director de Escuela



ING. GIOVANNI URBINA  
Coordinador de la Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASEL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Calle de la Prensa 1465-268 y Logroño Teléfono: 2255440 / 2269930 Email: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño De 2-84 y Av. de la Prensa (104) Edif. Cordillera Tels.: 2426443 / Fax: 2633649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (104) Tel.: 2262841	Av. Brasil 1466-45 y Zamora Tel.: 2246636	Yacuambi C62-35 y Bracamoros Tel.: 2249994

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Quien suscribe STEPHANIE CAROLINA HURTADO SUÁREZ CI No 1723834808 hace constar que la siguiente Investigación es original y personal; se han citado respectivamente los autores consultados.

El análisis realizado en los gráficos, las conclusiones y recomendaciones planteadas son responsabilidad propia del autor.



---

Stephanie Hurtado

1723834808

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Stephanie Carolina Hurtado Suárez portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 1723834808 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS SALUDABLES EN EL CICLO PASEO Y CENTROS RECREACIONALES DEL SECTOR DE LA CAROLINA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO PERÍODO 2017-2018 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE: Stephanie Carolina Hurtado Suárez

CEDULA 1723834808

Quito, a los 04 días del mes de abril de 2018

---

## AGRADECIMIENTO

Gracias a los docentes del Instituto Tecnológico Superior Cordillera por los conocimientos impartidos, especialmente a la Ing. Diana Méndez quien ha guiado la elaboración de la Investigación realizada, su paciencia y constancia en las aulas; al igual que a la Prestigiosa Institución la cual abrió sus puertas para adquirir conocimientos competitivos, ayudando a mi desarrollo Personal y Profesional.

## **DEDICATORIA**

A mi hijo por confiar en mí y

ser el pilar fundamental de mi superación.

A mis padres por su apoyo incondicional y no permitir

que me rinda hasta lograr el objetivo propuesto.

A la Ing. Diana Méndez por el correcto asesoramiento

y guía en los diferentes temas realizados.

---

## INDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE .....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
INDICE GENERAL .....	v
INDICE DE TABLAS .....	ix
INDICE DE FIGURAS .....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
1. Contexto.....	1
1.01 Macro.....	1
1.01.01 Meso .....	2
1.01.02 Micro.....	3
1.02 Justificación .....	4
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>6</b>
2. Análisis Situacional .....	6
2.01 Ambiente Externo .....	6
2.01.01 Factor Económico .....	7
2.01.01.01 PIB .....	7
2.01.01.02 Inflación .....	8
2.01.01.03 Tasa Activa .....	10
2.01.01.04 Tasa Pasiva .....	11
2.01.01.05 Balanza Comercial.....	12
2.01.02 Factor Social .....	17
2.01.02.01 PEA.....	17
2.01.02.02 Empleo y sector formal e informal .....	18
2.01.02.03 El Desempleo.....	19
2.01.02.04 Subempleo .....	21
2.01.03 Factor Legal .....	22
2.01.03.01 Requisitos.....	23

---

2.01.04 Factor Tecnológico .....	24
2.02 Entorno Local .....	25
2.02.01 Clientes .....	25
2.02.02 Proveedores.....	26
2.02.03 Competidores .....	27
2.03 Análisis Interno.....	27
2.03.01 Misión de la Empresa .....	28
2.03.02 Visión de la Empresa .....	28
2.03.03 Objetivos.....	28
2.03.03.01 Objetivo General.....	28
2.03.03.01 Objetivos Específicos .....	28
2.03.04 Principios y Valores.....	28
2.04 Gestión Administrativa .....	29
2.04.01 Organigrama Estructural.....	30
2.04.02 Dirección.....	31
2.04.03 Control .....	31
2.05 Gestión Operativa .....	31
2.06 Gestión Comercial .....	33
2.06.01 Matriz VOE.....	33
2.06.02 Matriz FODA.....	38
2.06.03 Matriz CAME .....	39
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>40</b>
3. Estudio de Mercado .....	40
3.01 Análisis del Consumidor.....	40
3.01.01 Objetivos del Estudio de Mercado.....	<b>40</b>
3.01.01.01 Objetivo General.....	40
3.01.01.02 Objetivos Específicos .....	41
3.01.02 Determinar la población y Muestra.....	41
3.01.03 Segmentación del Mercado.....	41
3.01.04 Tamaño de la Población.....	42
3.01.05 La Muestra .....	42
3.01.06 Técnica de Recolección de Datos .....	44
3.01.07 Formato de la Encuesta.....	44
3.01.08 Tabulación Encuesta.....	46

---

3.02 Demanda .....	55
3.02.01 Demanda Actual .....	55
3.02.02 Demanda Proyectada .....	56
3.03 Oferta .....	56
3.03.01 Oferta Actual.....	56
3.03.02 Oferta Proyectada .....	57
3.04 Balance Oferta y Demanda .....	57
3.04.01 Balance Actual .....	57
3.04.02 Balance Proyectado.....	57
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>58</b>
4. Estudio Técnico .....	58
4.01 Tamaño del proyecto .....	59
4.01.01 Capacidad Instalada .....	59
4.01.02 Capacidad Óptima.....	59
4.02 Localización.....	60
4.02.01 Macro localización.....	60
4.02.02 Micro localización .....	60
4.02.03 Distribución de Planta.....	61
4.03 Ingeniería del proyecto .....	62
4.04 Definición de Bien y servicio .....	62
4.04.01 Proceso Productivo .....	63
4.04.02 Determinación de Maquinaria y Equipo .....	64
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>65</b>
5. Estudio Financiero .....	65
5.01 Ingresos.....	65
5.01.01 Ingresos Operacionales .....	65
5.01.02 Ingresos no Operacionales .....	65
5.02 Costos .....	65
5.02.01 Materia Prima .....	66
5.02.02 Mano de Obra Directa.....	67
5.02.03 Costos Indirectos de Fabricación .....	67
5.03 Gastos .....	68
5.03.01 Gasto Administrativo.....	68
5.03.02 Gasto Ventas .....	69

---

5.03.03 Gastos de Financiamiento .....	70
5.04 Inversiones .....	70
5.04.01 Capital de trabajo .....	71
5.04.02 Activos Fijos .....	71
5.04.03 Activos Nominales.....	71
5.04.04 Depreciaciones.....	72
5.04.05 Estado de Situación Inicial.....	72
5.04.06 Estado de Resultados Proyectado .....	73
5.04.07 Flujo de Efectivo.....	74
5.04.08 Balance General Proyectado .....	75
5.05 Evaluación .....	75
5.05.01 Tasa de Descuento .....	75
5.05.02 Valor Actual Neto (VAN).....	76
5.05.03 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	76
5.05.04 Período de Recuperación de la Inversión.....	77
5.05.05 Punto de equilibrio.....	77
5.05.06 Análisis de Índices Financieros. ....	79
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>81</b>
6. Análisis de Impactos .....	81
6.01 Impacto Ambiental .....	81
6.02 Impacto Económico .....	81
6.03 Impacto Productivo.....	82
6.04 Impacto Social .....	82
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>83</b>
7. Conclusiones.....	83
7.01 Recomendaciones .....	84
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>85</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> PIB .....	8
<b>Tabla 2:</b> Inflación.....	9
<b>Tabla 3:</b> Tasa Activa .....	10
<b>Tabla 4:</b> Tasa Pasiva .....	11
<b>Tabla 5:</b> Riesgo País.....	16
<b>Tabla 6:</b> Proveedores.....	26
<b>Tabla 7:</b> Competidores.....	27
<b>Tabla 8:</b> Gestión Administrativa .....	29
<b>Tabla 9:</b> Perfil del Cargo.....	30
<b>Tabla 10:</b> Hoja de función contador Externo .....	31
<b>Tabla 11:</b> Matriz VOE .....	33
<b>Tabla 12:</b> Análisis FODA .....	38
<b>Tabla 13:</b> Matriz Came .....	39
<b>Tabla 14:</b> Estrategias.....	39
<b>Tabla 15:</b> Segmentación del Mercado.....	41
<b>Tabla 16:</b> Tamaño de la Población.....	42
<b>Tabla 17</b> Pregunta 1 .....	46
<b>Tabla 18</b> Pregunta 2 .....	47
<b>Tabla 19</b> Pregunta 3 .....	48
<b>Tabla 20</b> Pregunta 4 .....	49
<b>Tabla 21</b> Pregunta 5 .....	50
<b>Tabla 22</b> Pregunta 6 .....	51
<b>Tabla 23</b> Pregunta 7 .....	52
<b>Tabla 24</b> Pregunta 8 .....	53
<b>Tabla 25</b> Pregunta 9 .....	54
<b>Tabla 26</b> Demanda Actual .....	55
<b>Tabla 27</b> Demanda Proyectada .....	56
<b>Tabla 28</b> Oferta Actual.....	56
<b>Tabla 29</b> Oferta Proyectada .....	57
<b>Tabla 30</b> Balance Actual.....	57
<b>Tabla 31</b> Balance Proyectado.....	57
<b>Tabla 32</b> Capacidad Instalada .....	59
<b>Tabla 33</b> Capacidad Óptima.....	59
<b>Tabla 34:</b> Macro localización.....	60
<b>Tabla 35:</b> Micro localización .....	61
<b>Tabla 36</b> Requerimientos Maquinaria y Equipo .....	64
<b>Tabla 37</b> Materia Prima Ensaladas.....	66
<b>Tabla 38</b> Materia Prima Batidos .....	66
<b>Tabla 39</b> Materia Prima Sándwich.....	66
<b>Tabla 40</b> Mano de Obra Directa.....	67
<b>Tabla 41</b> CIF Ensalada.....	67

---

<b>Tabla 42</b> CIF Batidos .....	67
<b>Tabla 43</b> CIF Sándwich .....	67
<b>Tabla 44</b> Resumen de Costos - Fijación de Precios .....	68
<b>Tabla 45</b> Gasto Administrativo Anual .....	68
<b>Tabla 46</b> Gasto de Ventas Anual .....	69
<b>Tabla 47</b> Condiciones Préstamo.....	70
<b>Tabla 48</b> Amortización del Préstamo.....	70
<b>Tabla 49</b> Capital de trabajo .....	71
<b>Tabla 50</b> Inversión Activos Fijos .....	71
<b>Tabla 51</b> Activos Nominales.....	71
<b>Tabla 52</b> Depreciaciones.....	72
<b>Tabla 53</b> Estado de Situación Inicial.....	73
<b>Tabla 54</b> Estado de Resultados Proyectado .....	73
<b>Tabla 55</b> Flujo de Caja.....	74
<b>Tabla 56</b> Balance General Proyectado .....	75
<b>Tabla 57</b> T-MAR.....	76
<b>Tabla 58</b> Periodo de Recuperación .....	77
<b>Tabla 59</b> Punto de Equilibrio .....	78
<b>Tabla 60</b> Comprobación Punto de Equilibrio .....	78

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura N 1</b> Balanza Comercial.....	12
<b>Figura N 2</b> Balanza Comercial Porcentual .....	14
<b>Figura N 3</b> Población Económicamente Activa.....	18
<b>Figura N 4</b> Empleo.....	19
<b>Figura N 5</b> Desempleo .....	20
<b>Figura N 6</b> Desempleo por Sexo.....	21
<b>Figura N 7</b> Subempleo .....	21
<b>Figura N 8</b> Desempleo por Ciudades .....	22
<b>Figura N 9</b> Clientes .....	25
<b>Figura N 10</b> Organigrama .....	30
<b>Figura N 11</b> Gestión Operativa.....	32
<b>Figura N 12</b> Logotipo .....	36
<b>Figura N 13</b> Material POP .....	37
<b>Figura N 14</b> Pregunta 1 .....	46
<b>Figura N 15</b> Pregunta 2.....	47
<b>Figura N 16</b> Pregunta 3.....	48
<b>Figura N 17</b> Pregunta 4.....	49
<b>Figura N 18</b> Pregunta 5.....	50
<b>Figura N 19</b> Pregunta 6.....	51
<b>Figura N 20</b> Pregunta 7.....	52
<b>Figura N 21</b> Pregunta 8.....	54
<b>Figura N 22</b> Pregunta 9.....	55
<b>Figura N 23</b> Micro localización.....	61
<b>Figura N 24</b> Distribución de la Planta .....	62

---

## RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto está dirigido a la población de la ciudad de Quito que asiste al Ciclo aseo establecido por la municipalidad con el fin de fomentar el deporte y el uso de este vehículo de dos ruedas que es la Bicicleta.

Por lo que “Bici Food” ofrece una variedad de alimentación nutritiva que beneficie físicamente al ser humano aportando valores nutricionales y sea una forma diferente de comercializarla, a través de la adaptación de un vagón en el cual se preparara alimentos de la más alta calidad garantizando buenas prácticas de manufactura al momento de realizarlo.

Brindando beneficios no solo saludables, sino también satisfaciendo la necesidad fisiológica de alimentación.

A través de un estudio de mercado en el cual se obtendrá información correspondiente al proyecto, y que ayude a la correcta toma de decisiones para la implementación de la Empresa y realizar actividades que potencialicen a la misma en el mercado.

## ABSTRACT

The following project is aimed at the population of the city of Quito who attends the cleaning cycle established by the municipality to promote sport and the use of this two-wheeled vehicle, the Bicycle.

Therefore, "Bici Food" offers a variety of nutritious foods that physically benefit the human being by providing nutritional values and is a different way of marketing it, through the adaptation of a car in which food is prepared from the highest quality, guaranteeing a good nutritional status. manufacturing practices at the time of doing so.

It provides not only healthy benefits, but also the satisfaction of the physiological need for food

Through a market study in which you will obtain information corresponding to the project, and that helps the correct decision making for the implementation of the Company and carry out activities that potentialize it in the market.

## **CAPÍTULO I**

### **1. Contexto**

#### **1.01 Macro**

El estilo de vida es el conjunto de actitudes y comportamientos que adoptan y desarrollan las personas de forma individual o colectiva para satisfacer sus necesidades como seres humanos y alcanzar su desarrollo personal.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) definió en 1986 el estilo de vida como “una forma general de vida basada en la interacción entre las condiciones de vida en un sentido amplio y los patrones individuales de conducta determinados por factores socioculturales y características personales”.

El estilo de vida que adoptamos tiene repercusión en la salud tanto física como psíquica. Un estilo de vida saludable repercute de forma positiva en la salud.

Comprende hábitos como la práctica habitual de ejercicio, una alimentación adecuada y saludable, el disfrute del tiempo libre, actividades de socialización, mantener la autoestima alta, etc.

Un estilo de vida poco saludable es causa de numerosas enfermedades como la obesidad o el estrés. Comprende hábitos como el consumo de sustancias tóxicas

(alcohol, drogas), el tabaquismo, el sedentarismo, las prisas, la exposición a contaminantes, etc. (Rivas, 2015)

Análisis: El estilo de vida de las personas se ha mantenido durante mucho tiempo, sin embargo en los últimos años ha cambiado ya que las personas están dispuestas a realizar más deporte y cuidar su salud, consumiendo productos que le generen bienestar a sus cuerpos.

La prevención de enfermedades como el estrés ha preocupado mucho a la sociedad por lo que ha sido un punto de partida importante para el cambio de su estilo de vida.

### **1.01.01 Meso**

El vegetarianismo es una práctica milenaria que consiste en no tomar alimentos de origen cárnico que cada día va ganando más adeptos en Quito.

En Quito los espacios donde se suministra comida vegetariana también aumentan. Las tiendas Camari son conocidas porque ofrecen una amplia gama de productos específicos para vegetarianos.

“En la ciudad de Quito está establecido el Restaurante SAKTI el cual ofrece variedad de comida saludable y vegana, ofrece el servicio de desayunos, almuerzos, cenas, café y bebidas” (Barriga, 2013).

Análisis: En la ciudad de Quito han incrementado notablemente los lugares de comida que ofrecen variedad de platos saludables, con grandes cantidades de nutrientes.

La población de la ciudad de Quito que practica deporte ha incrementado notablemente por lo que se puede observar los fines de semana realizar Ciclo Paseo y asistir a parques recreativos.

Acompañar el deporte de una correcta alimentación es muy importante por lo que la sociedad trata de buscar lugares que ofrezcan alimentos saludables y estén al alcance de su bolsillo.

### **1.01.02 Micro**

Este año se celebra el décimo aniversario del Ciclo paseo, ya que ha tenido buena acogida por la comunidad, el Ciclo paseo inicia a las 8:00 y finaliza a las 14:00, por lo que se cierran las intersecciones que confluyen con la ruta desde el norte hasta el sur de la ciudad.

Alrededor de 15000 a 20000 habitantes de Quito hacen uso de las vías destinadas para el Ciclo Paseo en la ciudad de Quito, la ruta inicia en el parque de Los Recuerdos al norte de la ciudad y finaliza en el parque de Las Cuadras al sur de Quito. Ésta iniciativa se tomó para fomentar el uso de este vehículo de dos ruedas.

(Albán, 2013)

Análisis: La ruta de Ciclo Paseo fue creada hace 10 años en la ciudad de Quito, atraviesa toda la ciudad, esta iniciativa fue creada para fomentar el uso de bicicleta

por parte de la ciudadanía, sin embargo muchos habitantes han adoptado esta actividad como una oportunidad para mejorar su estado físico y de salud.

### **1.02 Justificación**

El Presente proyecto tiene como objetivo dinamizar el mercado alimenticio, aportando con una idea innovadora para la comercialización de comida ambulante en el Distrito Metropolitano de Quito.

La alimentación es parte fundamental de la vida del ser humano y a través de los tiempos se ha dificultado alimentarse con productos sanos y que aporten valores nutricionales a nuestro organismo.

Por esto se ha decidido implementar una serie de ideas las cuales brinden al consumidor confianza con nuestros productos, satisfaciendo sus deseos y necesidades

Objetivo 3 Salud: La salud se plantea desde una mirada intersectorial que busca garantizar condiciones de promoción de la salud y prevención de enfermedades que garanticen el adecuado fortalecimiento de las capacidades de las personas para el mejoramiento de su calidad de vida. Se incluyen los hábitos de vida, la universalización de servicios de salud, la consolidación de la salud intercultural, la salud sexual y reproductiva, los modos de alimentación y el fomento de la actividad física.

Las enfermedades crónicas se encuentran entre las primeras causas de muerte en el país. En la población femenina, en primer lugar, se encuentran las enfermedades

cardiovasculares (hipertensión arterial e isquemia cardíaca), seguidas de enfermedades como diabetes, cerebrovasculares y neumonía. En la población masculina, las enfermedades crónicas no transmisibles comparten las primeras causas de muerte con las agresiones y los accidentes de tránsito. En el periodo 2000-2009, la incidencia de diabetes se incrementó de 80 a 488 por cada 100 mil habitantes. En el mismo periodo, la hipertensión arterial pasó de 256 a 1 084 por cada 100 mil habitantes.

### Análisis

Se hace referencia al objetivo número 3 del Plan Nacional del Buen Vivir planteado por el Gobierno del Ecuador ya que en el proyecto se está ahondando en el tema de alimentos lo cual va ligado con la salud directamente ya que los jugos en polvo se convierten en parte de nuestra alimentación diaria.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Análisis Situacional**

El análisis Situacional es un proceso en el cual la empresa evalúa su desempeño en el mercado tomando en cuenta datos Históricos y los factores Internos y Externos.

#### **2.01 Ambiente Externo**

“Ambiente Externo de las Organizaciones” o también llamado Entorno de las Organizaciones, es el conjunto de todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Microambiente y Macro ambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización. (Barrios, 2011)

Análisis: El ambiente externo se refiere a todos los factores que influyen para el desarrollo de la Empresa de manera externa a la misma, es decir todo lo que pertenece al macro ambiente que tiene que ver con Factores Políticos, Factores

Ambientales, Factores Tecnológicos, etc. que de una u otra manera afectan o benefician al desarrollo de la Empresa.

### **2.01.01 Factor Económico**

“Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa” (Porto, 2010).

Análisis: Los factores económicos son muy importantes para una Empresa ya que estos son los que permiten satisfacer las diferentes necesidades que se presenten en diferentes ámbitos como comercial, productivo, técnico, entre otros.

En la Empresa a implementar el factor económico es un elemento de suma importancia ya que ayuda a analizar y verificar si los materiales a utilizar son los correctos sin alterar de forma excesiva la inversión a realizar.

#### **2.01.01.01 PIB**

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado. El PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las Empresas de cada país, únicamente en su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las Empresas (Banco Central del Ecuador, 2017)

Tabla 1: PIB

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2015	20.40 %
Noviembre-30-2015	20.80 %
Octubre-31-2015	20.50 %
Septiembre-30-2015	20.50 %
Agosto-31-2015	20.60 %
Julio-31-2015	20.60 %
Junio-30-2015	20.20 %
Mayo-31-2015	20.30 %
Abril-30-2015	19.50 %
Marzo-31-2015	19.20 %
Febrero-28-2015	18.70 %
Enero-31-2015	17.80 %
Diciembre-31-2014	17.40 %
Noviembre-30-2014	16.70 %
Octubre-31-2014	16.60 %
Septiembre-30-2014	16.50 %
Agosto-31-2014	15.20 %
Julio-31-2014	15.10 %
Junio-30-2014	15.00 %
Mayo-31-2014	13.20 %
Abril-30-2014	12.80 %
Marzo-31-2014	12.80 %
Febrero-28-2014	12.90 %
Enero-31-2014	12.80 %

**Fuente** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Banco Central del Ecuador

Análisis: El PIB es un indicador muy importante porque sirve para medir la producción de una Empresa en el periodo de tiempo por lo general es de un año, es decir si la producción de la empresa crece, lo que significa que si se está invirtiendo en la empresa y por ende la capacidad de generar mayor fuente de empleo crece de la misma manera.

### 2.01.01.02 Inflación

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo sostenido, normalmente un año. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una “cesta de bienes” ponderado. El índice de medición

de la inflación es el índice de precios al consumidor (IPC). (Banco Central del Ecuador, 2017).

Tabla 2: Inflación

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Enero-31-2018	-0,09%
Diciembre-31-2017	-0,20%
Noviembre-30-2017	-0,22%
Octubre-31-2017	-0,09%
Septiembre-30-2017	-0,03%
Agosto-31-2017	0,28%
Julio-31-2017	0,10%
Junio-30-2017	0,16%
Mayo-31-2017	1,10%
Abril-30-2017	1,09%
Marzo-31-2017	0,96%
Febrero-28-2017	0,96%
Enero-31-2017	0,90%
Diciembre-31-2016	1,12%
Noviembre-30-2016	1,05%
Octubre-31-2016	1,31%
Septiembre-30-2016	1,30%
Agosto-31-2016	1,42%
Julio-31-2016	1,58%
Junio-30-2016	1,59%
Mayo-31-2016	1,63%
Abril-30-2016	1,78%
Marzo-31-2016	2,32%
Febrero-29-2016	2,60%

**Fuente** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Banco Central del Ecuador

**Análisis:** La inflación es el aumento o incremento del costo de bienes y servicios, es decir que se da una inflación cuando la moneda pierde su valor adquisitivo frente a los productos ofertados en el mercado. Es decir se adquieren menos productos que antes.

### 2.01.01.03 Tasa Activa

“Es la tasa que cobran las entidades financieras por préstamos otorgados a las personas naturales o Empresas. La tasa activa también es conocida como tasa de colocación” (Colta, 2011).

Tabla 3. Tasa Activa

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Febrero-28-2018	7,41%
Enero-31-2018	7,72%
Diciembre-31-2017	7,83%
Noviembre-30-2017	7,79%
Octubre-31-2017	7,86%
Septiembre-30-2017	8,19%
Agosto-31-2017	7,58%
Julio-31-2017	8,15%
Junio-30-2017	7,72%
Mayo-31-2017	7,37%
Abril-30-2017	8,13%
Marzo-31-2017	8,14%
Febrero-28-2017	8,25%
Enero-31-2017	8,02%
Diciembre-31-2016	8,10%
Noviembre-30-2016	8,38%
Octubre-31-2016	8,71%
Septiembre-30-2016	8,78%
Agosto-31-2016	8,21%
Julio-31-2016	8,67%
Junio-30-2016	8,66%
Mayo-31-2016	8,89%
Abril-30-2016	9,03%
Marzo-31-2016	8,86%

**Fuente** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Banco Central del Ecuador

Análisis: La tasa Activa es el valor porcentual que la entidad bancaria a realizarse el préstamo para la implementación del proyecto va a cobrar por el monto prestado.

#### 2.01.01.04 Tasa Pasiva

“Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, la que te paga el banco por tus depósitos”

(Ortiz, 2000)

Tabla 4: Tasa Pasiva

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Febrero-28-2018	5,06%
Enero-31-2018	4,98%
Diciembre-31-2017	4,95%
Noviembre-30-2017	4,91%
Octubre-31-2017	4,80%
Septiembre-30-2017	4,97%
Agosto-31-2017	4,96%
Julio-31-2017	4,84%
Junio-30-2017	4,80%
Mayo-31-2017	4,82%
Abril-30-2017	4,81%
Marzo-31-2017	4,89%
Febrero-28-2017	5,07%
Enero-31-2017	5,08%
Diciembre-31-2016	5,12%
Noviembre-30-2016	5,51%
Octubre-31-2016	5,75%
Septiembre-30-2016	5,78%
Agosto-31-2016	5,91%
Julio-31-2016	6,01%
Junio-30-2016	6,00%
Mayo-31-2016	5,47%
Abril-30-2016	5,85%
Marzo-31-2016	5,95%

**Fuente** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Banco Central del Ecuador

Análisis: Al contrario que la tasa activa, la tasa pasiva es la que beneficia a la persona que realizó el préstamo ya que es el porcentaje económico que las entidades financieras otorgan al beneficiario.

### 2.01.01.05 Balanza Comercial

Consiste en los pagos y cobros que se derivan del comercio de mercancías

La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías, es decir, no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales. (Sin Autor, 2014)



Figura N 1 Balanza Comercial  
**Fuente** Banco Central del Ecuador  
**Autor:** Stephanie Hurtado

**Resultados de la balanza de pagos  
(Porcentaje del PIB)**

	Promedio		Trimestral								Actual	
	2005- 2009	2010- 2016	2015 I	2015 II	2015 IV	2016 I	2016 II	2016 III	2016 IV	2017 I	2015	2016
<b>CUENTA</b>		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>CORRIENTE</b>	2,4%	0,7%	0,3%	0,5%	0,5%	0,1%	1,0%	0,3%	0,3%	0,3%	2,1%	1,5%
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bienes	2,4%	0,4%	0,2%	0,4%	0,3%	0,0%	0,9%	0,4%	0,3%	0,5%	1,6%	1,6%

	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicio	2,6%	1,5%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,8%	1,1%
Renta	3,3%	1,6%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	1,7%	2,0%
Transferencia corrientes	5,9%	2,8%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,9%	0,7%	0,7%	0,6%	2,1%	2,9%
<b>CUENTA DE CAPITAL Y FINANCIERA</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cuenta de Capital	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,5%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,8%
Cuenta Financiera	2,4%	0,7%	1,2%	0,8%	0,5%	0,4%	0,3%	0,5%	0,4%	0,8%	0,7%	0,7%
Inversión Directa	0,9%	0,8%	0,1%	0,3%	0,8%	0,2%	0,1%	0,1%	0,3%	0,2%	1,3%	0,8%
Inversión de cartera	1,4%	0,5%	0,9%	0,3%	0,4%	0,3%	0,1%	1,7%	0,8%	1,0%	1,5%	2,3%
Otra Inversión	1,9%	0,5%	0,2%	1,3%	0,9%	0,5%	0,1%	1,4%	1,5%	2,0%	2,1%	2,3%
<b>Errores y omisiones</b>	0,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
<b>BALANZA GLOBAL</b>	0,3%	0,1%	1,1%	1,2%	1,0%	0,1%	0,9%	0,7%	0,2%	0,5%	1,5%	1,3%

Figura N 2 Balanza Comercial Porcentual

**Fuente** Banco Central del Ecuador**Autor:** Stephanie Hurtado

## Tipo de Cambio

El tipo de cambio se refiere a la valoración monetaria de nuestro país frente a otros países de moneda diferente. Es decir, cuántas unidades de moneda necesitamos para igualar el valor unitario de otra como por ejemplo el euro con el dólar ya que los dos tienen valores diferentes por lo cual al realizar comercio entre estos dos tipos de moneda debemos tener en cuenta la valoración de cada una.

Existen dos tipos de cambio

Cambio Fijo está dado por cada país el cual lo fija o lo establece en relación a otros países.

Cambio Flotante este cambio se lo establece por el movimiento de oferta y demanda del mercado generada en cada País.

Arancel

El arancel es también conocido como gravamen y son impuestos que cada Estado impone a las importaciones y exportaciones de bienes con el fin de salvaguardar la economía del país ya que de esta manera protegen a los pequeños y medianos negocios los cuales tienen que competir con grandes empresas extranjeras que comercialicen bienes similares o que satisfacen la misma necesidad.

Existen dos tipos de aranceles:

Ad- Valorem que son aquellos que incluyen todos los gastos y costos que genera el bien es decir costo de producción, seguro y flete.

Arancel Específico que es el que se calcula dependiendo el volumen de peso de la importación.

Riesgo País

El riesgo país es un indicador que nos muestra si un país es sostenible en cuanto al cubrimiento de su deuda externa ya sea que pueda solventar el capital o los intereses generados por la misma deuda.

Este indicador es de suma importancia para cada Nación porque es el que nos ayuda a visualizar, analizar y determinar si un País debe o no estructurar estrategias económicas que nos ayuden a no incrementar este indicador ya que si se diera el caso de que se incremente tendríamos grandes posibilidades de caer en default o moratoria de Pago.

Tabla 5: Riesgo País

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Febrero-22-2018	501.00
Febrero-21-2018	504.00
Febrero-20-2018	507.00
Febrero-19-2018	497.00
Febrero-18-2018	497.00
Febrero-17-2018	497.00
Febrero-16-2018	497.00
Febrero-15-2018	509.00
Febrero-14-2018	532.00
Febrero-13-2018	534.00
Febrero-12-2018	518.00
Febrero-10-2018	543.00
Febrero-09-2018	543.00
Febrero-08-2018	543.00
Febrero-07-2018	506.00
Febrero-06-2018	471.00
Febrero-05-2018	474.00
Febrero-04-2018	460.00
Febrero-03-2018	436.00
Febrero-02-2018	436.00
Febrero-01-2018	436.00
Enero-31-2018	436.00
Enero-30-2018	442.00
Enero-29-2018	453.00
Enero-28-2018	448.00
Enero-27-2018	445.00
Enero-26-2018	445.00
Enero-25-2018	450.00
Enero-24-2018	463.00

**Fuente** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Banco Central del Ecuador

Análisis: En la tabla expuesta por el Banco Central del Ecuador se puede notar que el riesgo país de Ecuador ha tenido un incremento representativo que si no se trabaja para disminuirlo habría la probabilidad de caer en moratoria de pago lo cual es contraproducente para nuestro país ya que se vería afectado el sector económico.

### **2.01.02 Factor Social**

Son elementos que están relacionados con la sociedad y afectan a la misma en el lugar que se encuentren.

#### **2.01.02.01 PEA**

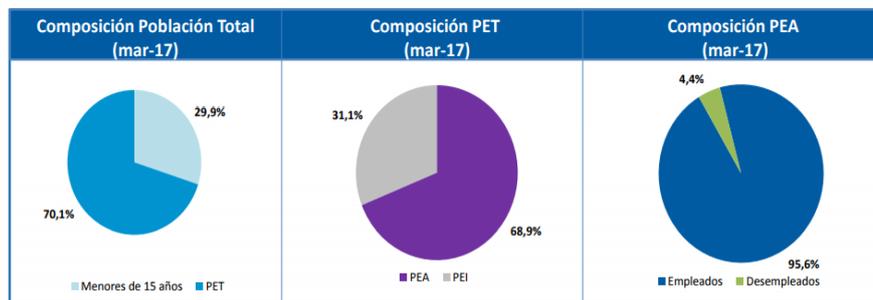
El PEA es la oferta de mano de obra en una sociedad es decir son las personas que están en edad de trabajar de 15 a más años y que en el transcurso del año hayan trabajado mínimo una hora diaria con o sin remuneración esto incluye las tareas realizadas en el hogar con fines de algún negocio o para producir algún bien; en este indicador no se debe tomar en cuenta a las personas dedicadas a quehaceres domésticos, personas que tengan alguna discapacidad ya sea física o mental que estén impedidos de trabajar al igual que las personas jubiladas.

En Ecuador muestran las siguientes cifras:

PET 70.1%

PEA 68.9%

PEI 95.6%



PET= Población en edad de trabajar, PEA= Población económicamente activa, PEI= Población económicamente inactiva.

\*La categoría de empleo incluye a los asalariados e independientes

*Figura N 3 Población Económicamente Activa*

**Fuente** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Banco Central del Ecuador

Análisis: Se puede observar que en Ecuador a Marzo del 2017 un 70.1% de la población de nuestro país se encuentra en edad de trabajar sin embargo el porcentaje disminuye a 68.9% de las personas que están activas económicamente lo que indica que existen personas que están en edad de producir sin embargo por diferentes factores no realizan alguna actividad productiva; También se puede notar que de la población económicamente activa el 95.6% cuenta o posee un empleo y el 4.4% restante caería en el desempleo

### **2.01.02.02 Empleo y sector formal e informal.**

El empleo es el trabajo que se realiza a cambio de un salario o remuneración por prestación de servicios.

El sector informal es considerado como un grupo de unidades de producción que, según las definiciones y clasificaciones del Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas, forman parte del sector de los hogares.

Es decir, son empresas (unidades económicas) que pertenecen a los hogares y que no están constituidas en sociedad. En concordancia con esta definición, se define el empleo en el sector informal como el conjunto de personas ocupadas que trabajan en establecimientos que no se encuentran registrados ante la autoridad tributaria, es decir, en las empresas que no tienen Registro Único de Contribuyente (RUC). Por su parte, el empleo en el sector formal lo componen las personas que trabajan en establecimientos que tienen RUC. En la figura 13 se puede observar que, para marzo 2017, del total de personas con empleo en el área urbana, el 57,9% estuvo ocupado en el sector formal, mientras que el 34,9% en el sector informal.

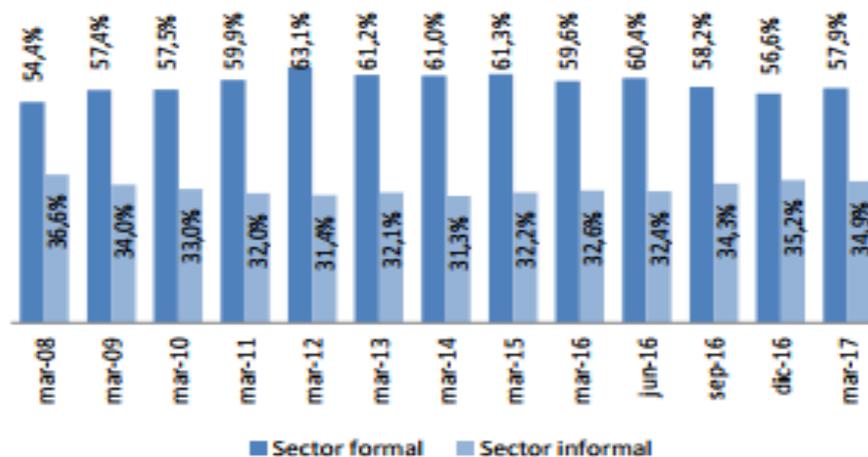


Figura N 4 Empleo

Fuente Banco Central del Ecuador

Autor: Stephanie Hurtado

### 2.01.02.03 El Desempleo

El desempleo es la acción de estar desempleado, es decir personas que están en edad de producir sin embargo no cuentan con un trabajo remunerado.

Para marzo de 2017, la tasa nacional de desempleo fue de 4,4%, reducción estadísticamente significativa de 1,3 p.p. respecto al mismo periodo del año anterior (5,7%). A nivel urbano la tasa fue de 5,64%, esto representó una reducción anual significativa de 1,7 p.p. con respecto a marzo de 2016 (7,35%).

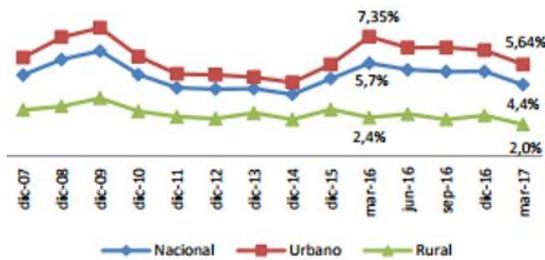


Figura N 5 Desempleo

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Banco Central del Ecuador

Al analizar el desempleo según la gestión realizada por la persona (Figura 4), se observa que el desempleo abierto fue mayor al oculto<sup>6</sup>. A marzo de 2017, el 3,9% de la PEA a nivel nacional estuvo buscando activamente un trabajo; y, sólo el 0,5% estuvo en condiciones de desempleo sin realizar ninguna acción de búsqueda.

En cuanto al desempleo por sexo, en la figura 5 se observa la tasa de desempleo para las mujeres fue mayor a la tasa de los hombres. Así, en marzo 2017, a nivel nacional el 5,5% de las mujeres en la PEA estuvieron en situación de desempleo, mientras que entre los hombres el desempleo fue de 3,6%. Esta brecha (1,9 puntos) por sexo es estadísticamente significativa

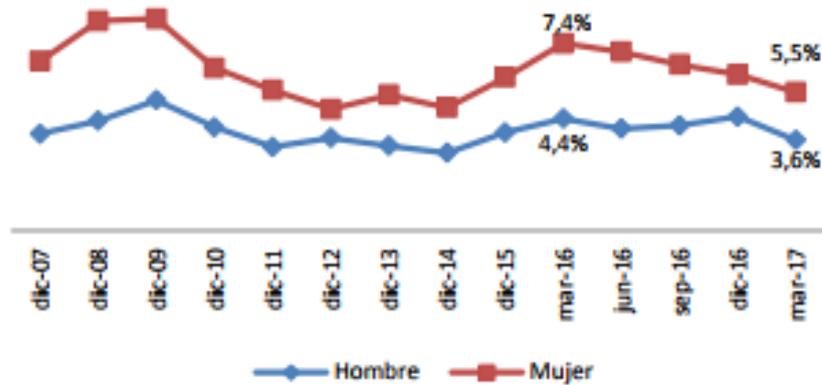


Figura N 6 Desempleo por Sexo  
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Autor: Banco Central del Ecuador

#### 2.01.02.04 Subempleo

Son aquellas personas que trabajan solamente ciertas horas de la semana, como un vendedor ambulante el cual se dedica a su labor productiva algunas horas para comercializar su bien o servicio.

En Ecuador, en marzo 2017, la tasa de subempleo fue de 21,4%, respecto al 17,1% en marzo 2016. Entre marzo 2016 y marzo 2017, a nivel urbano el subempleo pasó de 17,1% a 20,9%; y, a nivel rural, la tasa pasó de 17,2% a 22,2%.

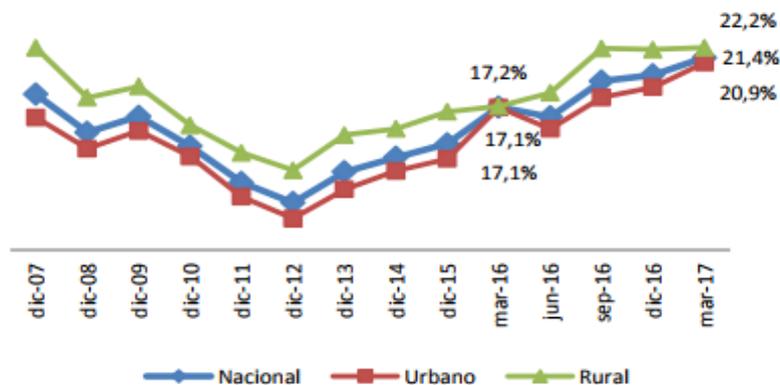


Figura N 7 Subempleo  
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Autor: Banco Central del Ecuador

A marzo 2017, la mayor tasa de subempleo se registró en Guayaquil (22,8%), seguida de Ambato (20,3%), Quito (15,5%), Machala (12,9%) y Cuenca (9,6%), respectivamente. Las únicas variaciones anuales estadísticamente significativas entre marzo 2016 y marzo 2017, se registraron en las ciudades de Quito y Guayaquil. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

Periodo	Quito	Guayaquil	Cuenca	Machala	Ambato
mar-08	7,8%	16,9%	9,2%	17,6%	16,1%
mar-09	14,5%	20,0%	8,5%	20,1%	14,0%
mar-10	9,8%	17,0%	8,3%	16,8%	10,0%
mar-11	9,8%	14,3%	9,0%	15,0%	6,5%
mar-12	5,1%	10,0%	4,5%	11,0%	7,0%
mar-13	4,2%	9,6%	4,3%	9,8%	10,6%
mar-14	4,3%	8,9%	7,1%	13,5%	12,8%
mar-15	4,5%	6,6%	13,6%	13,7%	13,5%
mar-16	10,4%	18,4%	8,9%	12,4%	16,7%
jun-16	7,6%	15,5%	8,2%	14,4%	14,3%
sep-16	8,7%	19,9%	12,2%	16,5%	18,1%
dic-16	13,1%	20,2%	11,0%	13,0%	17,0%
mar-17	15,5%	22,8%	9,6%	12,9%	20,3%

Figura N 8 Desempleo por Ciudades

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Stephanie Hurtado

**Análisis:** Se puede notar que la tasa de subempleo en Ecuador ha ido incrementando de manera significativa lo cual lleva a analizar si las plazas de trabajo vigentes en el país van acorde con la preparación de la población, ya que la tasa de subempleo ha incrementado es decir se han sumado personas para emprender negocios propios y convertirse en comerciantes subempleados

### 2.01.03 Factor Legal

Se refiere a todas las normas o leyes que deben seguir las personas naturales o jurídicas establecidas en el país para mantener una empresa en funcionamiento, es

decir los requisitos indispensables para poder realizar alguna actividad económica dentro de los límites de una Nación.

### **2.01.03.01Requisitos**

#### Requisitos Para Crear una PYMES

##### Personas Naturales.

- Copia de Cedula de Identidad.
- Copia de Papeleta de Votación del último proceso electoral.
- Copia de un documento de servicio básico que certifique la dirección de domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

##### Requisitos para sacar la patente

- Formulario de la declaración de Patente Municipal.
- Copia de cedula de identidad y Certificado de votación del último periodo
- Copia del registro único de contribuyentes, en caso de que posea registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Original y copia de licencia de conducir categoría profesional en el caso de que realice actividades de transporte.

##### Permiso de Bomberos

##### Tipo C

- Solicitud de Inspección del local
- Informe favorable de la inspección

- Copia de RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

Requisitos para el permiso de funcionamiento sujeto a vigilancia y control sanitario

- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Cedula de Identidad, ciudadanía, carné de refugiado o documento equivalente a estos del propietario.
- Certificado de categorización emitido por el Ministerio de Industrias y la Producción
- Tener un técnico que se encuentre con la licencia en el registro de salud
- Ingresar a la página de control sanitario
- Llenar el formulario de solicitud por el propietario.
- Se genera automáticamente una orden de pago
- Realizar el depósito en el Banco Pacífico
- Escanear el pago en PDF, ingresar a la página web de control sanitario a la parte de facturación y enviar el pago.

El sistema otorga el certificado de Control y Salud para el funcionamiento de la PYMES.

#### **2.01.04 Factor Tecnológico**

Hace referencia a todas las herramientas o medios que se necesitan para el funcionamiento de la Empresa y que hacen uso o su esencia es la tecnología, pueden ser medios tangibles como computadores o intangibles como programas, etc.

Este factor es de suma importancia en la Empresa ya que en base a los recursos que posea va relacionado con la actividad comercial y la calidad de la misma.

## 2.02 Entorno Local

### 2.02.01 Clientes

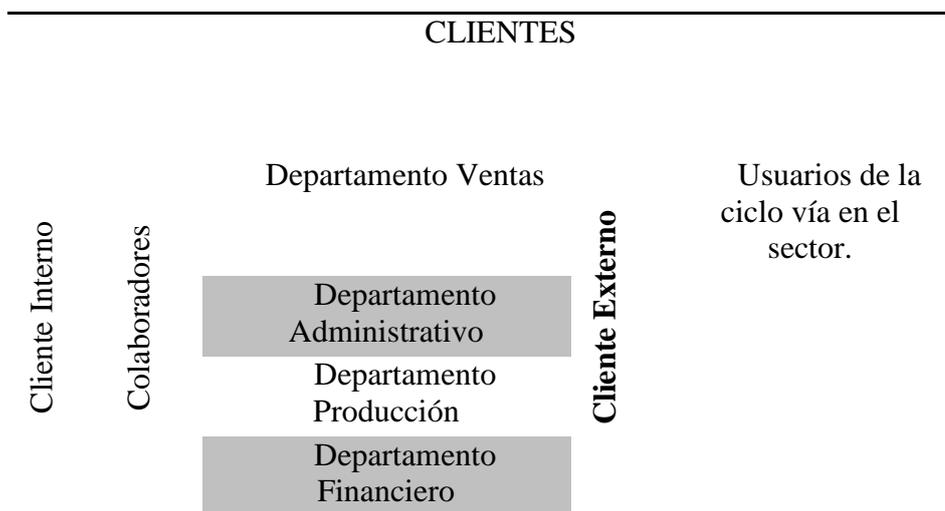


Figura N 9 Clientes

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Stephanie Hurtado

Colaboradores de la Empresa están considerados dentro de los clientes internos contando con el apoyo de cada uno de los departamentos que apoyan en el correcto funcionamiento de la Empresa. Como clientes externos son todas las personas que usan la ciclo vía y visitan parques cercanos al sector de la Carolina.

## 2.02.02 Proveedores

Tabla 6: Proveedores

Empresa	Descripción	Dirección
	Maquinaria y Herramientas	Av. Naciones Unidas y Av. Los Shyris
	Servicio de Internet y comunicación	Av. Francisco de Orellana y Alberto Borgues
	Materia Prima(alimentos)	Av. Tnte. Hugo Ortiz y Ayapamba
	Desechables	Vicente Rocafuerte 1622
	Uniformes	Isla Isabela N43-72 Y Tomas de Berlanga
	Material POP	Av. Mariana de Jesús E6-201 y pasaje Potosí
	Agua	Pujilí 123 y Teodoro Gomez San Bartolo
	Leche	Av. Napo y Pedro Pinto G
	Pan	Reina Victoria y Av. Cristobal Colon
	Infraestructura	Av. Tnte Hugo Ortiz y Ayapamba Mercado Mayorista de Quito local 81

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Los proveedores son los mejores en cada una de las especializaciones porque se necesita maquinaria de calidad para brindar un servicio garantizado.

### 2.02.03 Competidores

**Tabla 7: Competidores**

Competidor Directo	Producto	Competidor Indirecto	Producto
	Comida Rápida		Platos a la carta
	Almuerzos y Platos a la carta		Comida Rápida
	Bebidas Naturales		Ensaladas

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 2.03 Análisis Interno

Se refiere al análisis o estudio de factores que intervienen en la Empresa, es decir recursos con los que cuenta, capacidades de la misma y su situación actual.

### **2.03.01 Misión de la Empresa**

Elaborar toda clase de comida rápida saludable y con altos valores nutricionales satisfaciendo las exigencias del consumidor, siendo innovadores en la comercialización de los mismos.

### **2.03.02 Visión de la Empresa**

BICI FOOD tiene como Visión llegar a ser la empresa más reconocida en el mercado de comida rápida ambulante, siendo pionera en la elaboración de alimentos nutricionales dentro de la Ciclo Vía, contando con un equipo de profesionales innovadores altamente capacitados en sus áreas y comprometidos con la Compañía.

### **2.03.03 Objetivos**

#### **2.03.03.01 Objetivo General**

Comercializar alimentos saludables dentro de la Ciclo Vía en el sector de la Carolina Distrito Metropolitano de Quito.

#### **2.03.03.01 Objetivos Específicos**

1. Fomentar la ingesta de alimentos nutricionales
2. Ayudar al nuevo estilo de vida alimenticio y deportivo de las personas.
3. Cubrir la demanda de alimentos en la ruta de la ciclo Vía

### **2.03.04 Principios y Valores**

Principios:

- Puntualidad: Llegar a tiempo a las actividades a realizarse en cualquier situación.
- Limpieza: Mantener el lugar de trabajo limpio garantizando calidad y sanidad en la elaboración de productos. En cuanto a los colaboradores mantener limpieza en el uso correcto de su uniforme.

Valores:

- Trabajo en Equipo: Coordinando cada actividad a realizarse estableciendo encargados de las mismas y entre todos unir fuerzas para hacer de BICI FOOD la mejor Empresa en el mercado.
- Organización: Realizar el trabajo de forma secuencial garantizando la correcta ejecución en cada proceso realizado.
- Transparencia: Actuando de acuerdo a la ética profesional y personal con valores morales generando confianza al equipo

## 2.04 Gestión Administrativa

Tabla 8: Gestión Administrativa

Organización Administrativa	Planificación: <b>Serie o secuencia a ejecutarse para conseguir objetivos determinados.</b>
	<b>Organización:</b> Coordinar recursos materiales y humanos para el desarrollo de las actividades de forma continua respetando reglas y normas de la Empresa
	<b>Dirección:</b> Supervisar cada actividad realizada por el capital humano
	<b>Control:</b> Evaluar de forma periódica el proceso realizado para encontrar oportunidades de mejora y mantener actividades destacadas.

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

## 2.04.01 Organigrama Estructural

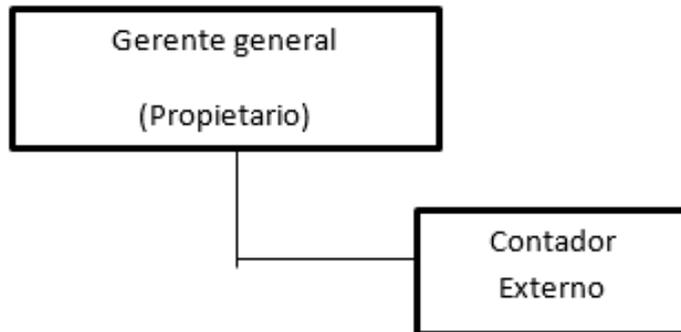


Figura N 10 Organigrama  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Autor:** Stephanie Hurtado

### Perfil del Cargo

Tabla 9: Perfil del Cargo

Descripción del Cargo	
<b>Representante legal de la Empresa, encargado de verificar cada proceso de la compañía y establecer políticas y normativas.</b>	
Cargo	Gerente (Propietario)
Número de Personas que conforman la Empresa	1Personas(Contador, Cocinero, Vendedor, Asistente de Compras)
Sueldo	\$ 400,00
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Planificar, organizar, controlar las actividades de la Compañía</b></li> <li>• <b>Desarrollar y aprobar planes de acción de la compañía.</b></li> <li>• <b>Supervisar el correcto cumplimiento de la política interna de la Empresa</b></li> <li>• <b>Auditar procesos productivos.</b></li> </ul>	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en carreras Administrativas o afines.</li> <li>• 3 años de experiencia en cargos similares.</li> <li>• Adecuado manejo de personas.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Propia  
**Autor:** Stephanie Hurtado

Tabla 10: Hoja de función contador Externo

Descripción del Cargo	
<b>Analiza y aprueba compras mediante el manejo presupuestario de la compañía</b>	
Cargo	Contador
Sueldo	\$ 450,00
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Control de Presupuesto de la Compañía</b></li> <li>• <b>Encargada de Pagos</b></li> <li>• <b>Análisis y aprobación de las declaraciones de SRI</b></li> <li>• <b>Control económico de ingreso de Personal.</b></li> </ul>	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título en Contabilidad</li> <li>• Experiencia mínima de 3 años</li> <li>• Conocimientos en auditoria.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

#### 2.04.02 Dirección

La compañía va a estar dirigida por el propietario, el mismo que debe garantizar la correcta distribución de materiales a los colaboradores.

Supervisa los procedimientos administrativos como de producción para garantizar oportunidades de mejora inmediatas.

#### 2.04.03 Control

Asegurar el cumplimiento de normas y leyes expuestas en el reglamento interno de la compañía.

#### 2.05 Gestión Operativa

Dentro de la Gestión operativa está el flujo grama a realizarse para la elaboración de los productos.

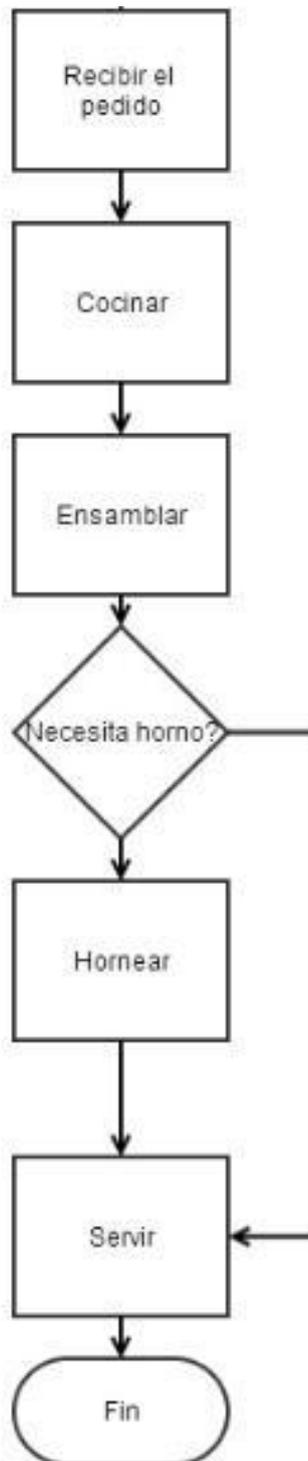
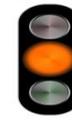


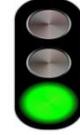
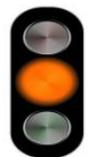
Figura N 11 Gestión Operativa  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Autor:** Stephanie Hurtado

## 2.06 Gestión Comercial

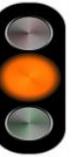
### 2.06.01 Matriz VOE

Tabla 11: Matriz VOE

Variables	Objetivo	Estrategia	Táctica	Coste de la Táctica	Prioridad
<b>Producto</b>	O1. Brindar variedad en producto	O1E1. Innovando el menú a ofrecer.	O1E1T1. Añadir un nuevo plato en el menú (por temporada) basándonos en los gustos de los clientes, mediante el buzón de sugerencias que estará disponible en el punto de venta.	\$ 25,00	
	O2. Fomentar el consumo de alimentos saludables	O2E1. Entregar cuadernillos informativos de una correcta nutrición.	O2E1T1. Realizar cuadernillos con información nutricional de los alimentos comercializados y su beneficio para la salud al consumirlos de forma periódica. Los cuales se entregaran los fines de semana en la Ciclo Vía a los clientes.	\$ 150,00	
		O2E2. Captar la atención de los niños	O2E1T2. Para los más pequeños ofrecer un menú creativo donde las frutas tengan formas de animales o juguetes dependiendo el gusto y exigencias del consumidor.	\$ 15,00	

<b>Precio</b>	O1. Proponer precios competitivos en el mercado.	O1E1. Analizar el coste de producción.	O1E1T1. Realizar alianzas estratégicas con el proveedor: Alpina (yogurt, queso) donde ganemos descuentos por volumen de compra y manejar su marca en los platillos comercializados.	\$ 500,00	
<b>Plaza</b>	O1. Circular con nuestro producto en la Ciclo Vía.	O1E1. Infraestructura del negocio acorde a las necesidades.	O1E1T1. Adaptar un vagón de carga a un triciclo el cual pueda circular dentro de la ciclo vía en los horarios de mayor afluencia de personas.	\$ 200,00	
	O2. Distribuir de forma directa el producto al consumidor final.	O2E1. Preparando los alimentos en la infraestructura creada.	O2E1T1. Instalar equipos de cocción de los productos dentro del vagón como: cocineta eléctrica, licuadora, exprimidor, procesador de alimentos. Destacando la frescura del producto y su correcta preparación.	\$ 500,00	
	O3. Expandir la Empresa en el Mercado	O3E1. Expandirnos a diferentes sectores en el norte de la ciudad de Quito.	O3E1T1. Incrementar dos sucursales del negocio en los sectores: Bicentenario y parque El Ejido.	\$ 500,00	
<b>Promoción</b>	O1. Lograr estar en el Top of mind del cliente.	O1E1. Realizar Activaciones trimestrales en los diferentes sectores que circule el negocio.	O1E1T1. Realizar una activación BTL en la Av. Amazonas la cual consiste en proponer concursos físicos a los clientes (carreras de 200mts, rayuela, ula ula, etc.) los ganadores de estos concursos se harán acreedores de souvenirs de la Empresa (gorras, toma todo, bolsos deportivos.) para poder participar en los concursos a realizarse deberá hacer una compra mínima de \$5.00 de cualquiera de nuestros productos.	\$ 150,00	
			O1E1T2. Para los más pequeños del hogar tendremos un inflable ubicado en el parque de la Carolina para que puedan divertirse mientras sus padres participan en los diferentes concursos.	\$ 35,00	

		O1E2T1. Entregar flyers informativos del menú que la Empresa ofrece, los flyers serán entregados por dos personas en patines los cuales vayan circulando en la ruta de la ciclo vía y parques del sector.	\$ 150,00	
		O1E2T2. En cada compra se entregará un cupón de descuento la cual el cliente puede hacerla uso en su segunda compra. (Descuentos de hasta el 10% en producto)	\$ 200,00	
	O1E2Comunicar nuestra propuesta de negocio y promociones.	O1E2T3. Realizar una activación en las Instalaciones del Instituto Tecnológico Superior Cordillera edificio Logroño, la cual consiste en dar a conocer nuestros productos a los estudiantes e incentivar su consumo mediante la tecnología, por la compra de un combo (sándwich y jugo) podrá participar en juegos de NINTENDO WII el ganador se hará acreedor a un toma todo distintivo de la Empresa. Se escoge la institución ya que gran parte de docentes, alumnos y visitantes realizan deporte en el sector de La Carolina.	\$ 55,00	
		O1E2T4. Crear una página de Facebook en la cual se postearán fotografías de los clientes que participen en las activaciones realizadas.	\$ 20,00	
O2.Persuadir al consumidor que somos su mejor opción al momento de alimentarse.	O2E1. Ofertar productos elaborados de baja concentración calórica.	O2E1T1. Las personas que transitan por el ciclo Vía son personas que han decidido realizar actividad física y mantenerse en forma, por lo que al ofertar productos sanos con bajos niveles calóricos les ayudara	\$ -	

		a mantenerse con la misma mentalidad sana y físicamente saludables.		
O3.Incrementar ventas en el primer año de implementación del proyecto.	O3E1. Ofrecer descuentos mensuales en los diferentes productos.	O3E1T1. A través de la página de Facebook comunicar promociones vigentes en el mes. (2x1 y descuentos aplican restricciones).	\$ 20,00	
	O3E2. Armar combos entre los productos que ofrecemos, a un precio menor que unitarios.	O3E2T1. Ofrecer combos armados como: sándwich + jugo, Omelette + café, Ensalada de Frutas + Yogurt. Con el 5% menos que comprarlos por separado.	\$ 100,00	

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

## Logotipo



Figura N 12 Logotipo

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

## Colores

Amarillo: Este color simboliza la felicidad, intuición, el cómo estar de fiesta todos los días, facilita el poder interactuar.

Rojo: El color rojo es estimulante, aporta optimismo, se utiliza para la inapetencia.

## Slogan

“El Pedal del Sabor”

## Material POP



*Figura N 13 Material POP*

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

## 2.06.02 Matriz FODA

Tabla 12: Análisis FODA

		DEBILIDADES	FORTALEZAS
Internas		Poco espacio de almacenamiento	Precios Competitivos en el mercado
		Inexperiencia en la comercialización de estos productos.	Servicio innovador y de calidad
		Contaminación por polución ambiental.	Estar al alcance del consumidor con nuestros productos.
		Carencia de Capital Económico	Excelentes proveedores de materia prima.
		AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Externas		Permisos de Funcionamiento	Incremento de personas que practican ciclo paseo
		Vendedores Informales de comida rápida(competencia)	Cambio de estilo de vida de las personas.
		Clima y cambios ambientales drásticos.	Creación de plazas de empleo.
		Incremento en precio de materia prima	Buenas Prácticas de manufactura

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 2.06.03 Matriz CAME

Tabla 13: Matriz Came

#### MATRIZ CAME

	A 1	A 2	A 3	A 4	OP 1	OP 2	OP 3	OP 4	TOTA L	%
	Estrategias de Prevención				Estrategias de Crecimiento					
<b>F1</b>	1	5	1	5	5	1	1	1	20	16,81
<b>F2</b>	1	2	1	1	1	4	1	1	12	10,08
<b>F3</b>	5	1	3	1	5	1	3	1	20	16,81
<b>F4</b>	1	1	2	3	1	1	3	1	13	10,92
	Estrategias de Atención				Estrategias de Mejora					
<b>D 1</b>	1	1	1	1	5	1	1	1	12	10,08
<b>D 2</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	8	6,72
<b>D 3</b>	1	1	3	1	1	1	1	5	14	11,76
<b>D 4</b>	5	1	1	5	1	1	5	1	20	16,81
	16	13	13	18	20	11	16	12	119	100%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Stephanie Hurtado

Tabla 14: Estrategias

Estrategias de Prevención	Estrategias de Crecimiento
<b>Mantener una ruta definida de cada unidad a operar en el sector.</b>	Realizar activaciones en diferentes lugares de la ciudad de Quito.
<b>Crear combinaciones de nuestros productos a menor precios.(Combos)</b>	Implementar más sucursales que brinden el servicio dentro de la ciudad.
Estrategias de Atención	Estrategias de Mejora
<b>Realizar un préstamo de microempresario en la Cooperativa 29 de Octubre.</b>	Capacitar al personal mensualmente con charlas de Buenas Prácticas de Manufactura que ayuden a la preservación de los alimentos en buen estado y fuera del alcance de la contaminación del medio ambiente.

**Revisar varias cotizaciones de proveedores de Materia Prima.**

Contar con todos los instrumentos de limpieza y desinfectantes dentro del vagón.

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de Mercado

Es un proceso o procedimiento sistemático de análisis y recolección de datos informativos del cliente o consumidor, se vale de varias herramientas como: la encuesta, observación, focus group para la obtención de información requerida para la toma de decisiones en relación a la Empresa, ya sea el lanzamiento de un producto nuevo o potencializar uno existente.

#### 3.01 Análisis del Consumidor

##### 3.01.01 Objetivos del Estudio de Mercado

###### 3.01.01.01 Objetivo General

Consolidar a la Empresa “BICI FOOD” como líder en el mercado de alimentos saludables comercializados de forma ambulante en la Ciclo Vía de la ciudad de Quito.

### 3.01.01.02 Objetivos Específicos

- Determinar el Mercado Objetivo
- Definir el presupuesto necesario para la implementación del proyecto
- Analizar el segmento de la población al cual se va a impactar.

### 3.01.02 Determinar la población y Muestra

La población es un conjunto de personas que interactúan entre si dentro de una sociedad. La muestra es un porcentaje escogido del total de la población para realizar diferentes estudios relacionados a la sociedad.

### 3.01.03 Segmentación del Mercado

Según Kotler & Armstron (2007) se refiere a

“La segmentación de mercado como un procedimiento destinado a identificar y definir los perfiles de distintos grupos de compradores que podrían requerir el producto.”

Análisis: La segmentación de Mercado hace referencia a dividir un grupo de personas coque presenten las mismas o similares características de una necesidad para poder ofrecer un producto diferenciado y acorde a las necesidades de la población.

Criterios de Segmentación	Segmentos de Mercado
	Variables Geográficas
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Iñaquito
Sector	La Carolina
	Variables Demográficas
Familia	Familia
Deportistas	Deportistas amateur y profesionales.

	<b>Variables Conductuales</b>	Tabla 15: Segmentación del Mercado
Preferencias	Personas que deseen consumir alimentos saludables con alto valor nutricional.	
	<b>Variables Socioeconómicas</b>	
Nivel de Ingresos	Clase baja, media y alta	

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

**Análisis:** De acuerdo a la tabla elaborada se observa que el presente proyecto se va a desarrollar en un sector urbano de la ciudad de Quito y está dirigido a personas de cualquier clase social o nivel económico, va direccionado a deportista, familias que desee satisfacer su necesidad de alimentarse de forma saludable.

### 3.01.04 Tamaño de la Población

Resultados de Censo de Población por género en el cantón Quito.

Tabla 16: Tamaño de la Población

Sexo	Población
Mujeres	1.150.380
Hombres	1.088.811
Total	2.239.191

**Fuente:** Censo poblacional INEC 2010

**Autor:** Censo poblacional INEC

**Análisis:** Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta los datos registrados por el INEC (Instituto de Estadística y Censo) de la ciudad de Quito ya que al sector concurren personas de diferentes zonas de la ciudad.

### 3.01.05 La Muestra

Para el estudio se plantea un muestreo probabilístico el cual ayuda a obtener datos reales ya que las personas integrantes de la muestra se escogen al azar lo cual quiere

decir que todos los integrantes de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos.

Con estos datos se procederá a realizar la ecuación que nos arrojará la cantidad de personas integrantes de la muestra.

Planteando un nivel de confianza de 95% y un error muestra del 5%.

Para detallar la muestra debemos tener en cuenta que:

N: es el tamaño de la población.

K: es la constante, la cual depende del nivel de confianza; para nuestra muestra tenemos un nivel de confianza del 95%, para cuyo valor  $k=1,96$ .

e: es el error muestral deseado.

p: esta es la proporción de individuos, los cuales tienen las características necesarias para realizar el estudio. Este valor por lo general es desconocido, para lo cual lo más correcto es suponer que p y q tienen un valor de 0,5.

q: es la proporción de individuos, los cuales no poseen las características necesarias de estudio.

n: es el tamaño de la muestra o el número de encuestas que realizaremos.

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * 2239191}{(0,5^2 * (2239191 - 1)) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = 384$$

Análisis: Al analizar los cálculos realizados se observa que de la población total de la ciudad de Quito 384 personas serán parte de la muestra para realizar la investigación.

### 3.01.06 Técnica de Recolección de Datos

Encuesta

Es una herramienta que nos ayuda a obtener datos importantes para la toma de decisiones en la investigación y actividades a realizarse para que estas medidas sean acertadas.

### 3.01.07 Formato de la Encuesta

1.- ¿Visita usted la Ciclo Vía?

Si

No

\*\*\* Si su respuesta fue NO, la encuesta ha terminado. Gracias por su colaboración.

2.- ¿Con que frecuencia visita usted la Ciclo Vía?

Cada día

Cada Semana

Cada 15 días

Una vez al mes

3.- ¿Consume usted alimentos cuando visita la Ciclo Vía?

Si

No

4.- ¿Qué tipo de alimentos consume cuando recorre la ciclo vía?

Comida rápida

Comida saludable

Otros: \_\_\_\_\_

5.- ¿Cuánto gasta en promedio en el consumo de alimentos?

Hasta 3 usd

Hasta 6 usd

Hasta 9 usd

Más de 9 usd

6.- ¿Se siente satisfecho con el tipo de alimentos que consume en la Ciclo Vía?

Si

No

7.- ¿Consideraría usted consumir alimentos saludables cuando visita la Ciclo Vía?

Si

No

8.- ¿Qué productos le gustaría tener a su disposición para consumir en la Ciclo Vía?

Jugos y batidos

Sándwich y tostadas

Frutas y ensaladas

9.- ¿En qué se fija al momento de adquirir productos para su alimentación?

Precio

Calidad

Cantidad

Otros: \_\_\_\_\_

**\*\*\*\*\*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN\*\*\*\*\***

### 3.01.08 Tabulación Encuesta

Para la tabulación de los datos de la encuesta se utilizará una hoja de cálculo de la herramienta Excel a fin de facilitar los procesos y ahorrar tiempo.

La tabulación se presenta a continuación

1.- ¿Visita usted la Ciclo Vía?

Tabla 17 Pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	349	91%
No	35	9%
Total	384	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

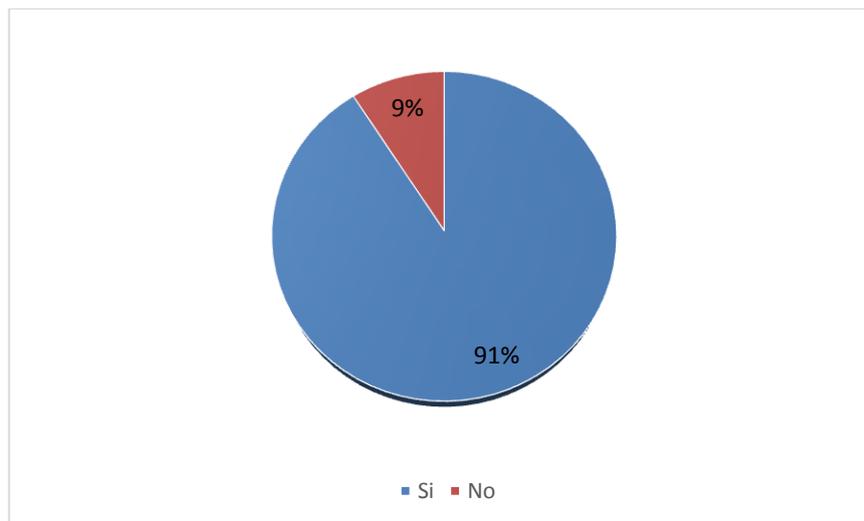


Figura N 14 Pregunta 1

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

De las personas encuestadas el 91% afirma visitar la ciclo vía, mientras que un 9% no lo hace.

## 2.- ¿Con que frecuencia visita usted la Ciclo Vía?

Tabla 18 Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada día	71	20%
Cada semana	54	15%
Cada 15 días	31	10%
Cada mes	193	55%
Total	349	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

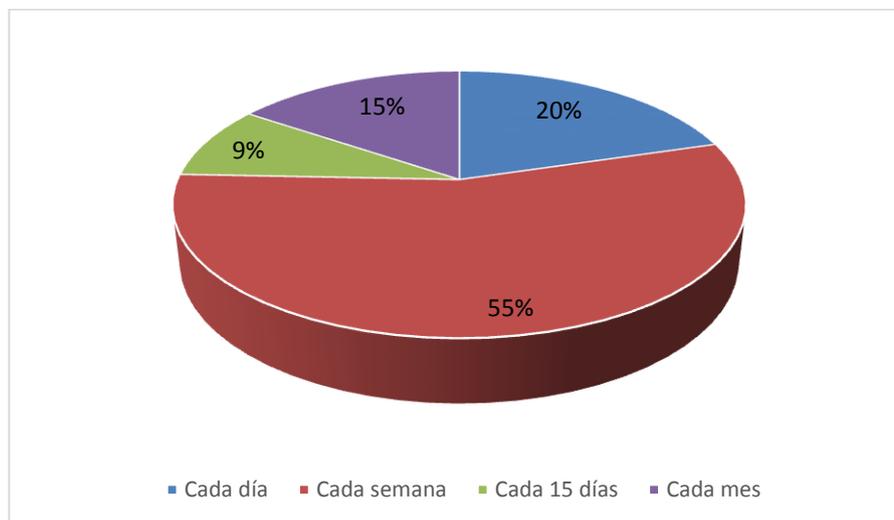


Figura N 15 Pregunta 2

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

De las personas que visitan la ciclo vía la mayor parte lo hacen de manera mensual con un 55% seguido del 20% que lo hace de manera diaria. El 25% restante lo hace cada 15 días o de manera semanal.

### 3.- ¿Consumen alimentos cuando visita la Ciclo Vía?

Tabla 19 Pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	349	100%
No	0	0%
Total	349	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

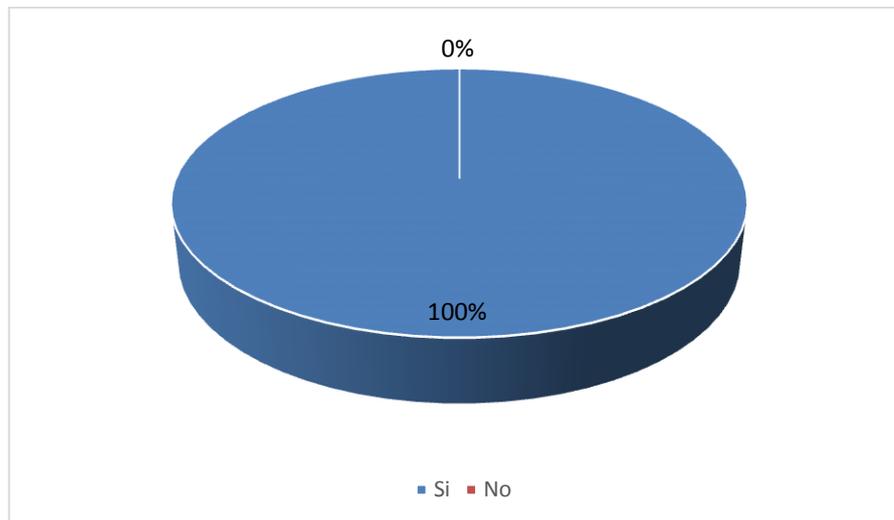


Figura N 16 Pregunta 3

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

La totalidad de las personas que asisten a la ciclo vía afirman consumir algún tipo de alimento en los alrededores de la misma.

#### 4.- ¿Qué tipo de alimentos consume cuando recorre la ciclo vía?

Tabla 20 Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comida rápida	138	40%
Comida saludable	211	60%
Total	349	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

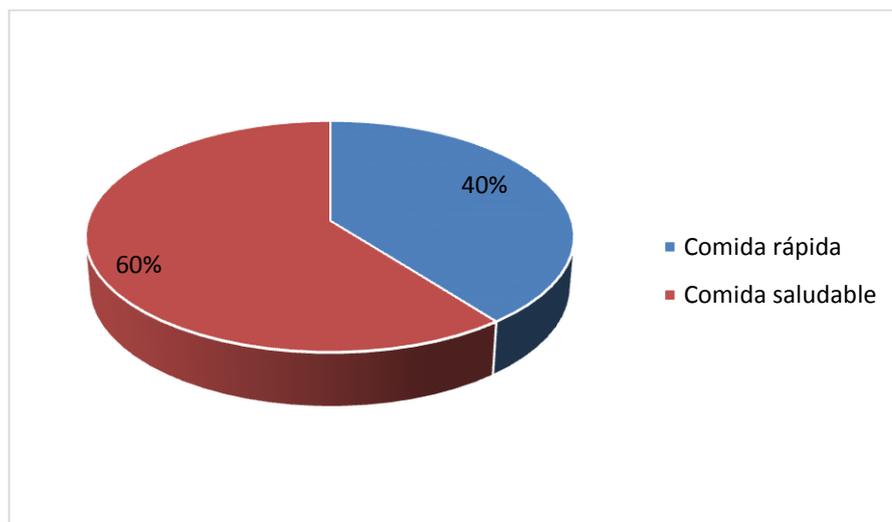


Figura N 17 Pregunta 4

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

El 60% de las personas encuestadas afirman consumir alimentos saludables cuando visitan la ciclo vía mientras que el 40% restante consume alimentos denominados comida rápida.

### 5.- ¿Cuánto gasta en promedio en el consumo de alimentos?

Tabla 21 Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hasta 3 usd	88	25%
Hasta 6 usd	156	45%
Hasta 9 usd	60	17%
Más de 9 usd	45	13%
Total	349	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

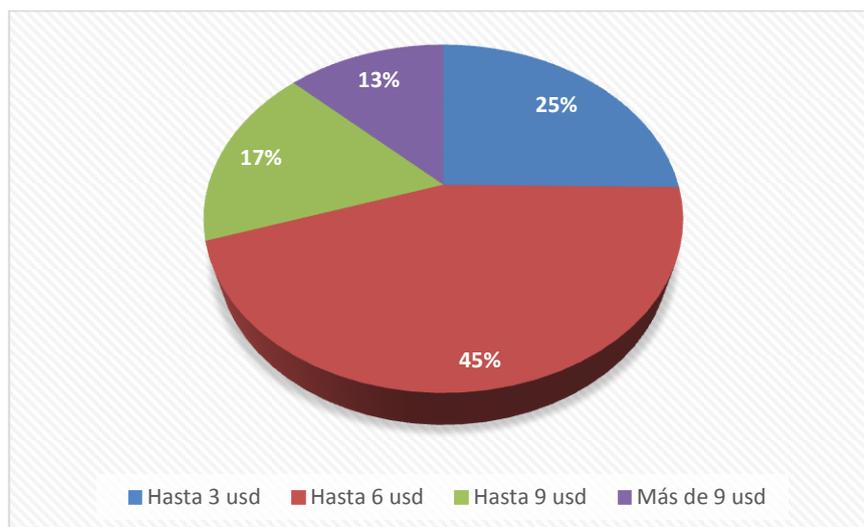


Figura N 18 Pregunta 5

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

El gasto promedio de las personas en lo relacionado al consumo de alimentos en la ciclo vía indica que el 45% destina hasta 6 dólares en dicho consumo mientras que el 25%, 17% y 13% destinan al consumo de alimentos hasta 3, 9 y más respectivamente.

#### 6.- ¿Se siente satisfecho con el tipo de alimentos que consume en la Ciclo Vía?

Tabla 22 Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	248	71%
No	101	29%
Total	349	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

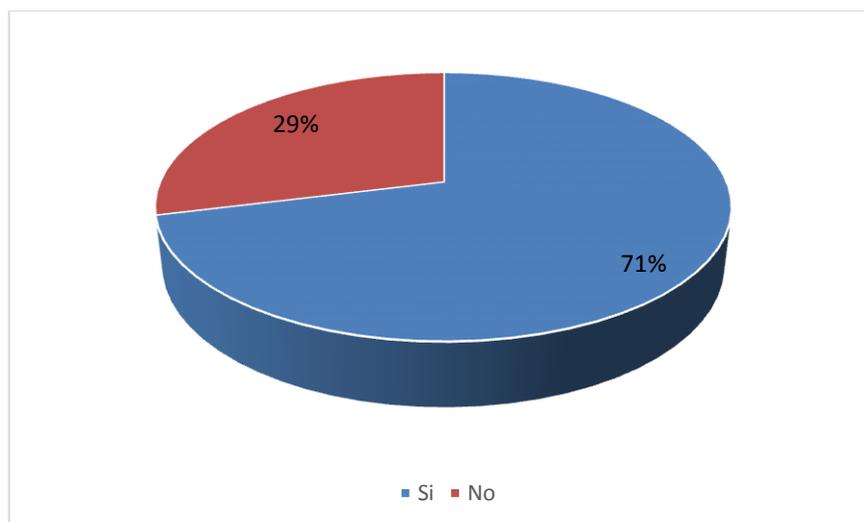


Figura N 19 Pregunta 6

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

La satisfacción actual en la oferta de alimentos en los alrededores de la ciclo vía es del 71% mientras que existe un 29% de personas que no perciben un nivel de satisfacción aceptable en la oferta actual.

7.- ¿Consideraría usted consumir alimentos saludables cuando visita la Ciclo Vía?

Tabla 23 Pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	349	100%
No	0	0%
Total	349	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

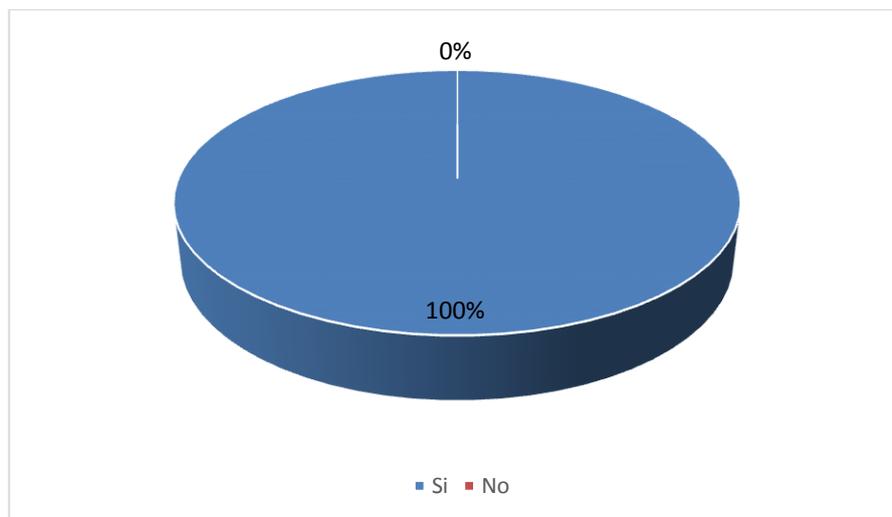


Figura N 20 Pregunta 7

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

Frente a la propuesta de alimentos saludables en los alrededores de la ciclo vía el 100% de las personas estarían dispuestas a consumirlos, esto indicaría el nivel de aceptación del presente proyecto.

8.- ¿Qué productos le gustaría tener a su disposición para consumir en la Ciclo Vía?

Tabla 24 Pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jugos y batidos	187	54%
Sándwich y tostadas	59	17%
Frutas y ensaladas	103	30%
Total	349	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

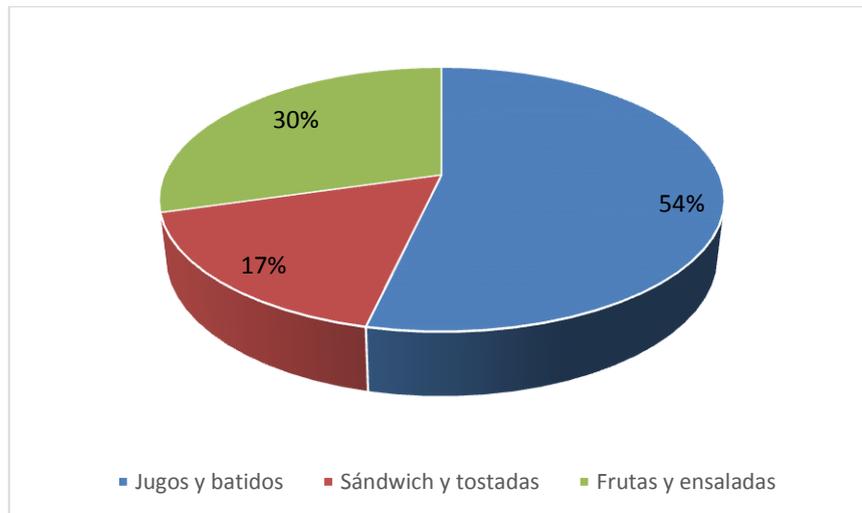


Figura N 21 Pregunta 8

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

La variedad de alimentos indica que la mayor parte gustaría de adquirir jugos y batidos con un 54%, el 30% gustaría de adquirir frutas y ensaladas y el 17% optaría por sándwich y tostadas.

9.- ¿En qué se fija al momento de adquirir productos para su alimentación?

Tabla 25 Pregunta 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	141	40%
Calidad	182	52%
Cantidad	26	8%
Total	349	100%

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

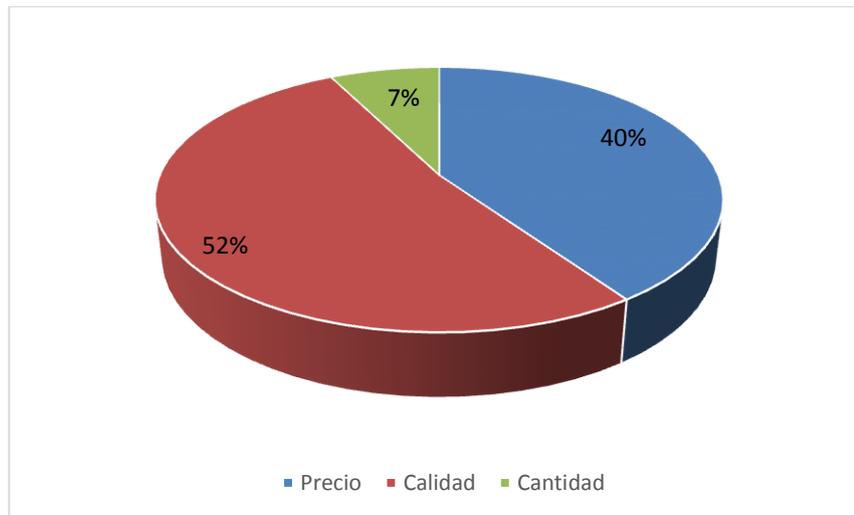


Figura N 22 Pregunta 9  
**Fuente:** Investigación Propio  
**Autor:** Stephanie Hurtado

La decisión de compra para las personas que visitan la ciclo vía está definida en su mayoría por la calidad con un 52%, el 40% basa su decisión de compra en el precio y el 8% lo hace en función de la cantidad.

### 3.02 Demanda

Son todas aquellas personas que presentan una necesidad y desean satisfacerla con los bienes o servicios que se presentan en el mercado.

#### 3.02.01 Demanda Actual

Tabla 26 Demanda Actual

INDICADOR	VALORES
POBLACIÓN TOTAL	2239191
MUESTRA SEGÚN FORMULA APROPIADA	384
PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN PRODUCTO/SERVICIO	100%
ACEPTACIÓN DEL PROYECTO	2239191
PORCENTAJE DE MAYOR FRECUENCIA	55%
TIEMPO DE FRECUENCIA	12
DEMANDA ACTUAL	14859502

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 3.02.02 Demanda Proyectada

Tabla 27 Demanda Proyectada

PERIOD O	DEMANDA ACTUAL "Q"	G	DEMANDA PROYECTADA "Q"
		1,0	
2018	14859502	04	14918940
		1,0	
2019	14918940	04	14978616
		1,0	
2020	14978616	04	15038531
		1,0	
2021	15038531	04	15098685
		1,0	
2022	15098685	04	15159080
		1,0	
2023	15159080	04	15219716

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

**Análisis:** De acuerdo a lo observado se analiza que la demanda año tras año incrementa de forma considerable, tomando en cuenta que crece en base al PIB sectorial (Servicios), por lo que atribuimos a la preferencia del producto y posicionamiento de la marca en la mente del consumidor o público objetivo.

### 3.03 Oferta

Hace referencia a la intención de una persona o Empresa para la entrega de un producto o servicio al mercado, el cual carece de este bien o servicio y está determinado por un precio específico.

#### 3.03.01 Oferta Actual

Tabla 28 Oferta Actual

INDICADOR	VALORES
DEMANDA ACTUAL	14859502
PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN COMPETENCIA	71%

## OFERTA ACTUAL "Q"

10559188

**Fuente:** Investigación Propio**Autor:** Stephanie Hurtado**3.03.02 Oferta Proyectada**

Tabla 29 Oferta Proyectada

PERÍODO	DEMANDA ACTUAL	ACEPTACIÓN	OFERTA PROYECTADA "Q"
2019	14918940	71%	10601425
2020	14978616	71%	10643830
2021	15038531	71%	10686406
2022	15098685	71%	10729151
2023	15159080	71%	10772068

**Fuente:** Investigación Propio**Autor:** Stephanie Hurtado

Análisis: La oferta incrementa dentro de los parámetros normales de la Empresa, tomando en cuenta el crecimiento empresarial del área de servicios al igual que los gastos que la Empresa deberá recurrir para el funcionamiento de la misma.

**3.04 Balance Oferta y Demanda****3.04.01 Balance Actual**

Tabla 30 Balance Actual

PERÍODO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL
2018	14859502	10559188	4300314

**Fuente:** Investigación Propio**Autor:** Stephanie Hurtado**3.04.02 Balance Proyectado**

Tabla 31 Balance Proyectado

PERÍODO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA "Q"
2019	14918940	10601425	4317516
2020	14978616	10643830	4334786
2021	15038531	10686406	4352125

---

2022	15098685	10729151	4369533
2023	15159080	10772068	4387012

---

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

## CAPÍTULO IV

### 4. Estudio Técnico

El estudio técnico analiza y verifica el tamaño del proyecto, la óptima ubicación del mismo, evalúa la tecnología que se va a usar en el aspecto productivo del proyecto a implementarse.

#### 4.01 Tamaño del proyecto

Se refiere a la capacidad de producción que la Empresa va a tener en cuenta variables como:

- Localización de la planta
- Costos de inversión
- Tecnología que va a ser utilizada para el funcionamiento del mismo, etc.

##### 4.01.01 Capacidad Instalada

Son todos los recursos que sirven para la producción y el correcto funcionamiento de la Empresa, este aspecto va de la mano de la localización y depende de la ubicación y el costo de transportar los materiales e insumos necesarios. Bici Food en capacidad de instalación cuenta con un vagón adaptado a un triciclo el cual va a mantener y preservar los alimentos hasta el momento que sea necesaria su utilización.

Tabla 32 Capacidad Instalada

CAPACIDAD	ENSALADA	BATIDOS	SANDWICH	TOTAL
Diaria	19	51	14	84
Semanal	96	254	68	418
Mensual	384	1018	272	1674
Anual	4608	12211	3264	20083

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

##### 4.01.02 Capacidad Óptima

Tabla 33 Capacidad Óptima

CAPACIDAD	TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TOTAL
Diaria	15	41	11	67
Semanal	77	204	54	335
Mensual	307	814	218	1339
Anual	3686	9769	2611	16067

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

## 4.02 Localización

### 4.02.01 Macro localización

Para garantizar visibilidad de la Empresa y cubrimiento del mercado objetivo se ha identificado la macro localización

Tabla 34: Macro localización

<b>País</b>	<b>Ecuador</b>
<b>Región</b>	Sierra
<b>Provincia</b>	Pichincha
<b>Cantón</b>	Quito
<b>Sector</b>	Norte del Distrito Metropolitano de Quito
<b>Parroquia</b>	Iñaquito

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Se analiza que en la región sierra provincia Pichincha, cantón Quito el sector de La Carolina fue escogido para la implementación del proyecto es un sector comercial, el cual cruza la ciclo ruta los fines de semana y tiene afluencia de personas.

### 4.02.02 Micro localización



Figura N 23 Micro localización

Fuente: Investigación Propio

Autor: Stephanie Hurtado

Tabla 35: Micro localización

Factores	Cerca del cliente	Cerca de Proveedores	Permiso Municipal	Accesibilidad de Vía
<b>Av. Amazonas</b>	X	X	X	X

Fuente: Investigación Propia

Autor: Stephanie Hurtado

#### 4.02.03 Distribución de Planta

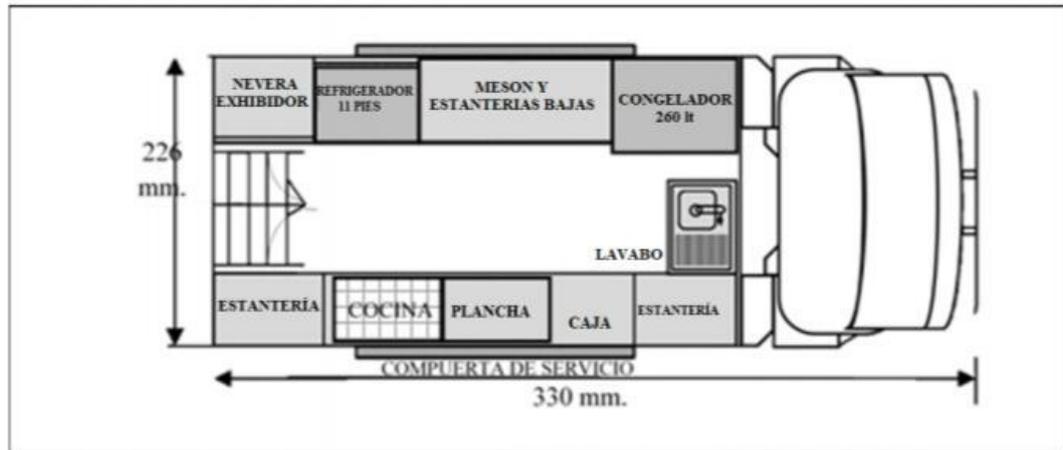


Figura N 24 Distribución de la Planta

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

#### 4.03 Ingeniería del proyecto

Hace referencia a la etapa en la cual se establece tecnología a ser usada en el proyecto y su distribución y procesos de suministros y materiales.

#### 4.04 Definición de Bien y servicio

Bien son todos aquellos productos físicos que satisfacen una necesidad presentada en una sociedad determinada. Servicio es la prestación de esfuerzo intangible.

Muchos confunden la diferencia entre ambos, sin embargo se diría que servicio es todo lo que físicamente no es tangible sin embargo satisface diferentes necesidades, bien es cualquier producto que físicamente sea tangible y sirva para satisfacer alguna necesidad.

#### 4.04.01 Proceso Productivo



Figura N 25 Proceso Productivo

Fuente: Investigación Propia

Autor: Stephanie Hurtado

#### 4.04.02 Determinación de Maquinaria y Equipo

Tabla 36 Requerimientos Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	TIPO	CANTIDAD	VALOR
Lavadero a presión de agua	Maquinaria	1	\$ 700,00
Licuada	Maquinaria	1	\$ 110,00
Refrigerador	Maquinaria	1	\$ 450,00
Sanduchera	Maquinaria	2	\$ 80,00
Mesa de trabajo	Maquinaria	2	\$ 300,00
Generador eléctrico	Maquinaria	2	\$ 3.620,00
Vagón metálico	Maquinaria	1	\$ 800,00
Menaje	Maquinaria	1	\$ 250,00
Sillas base	Equipo	5	\$ 265,00
Teléfono	Equipo	2	\$ 80,00
Impresora	Equipo	2	\$ 500,00
Computador	Equipo	3	\$ 1.510,00
Escritorio	Equipo	3	\$ 450,00
Silla principal	Equipo	3	\$ 250,00
Sillas frontal	Equipo	6	\$ 95,00
Sillas de espera	Equipo	3	\$ 215,00
Archivador	Equipo	3	\$ 290,00

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

## **CAPÍTULO V**

### **5. Estudio Financiero**

El estudio financiero es de suma importancia para el proyecto debido a que es aquí donde se establece el nivel de inversión, rentabilidad y factibilidad del mismo.

#### **5.01 Ingresos**

##### **5.01.01 Ingresos Operacionales**

Los ingresos operacionales son aquellos que provienen directamente de la actividad principal del proyecto. Para su cálculo se requiere de dos elementos el primero es la capacidad productiva del proyecto y el segundo es el precio de venta unitario mismo que parte de los costos de producción.

##### **5.01.02 Ingresos no Operacionales**

Los ingresos no operacionales son aquellos que surgen de actividades secundarias del proyecto como la venta de residuos y la generación de intereses financieros. Para el presente proyecto no se considera la existencia de este tipo de ingresos.

#### **5.02 Costos**

Son todos los costos que intervienen en el proceso productivo de cada producto.

### 5.02.01 Materia Prima

Tabla 37 Materia Prima Ensaladas

ITEM	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Frutilla	Libra	0,05
Piña	Unidad	0,03
Kiwi	Libra	0,06
Papaya	unidad	0,03
Sandía	unidad	0,03
Uva	Libra	0,05
Guineo	Libra	0,02
Melón	unidad	0,04
Crema Chantilly	unidad	0,16
<b>TOTAL</b>		<b>0,46</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Tabla 38 Materia Prima Batidos

ITEM	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Leche	Litro	0,21
Fruta	gramos	0,04
Azúcar	Libras	0,02
<b>TOTAL</b>		<b>0,27</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Tabla 39 Materia Prima Sándwich

ITEM	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Pan	Unidad	0,15
Lechuga	Unidad	0,03
Jamón	Libra	0,47
Queso	Unidades	0,18
Tomate	Libras	0,05
<b>TOTAL</b>		<b>0,88</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.02.02 Mano de Obra Directa

Tabla 40 Mano de Obra Directa

PRODUCTO	VALOR POR HORA	MINUTOS	PROPORCI ON	COSTO UNITARIO
Ensalada	2,15	60	0,25	0,54
Batidos	2,15	60	0,17	0,36
Sándwich	2,15	60	0,20	0,43

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.02.03 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 41 CIF Ensalada

ITEM	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Envase	unidad	0,07
Tenedor	unidad	0,05
Servilleta impresa	unidad	0,06
<b>TOTAL</b>		<b>0,18</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Tabla 42 CIF Batidos

ITEM	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Envase	unidades	0,06
Sorbete	unidades	0,01
Servilleta impresa	unidades	0,06
<b>TOTAL</b>		<b>0,13</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Tabla 43 CIF Sándwich

ITEM	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO
Funda	unidades	0,05
Servilleta	unidades	0,06
Salsas	unidades	0,2
<b>TOTAL</b>		<b>0,31</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Con los costos unitarios se puede realizar la fijación de precios de cada producto que se pretende ofertar.

Tabla 44 Resumen de Costos - Fijación de Precios

<b>PRODUCTO</b>	<b>ENSALADA</b>	<b>BATIDOS</b>	<b>SANDWICH</b>
Costo unitario	1,18	0,76	1,62
Precio unitario	2,75	1,70	3,50
Margen unitario	1,57	0,94	1,88

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.03 Gastos

Son todos los egresos que registra la Empresa y que intervienen indirectamente en la función de la misma

#### 5.03.01 Gasto Administrativo

Se refiere al desembolso económico por el pago de personal administrativo de la Empresa.

Tabla 45 Gasto Administrativo Anual

<b>PERÍODO</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
2019	13419,00
2020	14464,65
2021	14966,91
2022	15475,72
2023	15991,25

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Para el proyecto los gastos administrativos comprenden los siguientes rubros:

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración			1.078,24	12.938,86
Suministros	1	5,01	5,01	60,12
Servicios Básicos	1	10,00	10,00	120,02
<b>TOTAL</b>			<b>1.118,25</b>	<b>13.419,00</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

**5.03.02 Gasto Ventas**

Es el desembolso de dinero para la utilización de material POP y todo relacionado a la gestión de venta y publicidad de la Empresa.

Tabla 46 Gasto de Ventas Anual

PERIODO	GASTO ANUAL
2019	6435,11
2020	7023,31
2021	7213,58
2022	7403,84
2023	7594,11

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Para el proyecto los gastos de ventas comprenden los siguientes rubros:

**GASTOS DE VENTAS**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gastos Sueldos	1		518,89	6.226,63
Branding de la marca	1	124,48	124,48	124,48
Hojas Volantes	100	0,07	7,00	84,00
<b>TOTAL</b>			<b>131,48</b>	<b>6.435,11</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.03.03 Gastos de Financiamiento

Es la cantidad económica necesaria para el funcionamiento de la Empresa y como se lo va a financiar. Bici Food va a financiarse con la cooperativa Maquita Cusunchic ubicada en la Av. Cardenal de la Torre y Ajaví, el préstamo será a 60 meses plazo.

Tabla 47 Condiciones Préstamo

VARIABLES	VALORES
CAPITAL	4000,00
PLAZO	60
TASA ANUAL	21,0%
TASA MENSUAL	1,75%

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Tabla 48 Amortización del Préstamo

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CUOTA	AMORTIZACION	SALDO FINAL
0	0,00	0,00	0,00	0,00	4000,00
1	4000,00	763,00	1563,00	800,00	3200,00
2	3200,00	595,00	1395,00	800,00	2400,00
3	2400,00	427,00	1227,00	800,00	1600,00
4	1600,00	259,00	1059,00	800,00	800,00
5	800,00	91,00	891,00	800,00	0,00

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.04 Inversiones

Es la distribución de la inversión en los diferentes materiales y tecnología a usarse para el proceso productivo.

### 5.04.01 Capital de trabajo

Es el monto financiero que se utiliza para reinvertir y de esa manera generar ingresos para la Empresa.

Para el presente proyecto se entiende por capital de trabajo 1 mes de producción de la Empresa.

Tabla 49 Capital de trabajo

<b>ELEMENTOS</b>	<b>VALORES</b>
Costo de producción	20717,49
Gasto administra	13419,00
Gasto de ventas	6435,11
<b>Capital de trabajo anual</b>	<b>40571,60</b>
Días del año	360,00
Capital trabajo diario	112,70
Días de desfase	30,00
<b>Capital de trabajo real</b>	<b>3380,97</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.04.02 Activos Fijos

Tabla 50 Inversión Activos Fijos

<b>ACTIVOS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Maquinarias	6310
Equipos oficina	1645
Equipos computo	2010
<b>TOTAL</b>	<b>9965</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.04.03 Activos Nominales

Tabla 51 Activos Nominales

<b>NOMINAL</b>	<b>VALOR</b>
Capacitaciones	200

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

#### 5.04.04 Depreciaciones

Hace referencia al desgaste que sufren los activos por el uso constante en el proceso productivo de la Empresa, para lo cual se ha tomado 10 años para depreciar los activos de la compañía.

Tabla 52 Depreciaciones

ACTIVOS	VIDA ÚTIL	COSTO TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023	VALOR LIBROS
Maquinarias	10	6310	631	631	631	631	631	3155
Equipos oficina	10	1645	164,50	164,50	164,50	164,50	164,50	822,5
Equipos computo	3	2010	670	670	670	0	0	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>9965</b>	<b>1465,5</b>	<b>1465,5</b>	<b>1465,5</b>	<b>795,5</b>	<b>795,5</b>	<b>3977,50</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

#### 5.04.05 Estado de Situación Inicial

En el Estado de Situación Inicial se refleja todos los activos y pasivos que posee la empresa junto con el capital de trabajo con el cual se inició la compañía.

Tabla 53 Estado de Situación Inicial

<b>CUENTAS</b>	<b>2018</b>
Caja	3380,97
Total activos corrientes	3380,97
Maquinaria	6310
Depreciación acumulada maquina	0
Equipos de oficina	1645
Depreciación acumulada equipos oficina	0
Equipos de computo	2010
Depreciación acumulada equipos computación	0
Total activos fijos	9965
Activos nominales	200,00
Amortización acumulada activos nominales	0
Total activos diferidos	200,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>13545,97</b>
Deuda Bancaria	4000,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4000,00</b>
Capital	9545,97
Utilidad retenida	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>9545,97</b>
<b>TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>13545,97</b>

Fuente: Investigación Propia

Autor: Stephanie Hurtado

#### 5.04.06 Estado de Resultados Proyectado

Tabla 54 Estado de Resultados Proyectado

<b>CUENTAS</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Ventas	46590,72	48657,70	50816,38	53070,83	55425,29
Costo de producción	20717,49	21636,62	22596,52	23599,00	24645,96
<b>Utilidad bruta</b>	<b>25873,23</b>	<b>27021,09</b>	<b>28219,87</b>	<b>29471,83</b>	<b>30779,33</b>
Gasto administrativo	13419,00	14464,65	14966,91	15475,72	15991,25
Gasto de ventas	6435,11	7023,31	7213,58	7403,84	7594,11
Depreciación	1465,50	1465,50	1465,50	795,50	795,50
Amortización	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
<b>Utilidad operativa</b>	<b>4513,62</b>	<b>4027,62</b>	<b>4533,87</b>	<b>5756,76</b>	<b>6358,47</b>
Gasto interés	763,00	595,00	427,00	259,00	91,00
<b>Utilidad antes impuestos</b>	<b>3750,62</b>	<b>3432,62</b>	<b>4106,87</b>	<b>5497,76</b>	<b>6267,47</b>
Impuestos 15%	562,59	514,89	616,03	824,66	940,12
<b>Utilidad neta</b>	<b>3188,03</b>	<b>2917,73</b>	<b>3490,84</b>	<b>4673,10</b>	<b>5327,35</b>

Fuente: Investigación Propia

Autor: Stephanie Hurtado

### 5.04.07 Flujo de Efectivo

Tabla 55 Flujo de Caja

S	CUENTAS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
			4513,6	4027,6			
	Utilidad operativa	0,00	2	2	4533,87	5756,76	6358,47
+	Depreciaciones	0,00	1465,5	1465,5	1465,50	795,50	795,50
+	Amortizaciones	0,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
-	Impuestos	0,00	562,59	514,89	616,03	824,66	940,12
=	<b>Flujo de efectivo operacional</b>	<b>0,00</b>	<b>5456,5</b>	<b>5018,2</b>	<b>5423,34</b>	<b>5767,60</b>	<b>6253,85</b>
			-				
-	Inversión activos fijos	9965,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+	Recuperación activos fijos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4846,63
=	<b>Total gastos de capital</b>	<b>9965,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4846,63</b>
			-				
-	Capital de trabajo	3380,97	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+	Recuperación de capital de trabajo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3380,97
=	<b>Total capital de trabajo</b>	<b>3380,97</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3380,97</b>
			5456,5	5018,2			
=	<b>Flujo de caja del proyecto</b>	<b>-13545,97</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>5423,34</b>	<b>5767,60</b>	<b>14481,45</b>
+	Préstamo	4000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-	Gasto interés	0,00	763,00	595,00	427,00	259,00	91,00
-	Devolución de capital	0,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
=	<b>Flujo de caja del inversionista</b>	<b>9545,97</b>	<b>3893,5</b>	<b>3623,2</b>	<b>4196,34</b>	<b>4708,60</b>	<b>13590,45</b>

Fuente: Investigación Propia

Autor: Stephanie Hurtado

### 5.04.08 Balance General Proyectado

Tabla 56 Balance General Proyectado

<b>CUENTAS</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Caja	3380,97	7274,50	10897,72	15094,07	19802,66	33393,11
<b>Total activos corrientes</b>	<b>3380,97</b>	<b>7274,50</b>	<b>10897,72</b>	<b>15094,07</b>	<b>19802,66</b>	<b>33393,11</b>
Maquinaria	6310	6310	6310	6310	6310	6310
Depreciación acumulada maquina	0	631	1262	1893	2524	3155
Equipos de oficina	1645	1645	1645	1645	1645	1645
Depreciación acumulada equipos oficina	0	164,5	329	493,5	658	822,5
Equipos de computo	2010	2010	2010	2010	0	0
Depreciación acumulada equipos computación	0	670,00	1340,00	2010	0	0
<b>Total activos fijos</b>	<b>9965</b>	<b>8499,50</b>	<b>7034,00</b>	<b>5568,50</b>	<b>4773,00</b>	<b>3977,50</b>
Activos nominales	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Amortización acumulada activos nominales	0	40	80	120	160	200
<b>Total activos diferidos</b>	<b>200,00</b>	<b>160,00</b>	<b>120,00</b>	<b>80,00</b>	<b>40,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total activos</b>	<b>13545,97</b>	<b>15934,00</b>	<b>18051,72</b>	<b>20742,57</b>	<b>24615,66</b>	<b>37370,61</b>
Deuda bancaria	4000,00	3200,00	2400,00	1600,00	800,00	0,00
<b>Total pasivo</b>	<b>4000,00</b>	<b>3200,00</b>	<b>2400,00</b>	<b>1600,00</b>	<b>800,00</b>	<b>0,00</b>
Capital	9545,97	9545,97	9545,97	9545,97	9545,97	17773,56
Utilidad retenida	0	3188,03	6105,76	9596,60	14269,70	19597,05
<b>Total patrimonio</b>	<b>9545,97</b>	<b>12734,00</b>	<b>15651,72</b>	<b>19142,57</b>	<b>23815,66</b>	<b>37370,61</b>
<b>Total pasivo + total patrimonio</b>	<b>13545,97</b>	<b>15934,00</b>	<b>18051,72</b>	<b>20742,57</b>	<b>24615,66</b>	<b>37370,61</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.05 Evaluación

#### 5.05.01 Tasa de Descuento

Es el coste del capital para determinar el valor actual de un pago futuro, la tasa de descuento es de suma importancia para la toma de decisiones a nivel financiero ya sea de una Empresa o País.

Tabla 57 T-MAR

ELEMENTO	VALOR
Inflación promedio	2,61%
Tasa de riesgo país	5,52%
Prima de riesgo	7%
<b>SUMATORIA T-MAR</b>	<b>15,13%</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.05.02 Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador que sirve para verificar o medir la viabilidad de un proyecto, si al medir los flujos de los futuros ingresos y egresos queda alguna ganancia el proyecto es viable.

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = 13545,97 + \frac{5456,53}{1,1513^1} + \frac{5018,23}{1,1513^2} + \frac{5423,34}{1,1513^3} + \frac{5767,60}{1,1513^4} + \frac{14481,45}{1,1513^5}$$

$$VAN = 8975,34$$

El valor actual neto al ser positivo indica que el proyecto es viable y debe llevarse a cabo.

### 5.05.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, entendiendo como el beneficio o pérdida que tendrá la cantidad que permanece en el proyecto.

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+tir)^1} + \frac{FNE_2}{(1+tir)^2} + \frac{FNE_3}{(1+tir)^3} + \frac{FNE_4}{(1+tir)^4} + \frac{FNE_5}{(1+tir)^5}$$

$$0 = 13545,97 + \frac{5456,53}{(1+tir)^1} + \frac{5018,23}{(1+tir)^2} + \frac{5423,34}{(1+tir)^3} + \frac{5767,60}{(1+tir)^4} + \frac{14481,45}{(1+tir)^5}$$

La tasa interna de retorno al ser mayor que la tasa de descuento (15,13%) indica que el proyecto es rentable y debe llevarse a cabo.

TIR= 36,48%

#### 5.05.04 Período de Recuperación de la Inversión

Es el cálculo para la medición de la inversión, es decir en cuanto tiempo o en qué fecha se recuperara la inversión total con la que se inició el proyecto.

Tabla 58 Período de Recuperación

PERÍODO	FLUJO DE CAJA	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
2018	-13545,97	-13545,97	-13545,97
2019	5456,53	4739,45	-8806,52
2020	5018,23	3785,94	-5020,58
<b>2021</b>	<b>5423,34</b>	<b>3553,87</b>	<b>-1466,71</b>
2022	5767,60	3282,77	1816,06
2023	14481,45	7159,28	8975,34

Fuente: Investigación Propia

Autor: Stephanie Hurtado

Con la tabla anterior y utilizando el criterio del último flujo acumulado negativo se establece un periodo de recuperación de 3,4467. Esto equivale a 3 años, 5 meses y 11 días, por lo tanto, al ser menor que los 5 años de duración del proyecto se entiende que la inversión es recuperable y el proyecto debe llevarse a cabo.

#### 5.05.05 Punto de equilibrio

Es la representación y conocimiento de cuantas cantidades debe producir la Empresa para no generar perdida ni ganancia pero aun así los costos de producción se puedan cubrir.

Tabla 59 Punto de Equilibrio

PRODUCTO	ENSALADA	BATIDOS	SANDWICH	TOTAL
Cantidades a vender	6025	10644	3414	20083
Porcentaje	30%	53%	17%	100%
Precio de venta	2,75	1,70	3,50	
Costo unitario	1,18	0,76	1,62	
Margen de contribución	1,57	0,94	1,88	
Costos fijos		19724,11		
Margen de contribución porcentual	0,47	0,50	0,32	1,29
Punto de equilibrio global		15310		
Punto de equilibrio específico	4593	8114	2603	15310

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

Tabla 60 Comprobación Punto de Equilibrio

CANTIDADES	INGRESO TOTAL	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS TOTALES	UTILIDAD
100	231,99	103,16	19724,11	19827,27	-19595,28
2000	4639,82	2063,19	19724,11	21787,29	-17147,48
6000	13919,45	6189,56	19724,11	25913,67	-11994,22
9000	20879,18	9284,34	19724,11	29008,45	-8129,27
13000	30158,81	13410,72	19724,11	33134,82	-2976,01
<b>15310</b>	<b>35517,81</b>	<b>15793,70</b>	<b>19724,11</b>	<b>35517,81</b>	<b>0,00</b>
18000	41758,35	18568,68	19724,11	38292,79	3465,56
21000	48718,08	21663,46	19724,11	41387,57	7330,51
24000	55677,81	24758,25	19724,11	44482,35	11195,45
26000	60317,62	26821,43	19724,11	46545,54	13772,08
29000	67277,35	29916,21	19724,11	49640,32	17637,03

**Fuente:** Investigación Propia

**Autor:** Stephanie Hurtado

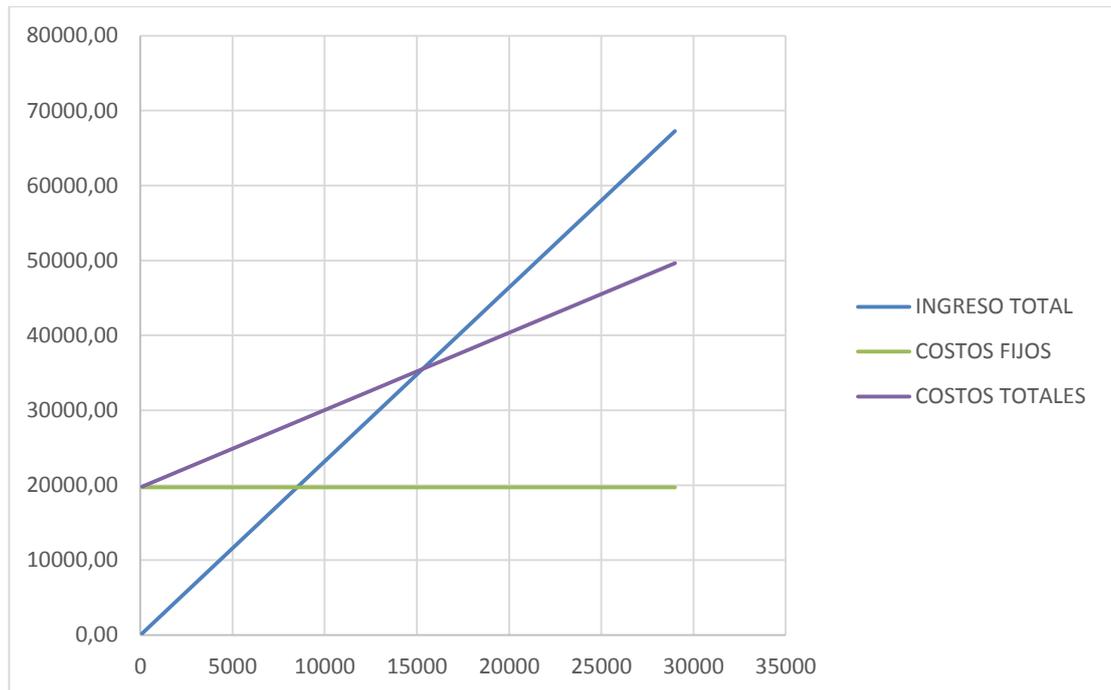


Figura N 26 Punto de Equilibrio

**Fuente:** Investigación Propio

**Autor:** Stephanie Hurtado

### 5.05.06 Análisis de Índices Financieros.

A través de la utilización de varios indicadores como el ROE y ROA se interpreta de mejor manera y con mayor facilidad.

**ROE**

Es el rendimiento que la Empresa obtiene mediante sus propios fondos.

**ROA**

Es el indicador que mide la rentabilidad de la Empresa mediante sus activos, es decir que tan eficiente puede ser la Empresa evaluando la posesión de sus activos.

### RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{3188,03}{9545,97}$$

$$\text{R.O.E} = 33,40\%$$

La rentabilidad sobre el patrimonio indica el 33,40%, este valor debe compararse con el costo de oportunidad del proyecto, para el caso se puede considerar a la tasa pasiva de 360 días (7,05%). Dado que la rentabilidad del proyecto es mayor que el

### RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

costo de oportunidad se considera

aceptable el nivel de rendimiento del

primer año del proyecto

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{3188,03}{13545,97}$$

$$\text{R.O.A} = 23,53\%$$

La rentabilidad sobre los activos indica que por cada dólar que se invierte se obtiene un rendimiento de 0,23 centavos de rendimiento marginal

## CAPÍTULO VI

### 6. Análisis de Impactos

#### 6.01 Impacto Ambiental

Para la implementación del proyecto se ha tomado en cuenta el aspecto ambiental y el impacto que la Empresa puede tener, por lo que se ha tomado diferentes medidas preventivas para el medio ambiente.

Una de las medidas es el reciclar el plástico en el cual se comercializa el producto ya se envases o fundas desechables.

Minimizar el consumo de productos preparados con gas para fomentar el consumo de comida rápida saludable sin necesidad de utilizar productos dañinos al medio ambiente.

#### 6.02 Impacto Económico

Realizar alianzas estratégicas con productores ecuatorianos aportando para el desarrollo de la PYMES.

Manejo adecuado de los recursos que la Empresa posee generando rentabilidad para la misma y maximizando la demanda del producto.

Aportar de forma positiva para el incremento del PIB.

### **6.03 Impacto Productivo**

“BICI FOOD” pretende ofrecer un servicio de alimentación saludable lo que ayuda en el proceso productivo ya que incrementaría las personas que ofrezcan esta variedad de alimentos a una sociedad que está en proceso de cambio en el estilo de vida que mantienen.

Cada alimento comercializado por la empresa tiene establecido un proceso de producción el cual solamente se lo podría modificar en base a diferentes estudios que ayuden a la mejora del mismo.

### **6.04 Impacto Social**

En el ámbito social se requiere trabajar con diferentes valores como la ética, moral, colaboración, para que de esta manera aporte de forma positiva a la sociedad que está directamente relacionada con el proyecto.

Por lo que se ha tomado diferentes medidas de colaboración o aporte social como:

- Donación de Útiles escolares a las escuelas unidocentes del país ubicadas en zonas rurales.
- Realizar agasajos navideños a niños de orfanatos donando fundas de caramelo en la temporada.

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones

1.- La aceptabilidad del proyecto nos indica que si podría ser una opción de implementación por la rentabilidad que este vaya a generar al igual que el servicio diferenciado que ofrece.

2.- El nuevo estilo de vida de las personas es un punto favorable para la comercialización de los productos que “BICI FOOD” al mercado, siendo pioneros en la comercialización de alimentos saludables en la Ciclo Vía establecida en la ciudad de Quito.

3.- Estar al alcance del consumidor es otro punto favorable del proyecto porque en el estudio realizado se observó que muchas personas usuarias de la Ciclo Vía tiene la necesidad de encontrar alimentos saludables y que no tengas que dirigirse a otros sectores o salir de la Ciclo Ruta establecida.

### **7.01 Recomendaciones**

1.- Ser competitivos en el mercado con los productos y servicio ofrecido generando rentabilidad a la Empresa para ir desarrollando estrategias que ayuden al crecimiento de la misma.

2.- Persuadir al consumidor para que prefiera nuestro servicio a través de varias actividades que hagan parte a los clientes de la Empresa, al igual que escuchar sus opiniones y preferencias en su alimentación. De esta manera el cliente sentiría afecto por la empresa y preferencia al momento de consumir algún producto.

3.- Incentivar el consumo de alimentos sanos, que generen bienestar al ser humano mediante su consumo, eliminando el paradigma de que “lo sano no sabe bien”.

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Rivas, J. (2015). Estilo de Vida. Recuperado el 20 de noviembre del 2017, de Consumoteca.com: <https://www.consumoteca.com/bienestar-y-salud/vida-sana/estilo-de-vida/>

Barriga, F. (2013). La cultura vegetariana se extiende en la ciudad de Quito. Recuperado el 21 de noviembre del 2017, de LaHora.com: <https://lahora.com.ec/noticia/1101598014/la-cultura-vegetariana-se-extiende-en-la-ciudad-de-quito>

Albán, J. (2013). Ciclopaseo cumple una década de funcionamiento. Recuperado el 21 de noviembre del 2017, de LaHora.com: <https://lahora.com.ec/noticia/1101566497/ciclopaseo-cumple-una-dc3a9cada-de-funcionamiento>

Barrios, V. (2011). Ambiente externo de las organizaciones. Recuperado el 24 de noviembre del 2017, de Gestipolis.com: <https://www.gestipolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>

Porto, J. (2010). Recursos Económicos. Recuperado el 24 de noviembre del 2017, de Definicion.de: <https://definicion.de/recursos-economicos/>

Banco Central del Ecuador (2017). Producto Interno Bruto, Estadística Mensual. Recuperado el 29 de noviembre del 2017, de BCE.com: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>

Banco Central del Ecuador (2017). Producto Interno Bruto, Estadística Mensual.

Recuperado el 29 de noviembre del 2017, de BCE.com:

[https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

Colta (2011). ¿Qué son las tasas de interés pasivas o de captación y activas o de colocación? Recuperado el 29 de noviembre del 2017, de Colte.com:

<https://www.coltefinanciera.com.co/educacion-financiera/tasas-y-tarifas/420-que-son-las-tasas-de-interes-pasivas-o-de-captacion-y-activas-o-de-colocacion>

Ortiz, P. (2000). Tasa activa y tasa pasiva ¿Qué son? Recuperado el 08 de diciembre del 2017, de Gestipolis.com: <https://www.gestipolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que-son/>

Sin Autor. (2014) ¿Qué es la balanza comercial? Recuperado el 08 de diciembre del 2017, de Debitoor.es: <https://debitoor.es/glosario/definicion-balanza-comercial>

Instituto Nacional de estadísticas y Censos (2017). Reporte de Economía Laboral. Recuperado el 12 de diciembre del 2017, de Ecuadorencifras.gob:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_Economia\\_Laboral-Mar17.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_Economia_Laboral-Mar17.pdf)

Kotler & Armstrong (2007). Segmentación de Mercado. Recuperado el 06 de enero del 2018, de ForoAlfa.org: <https://foroalfa.org/acceso/opciones/iniciar-sesion>

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA  
MARKETING INTERNO-EXTERNO

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) HURTADO SUÁREZ STEPHANIE CAROLINA, portador de la cédula de identidad N° 1723834808, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 27 de abril del 2018



MAY 2018

Sra. Mariela Babeca  
CAJA VOUCHER INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA

Psc. Fabián Jara  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



BIBLIOTECA  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

Ing. William Parra  
BIBLIOTECA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

07 MAY 2018

9,56 JBS  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
SECRETARÍA DE PRÁCTICAS

Ing. Franklin Cevallos  
DIRECTOR DE CARRERA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
SECRETARÍA ACADÉMICA

Trng. Samantha Prado  
SECRETARÍA ACADÉMICA

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: STEPHANIE HURTADO SUAREZ.pdf (D37195554)  
Submitted: 4/4/2018 12:46:00 AM  
Submitted By: stefy.david85@hotmail.com  
Significance: 8 %

### Sources included in the report:

Proyecto previo a la obtención del título.docx (D19914763)  
PROCESO DE TESIS JESSYPAO 2.docx (D19519027)  
PROYECTO DE TESIS EMPRESA DE PUBLICIDAD DIGITAL.pdf (D26651532)  
DIGNA MERCEDES BORJA CALDERON.pdf (D30300560)  
Tesis Jorge Benitez.pdf (D26649180)  
tesis ensalada 16-03-18.docx (D37055839)

### Instances where selected sources appear:

24

  
Ing. Diana Patricia Méndez Neisa  
1718700697



