



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“Estudio de pre factibilidad para la introducción en
el mercado de Cuenca del producto KONITO”**

**Trabajo de monografía previo a la
obtención del título de: Ingeniero
Comercial.**

AUTORAS:

- María José Sánchez Cisneros.
- Paola Vázquez Webster.

Director: Eco. Carlos Jaramillo O.

Cuenca-Ecuador

2011

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico de manera muy especial a mis queridos padres y hermana quienes siempre confiaron en mí y me han apoyado y guiado en cada paso que he dado brindándome su amor incondicional, pero sobre todo me inspiran de valor para seguir adelante en la carrera de la vida sin temor a nuevos retos.

También se la dedico a Dios por darme salud y su protección para poder llegar a este momento tan importante de mi existencia.

Paola Vázquez Webster.

Este trabajo lo dedico principalmente a mi Dios que me ha guiado y bendecido en todas las etapas de mi vida ayudándome a cumplir cada objetivo trazado.

A mis amados padres también va dedicado esta monografía, pues ellos han estado conmigo en las buenas y en las malas mostrándome el camino correcto a seguir con su gran ejemplo, confiando en mí y brindándome su amor y apoyo incondicional.

María José Sánchez Cisneros.

AGRADECIMIENTO

Son tantas las personas que han sido un pilar fundamental en todo el periodo de mis estudios, entre ellas mis profesores los que me fueron formando a cada paso, compañeros y familiares los mismos que están ahí para demostrarme todo su cariño, pero agradezco de manera especial a mi director de monografía quien no dudo en brindarnos su apoyo, a mis tíos quienes siempre me alentaron y a mi gran amiga y compañera con la que realice el trabajo quien estuvo dispuesta a que termináramos juntas una meta más en nuestras vidas.

Paola Vázquez Webster.

Agradezco a Dios por darme salud y capacidad para poder cumplir con este proyecto que representa un paso de gran importancia en mi vida profesional, a mi hermosa familia que me han brindado su amor y consejos para salir adelante en todo aspecto de mi vida, a mi Director de monografía que nos ha brindado su gran conocimiento y a mi querida compañera de monografía con quien compartimos el mismo sueño de culminar la carrera universitaria.

María José Sánchez Cisneros.

RESPONSABILIDAD

Las ideas y opiniones vertidas en la presente Monografía son de exclusiva responsabilidad de sus autoras:

Paola Vázquez Webster.

María José Sánchez.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PAG
- Dedicatoria.....	i
- Agradecimiento.....	ii
- Responsabilidad.....	iii
- Índice de Contenidos.....	iv
- Resumen.....	vii
- Abstract.....	viii
Introducción.....	1
Resumen Ejecutivo.....	2
<u>CAPITULO 1</u>.....	4
1. <u>PLAN DE MERCADO.</u>	
1.1. Definición del Producto.....	4
1.2. Análisis de la Demanda.....	4
1.3. Análisis de la Oferta.....	6
1.4. Análisis de la Competencia.....	7
1.5. Análisis de los Proveedores.....	7
1.6. Demanda a Satisfacer.....	8
1.7. Precio.....	9
1.8. Plan de Marketing Estratégico.....	9
1.8.1. Análisis de Viabilidad (FODA).....	9
1.8.2. Análisis de Portafolio.....	11
1.8.3. Análisis de Segmentación y Targeting.....	13

CAPITULO 2..... 14

2. PLAN OPERACIONAL.

2.1 Planificación Estratégica.....	14
2.1.1 Misión.....	14
2.1.2 Visión.....	14
2.1.3 Objetivos Estratégicos.....	14
2.1.4 Principios.....	15
2.1.5 Valores.....	15
2.2 Localización Óptima.....	16
2.3 Tamaño Óptimo.....	18
2.4 Proceso de comercialización.....	19
2.5 Estrategias de Comunicación.....	21
2.6 Marco Organizacional y Legal.....	22
2.6.1 Organigrama.....	22
2.6.2 Constitución Legal.....	23
2.6.3 Permisos de Funcionamiento.....	23

CAPITULO 3..... 25

3. FACTIBILIDAD FINANCIERA.

3.1 Inversión Inicial.....	25
3.2 Financiamiento.....	25
3.3 Amortización del Préstamo.....	26
3.4 Depreciación.....	26
3.5 Ingresos.....	28
3.6 Costos de Producción.....	28
3.6.1 Materia Prima.....	28
3.6.2 Embase y Empaque.....	29
3.6.3 Mano de Obra Directa.....	30
3.6.4 Gastos de Fabricación.....	30
3.6.4.1 Materiales y Suministros.....	30

3.6.4.2	Servicios Básicos.....	31
3.6.4.3	Gastos de Depreciación para los Costos de Producción.....	31
3.6.4.4	Cuadro Resumen de Gastos de Fabricación.....	32
3.6.5	Cuadro Resumen de Costos de Producción.....	32
3.7	Gastos Administrativos.....	33
3.8	Gastos de Venta.....	34
3.9	Flujo de Caja.....	35
3.10	VAN y TIR.....	36
3.11	Pay Back.....	36
3.12	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	37

CONCLUSIONES.....		39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		41
REFERENCIAS LINKOGRÁFICAS.....		41

ANEXOS.....		42
--------------------	--	-----------

RESUMEN

“KONITO” es un producto nuevo en el mercado de comidas rápidas en la ciudad de Cuenca; su presentación es un cono con masa similar a la de una pizza u relleno de diferentes carnes, embutidos y quesos; su delicioso sabor y diseño llamativo e innovador hará que grandes y chicos quieran consumirlo en cualquier ocasión y lugar.

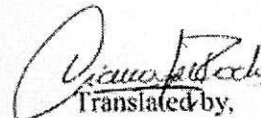
La finalidad de este proyecto es analizar la acogida y viabilidad de mercado y económico-financiera a nivel de pre factibilidad para introducir en nuestra ciudad este nuevo producto. “KONITO” será comercializado a través de cetros educativos, islas en centros comerciales y eventos sociales, brindando servicios de calidad a precios accesibles para lograr de esta manera ser los primeros en la mente de los consumidores.

ABSTRACT

"KONITO" is a new product for the fast food market in the city of Cuenca. It is presented in the way of a cone and its dough is similar to pizza dough filled with different types of meat, cold cuts and cheese. Its delicious flavor and innovative design will attract children, teenagers and adults.

The goal of this project is to analyze the market viability and the economical feasibility of introducing this new product in our city. "KONITO" will be traded in schools, malls and social events, providing low price and quality service that will turn it into a number one product.




Translated by,

Diana Lee Rodas

INTRODUCCIÓN.

La comida rápida es aquella que puede ser preparada y servida en poco tiempo, dentro de este formato pueden incluirse hamburguesas, pizza, pasta, pollo, variedad de sánduches, entre otros. En la pirámide de oferta del sector de comidas y restaurantes en el Ecuador, es el que concentra mayor consumo, mayores ventas y mejores probabilidades de crecimiento, situación que obedece, fundamentalmente, al desarrollo urbano de las ciudades, cuyos habitantes necesitan restaurantes donde puedan comer con velocidad.

La expansión que han experimentado en Cuenca los asaderos de pollo y las pizzerías, incluyendo la presencia de cadenas internacionales como Pizza Hut, son un importantísimo indicador de que para el sector de comidas rápidas hay un vasto mercado, por lo mismo, buenas oportunidades de expansión para los negocios existentes y para que surjan nuevas iniciativas emprendedoras como las del presente objeto de estudio.

Surge así esta idea de introducir en el mercado de Cuenca el producto “KONITO”, bocadillo que será elaborado con una masa similar a la de una pizza y relleno de diferentes embutidos, carnes y quesos, con una presentación en forma de un cono; negocio innovador que busca satisfacer un nicho de mercado potencial en la ciudad.

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto, “Estudio de pre factibilidad para la introducción en el mercado de Cuenca del producto KONITO” analiza la viabilidad tanto de mercado y económico – financiera, a nivel de pre factibilidad, para introducir al mercado de comidas rápidas de Cuenca, un producto delicioso, de diseño innovador que, de acuerdo a los gustos y preferencias de los cuencanos, creemos tendrá una buena acogida. El nombre comercial de este nuevo producto es “KONITO”, este será elaborado con una masa similar a la de una pizza y relleno de diferentes embutidos, carnes y quesos, su presentación será en forma de un cono; lo novedoso del diseño lo hace muy manejable, al punto que hasta niños menores de 5 años lo podrán comer “sin ensuciarse”. El producto se espera comercializarlo a través de los centros educativos (colegios y universidades), así como también en eventos sociales (cumpleaños, fiestas infantiles, paseos) e islas en centros comerciales.

Nuestro emprendimiento se caracterizará por ofrecer los servicios de entrega a domicilio.

Debido a los contenidos del tema, éste se ubica dentro del área financiera y en la Formulación y Evaluación de Proyecto, pues se enfoca como un modelo de emprendimiento cuyos resultados pueden orientar a los interesados en la toma de decisiones a cerca de su inversión en este negocio.

“KONITO” está dirigido a los habitantes de la Ciudad de Cuenca de ingresos medios, medios altos, entre 5 a 60 años, enfocándonos principalmente en los niños que son quienes dan mayor acogida al consumo del producto, por esta razón la mayor distribución del producto será en centros educativos y fiestas infantiles.

Tenemos como ventaja competitiva que es un producto no existente en el mercado a un bajo precio y que nuestra distribución será en distintos puntos de venta, lo que permitirá darnos a conocer y lograr mayor venta del producto. Proponemos como valor agregado el servicio puerta a puerta y el diseño novedoso que permite ser consumido con facilidad en cualquier lugar.

Para implementar este negocio se necesita de \$24.000,00 en donde el aporte será de \$14.000,00 entre ambas socias y contaremos con un financiamiento de \$10.000,00 mediante un préstamo bancario. Este dinero será destinado para la adquisición de máquinas, utensilios, materia prima, vehículo, publicidad y gastos extras que requiera el emprendimiento de la Empresa.

Produciremos 300 “KONITOS” diarios de lunes a viernes para ser entregados en los puntos ya establecidos y 300 entre sábado y domingo para eventos sociales; el precio por unidad será de \$1,50. Lo que nos da una proyección de ventas anuales de 86.400 “KONITOS” y un ingreso anual de \$129.600,00. Lo que hace que este proyecto de rentabilidad a sus inversores.

El estudio realizado nos indica que es un proyecto viable, tanto desde el punto de vista del mercado como del económico, pues presenta un VAN positivo lo que quiere decir que es un proyecto rentable pues la utilidad neta es mayor al pago de deudas, quedando así un remanente libre de pagos. Cuenta con una tasa de rentabilidad atractiva para los inversores y un cómodo flujo de caja que nos muestra que la inversión será recuperada para el segundo año de vida del negocio. El punto de equilibrio es alcanzado en el primer año debido a los bajos costos fijos el mismo que explica también el bajo riesgo operacional del negocio.

CAPITULO 1.

1. PLAN DE MERCADO.

1.1. Definición del Producto.

“KONITO” es un aperitivo que cuenta con una masa pre-fabricada similar a la de una pizza, viene en forma de un cono de helado y lleva de relleno ingredientes principales como: queso rayado, salsa de tomate, orégano y como ingredientes opcionales: diferentes tipos de embutidos y carnes, que juntos forman un sabor incomparable y delicioso que no podrán dejar de consumirlo.

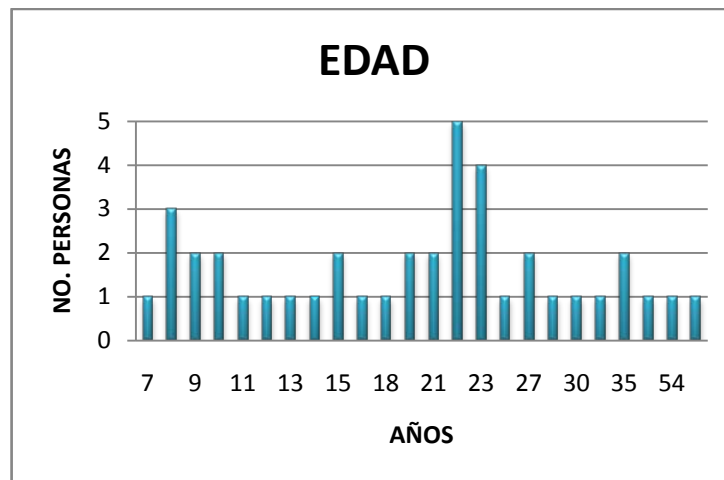
“KONITO” puede ser consumido en todo lugar y a cualquier hora, pues es un producto que no tiene la necesidad de que el cliente se siente en una mesa y requiera de cubiertos para deleitarlo, por su diseño único y diferente da la facilidad de que personas de distintas edades puedan probarlos fácilmente sin ensuciarse.

1.2. Análisis de la Demanda.

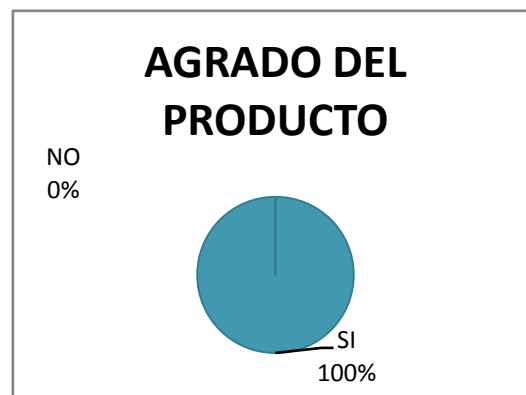
Dentro de la ciudad de Cuenca hemos notado que en los últimos años el consumo de comida rápida y aperitivos ha ido aumentando para así remplazar a las meriendas tradicionales, debido a los horarios de trabajo de las personas estas no cuentan con el tiempo suficiente para poder cocinar y lo mas cómodo para ellos es ir a comprar comida ya preparada. Es por ello que debemos enfocarnos en satisfacer las necesidades que se van creando en la gente, por esta razón el producto “KONITO” va dirigido a los habitantes de la ciudad de cuenca de clase media, media-alta; de edades entre los 5 a 60 años.

Para el analizar nuestra demanda realizamos un focus group a 40 personas con las características del mercado al cual nos vamos a dirigir, este estudio consistió en preparar el producto “KONITO” para que la gente conociera su presentación y deguste del mismo permitiéndonos conocer el grado de aceptación del producto, dándonos así los siguientes resultados:

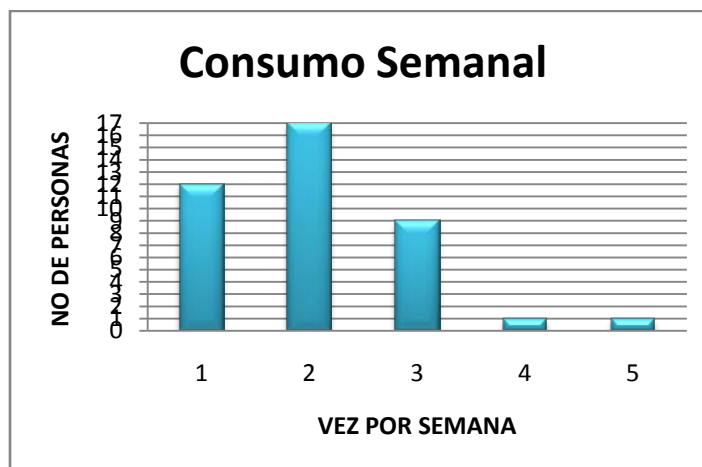
- **Edad de los encuestados**



- **¿Fue de su agrado el producto “KONITO”?**



- **Si volvería a consumir el producto, ¿Cuántas veces lo haría por semana?**



El focus group fue realizado en distintos lugares de la ciudad de Cuenca a personas entre los 7 y 57 años. Mediante esta prueba de degustación de “KONITO” pudimos observar que al 100% de las personas les agrado el sabor del producto y de manera especial les llamo la atención su diseño y presentación.

Otro información que nos proporcionó este análisis es que la mayor acogida de nuestro producto es por parte de los niños pues ellos son los que consumirían mayor cantidad de “KONITO” por semana, la aceptación que los jóvenes dan al producto también es significativa pero con una concurrencia menos que la de los niños y por último las personas adultas están dispuestas a consumir el producto aunque con una frecuencia menor que los grupos anteriores.

1.3. Análisis de la Oferta.

El mercado de comida rápida y aperitivos en la ciudad de Cuenca se caracteriza por ofrecer productos típicos como hamburguesas, hot dog, empanadas, pizzas, donas, cubanos por mencionar algunos; la idea de nuestro proyecto es entrar al mercado para ofrecer algo diferente a lo que los consumidores están acostumbrados a comprar. “KONITO” es un producto innovador que llama la atención por su diseño, calidad en sabor y precios accesibles, dirigido a todo público en general.

A pesar de no existir establecimientos que brinden el mismo producto, “KONITO” se encuentra dentro de una oferta competitiva, pues dentro del mercado existen variedad de sustitutos que dan una satisfacción muy similar a la que ofrecemos.

Nuestra capacidad máxima de producción por día será de 300 “KONITOS” tomando en cuenta que la máquina tiene una capacidad de producción de 120 moldes por hora; el número de producción diario dependerá de la cantidad de pedidos por parte de nuestros clientes.

Ofreceremos nuestro producto a instituciones educativas de lunes a viernes, eventos sociales e islas de los centros comerciales los días que hagan el requerimiento del producto, ya sea entre semana o fines de semana.

1.4. Análisis de la Competencia.

En la ciudad de Cuenca “KONITO” es un producto nuevo por lo tanto no contamos con competencia directa en este mercado.

Dentro de la competencia indirecta las de mayor rivalidad son las pizzerías, entre las de mayor posicionamiento están: Pizza Hut, Papa Jhon’s, La Fornace y Pronto Pizza, debido a que su producto cuenta con ingredientes similares a los nuestros por lo tanto su sabor se asemeja al de “KONITO”; así mismo las empandas chilenas como “Puro Chile” por su similitud en el tamaño y relleno del producto. Otra competencia indirecta que nos afecta son las hamburguesas como “Burger King”, hot dog como “Bodegón del Zorro”, donas como “Donut King”, sánduches como “El Español” y demás tipo de comida rápida que se ofrecen dentro de este mercado. Para atacar a nuestra competencia nuestra estrategia principal es distribuir el producto en varios puntos de consumo masivo de este tipo de comida, además dándonos a conocer mediante una publicidad en distintos medios de comunicación.

1.5. Análisis de los Proveedores.

La adquisición del equipo necesario para la producción de “KONITO” se realizará mediante la importación de una maquina diseñada especialmente para la elaboración de la forma de la masa, escogeremos al proveedor que nos brinde los mejores costos y garantice la calidad y durabilidad de la misma; la compra del horno se realizara mediante distribuidores de la ciudad de Cuenca.

Para el proceso de compra de la materia prima nos contactaremos con proveedores del país que nos entreguen los productos aptos y necesarios para la elaboración de “KONITO”. A continuación mencionamos tres opciones de proveedores para cada insumo:

PROVEEDOR	INSUMO
ReyBanpac (Rey Queso) Productos del KIOSKO Productos Lacteos GONZALEZ Cia.Ltda.	Queso Mozzarella
Molinos de Ecuador S.A Distribuidora El Otorongo	Harinas
Embutidos La Italiana Embutidos Piggis Embutidos La Europea	Embutidos y Carnes
Mc Cormick Snob El Sabor	Especias
La Europea Gustadina Facundo	Salsa de Tomate
www.mercadolibre.com www.alamaula.com	Máquina para molde de “KONITO”
Almacenes Chordeleg Jaher Indurama	Horno

La mejor opción de proveedor será analizada de acuerdo a costos y calidad del producto dentro del estudio económico.

1.6. Demanda a Satisfacer.

De acuerdo a los datos obtenidos en la aplicación del focus group, donde el 100% de las personas que formaron parte de esta prueba opinaron que les agrada el producto y que volverían a probarlo, podemos decir que tenemos gran aceptación dentro del mercado por su diseño llamativo y su buen sabor. Por lo tanto considerando que nuestra capacidad máxima de producción diaria es de 300

“KONITOS” y dado que los eventos sociales no se presentarán todos los fines de semana, estimamos que la producción para sábado y domingo será también de 300 en total; esto nos da un promedio de elaboración de 7.200 “KONITOS” al mes. Basándonos en las respuestas de la prueba aplicada alrededor del 30% de los clientes de nuestro mercado consumirían el producto una vez por semana, aproximadamente el 42% lo harían dos veces por semana, el 22% tres veces por semana y un 5% más de tres veces por semana, entonces de acuerdo a estos datos y a nuestra capacidad máxima de producción la demanda que vamos a satisfacer es de 2.151 personas por mes.

1.7. Precio.

Hemos considerado que el precio es uno de los factores más importantes para ingresar al mercado, por esta razón la estrategia de penetración que utilizaremos es la de ofrecer el producto a un precio cómodo y accesible para los clientes a los que va dirigido este negocio, ya que la elaboración del producto no requiere de costos altos nos permitirá cumplir con esta táctica sin afectar la rentabilidad del proyecto.

Al ofrecer un producto innovador, de calidad, con gran sabor y precios bajos lograremos captar gran número de consumidores y que los mismos sean fieles a nuestra marca permitiéndonos así posicionar en el mercado.

1.8. Plan de Marketing Estratégico.

1.8.1. Análisis de viabilidad (FODA).

Estrategias FODA

- Fortalezas:

- o **Innovación:** Contamos con un producto que no existe en el mercado de Cuenca y al tener un diseño novedoso y diferente al de los aperitivos llamará la intención de los consumidores.

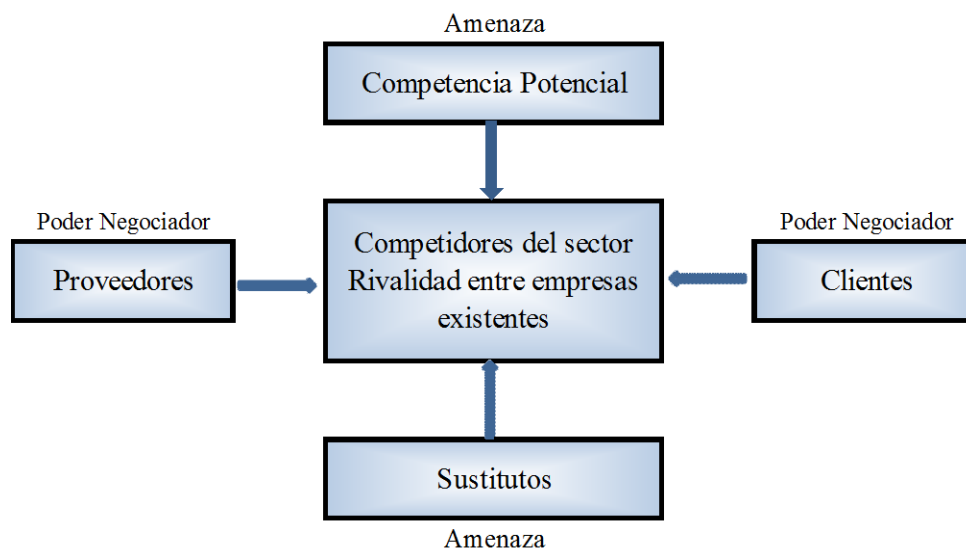
- o **Ventaja en costos:** Al ser un proyecto que no necesita de una gran inversión y que su elaboración requiere bajos costos podremos ofrecerlo a precios cómodos y accesibles para cualquier persona.
- o **Facilidad de adquisición:** Realizaremos alianzas estratégicas para poder distribuir nuestro producto en distintos puntos de venta, permitiendo al cliente encontrarlo con facilidad.
- **Oportunidades:**
 - o **Preferencia:** Al ser “KONITO” un producto nuevo podremos atraer gran cantidad de clientes logrando ser los primeros en la mente del consumidor.
 - o **Crecimiento:** Con el paso del tiempo y la gran acogida que le den al producto podremos llegar a ser dueños de un local propio para brindar nuestro cálido servicio de manera directa con el consumidor final.
 - o **Rentabilidad:** Por la diversidad de distribución del producto podremos incrementar la cantidad vendida permitiéndonos así recuperar pronto la inversión que no representa un gran monto, al igual que generar utilidades representativas para la empresa.
- **Debilidades:**
 - o **Incertidumbre:** Al ser un producto nuevo en el mercado, no tenemos la certeza de cual será la acogida por parte de los clientes y si su consumo será frecuente.
 - o **Venta Indirecta:** Debido a que “KONITO” será distribuido a minoristas el precio de venta será menor al que fuera si lo venderíamos al consumir final.
 - o **Falta de experiencia:** Ya que somos nuevas en la introducción de una empresa en el mercado no contamos con los contactos claves que nos permita distribuir el producto en diferentes lugares.

- **Amenazas:**

- o **Imitación:** Se puede correr el riesgo de que la competencia quiera implementar el mismo tipo de producto que nosotros brindamos para acaparar nuestra clientela.
- o **Barreras de distribución:** Dado que en la actualidad se pretende llevar un nivel de vida más saludable, puede existir la posibilidad de que se nos niegue vender nuestro producto en los centros educativos para prevenir la obesidad en niños y jóvenes.
- o **Usurpación:** Puede llegar a ocurrir que las personas a las que distribuimos “KONITO” se adueñen del prestigio que puede brindar nuestro producto innovador y tomen ventaja de esto.

1.8.2. Análisis de Portafolio.

Para estudiar la estructura del sector al que vamos a ingresar aplicaremos el análisis de las 5 fuerzas de Porter con el fin de relacionar nuestra empresa con el medio ambiente y así poder determinar las reglas del juego competitivas y las posibilidades estratégicas disponibles para la empresa.



- o **Competencia potencial:** “KONITO” representa nueva competencia en el sector, por lo tanto es una amenaza para las empresas de comida rápida y aperitivos ya posicionadas dentro de la ciudad de Cuenca. A través de una buena campaña publicitaria en la que se de a conocer el producto podremos superar las barreras de entrada y así ingresar con éxito y acogida al mercado.
- o **Sustitutos:** En la actualidad las personas tiene inclinación hacia la comida rápida por lo que los clientes pueden dejar de comprar nuestro producto para consumir productos sustitutos pues hay gran variedad de estos en el mercado como son: pizzas, hamburguesas, empanadas, hot dog, entre otros.
- o **Poder de negociación con los clientes:** El valor agregado que nosotros le damos a nuestro producto mediante un diseño que llama la atención, gran sabor y bajo precio nos permitirá establecer fuertes relaciones con nuestros clientes y garantizará la fidelidad de los mismos.
- o **Poder de negociación con los proveedores:** Tenemos como ventaja que dentro del país existe gran numero de proveedores que nos vendan la materia prima por lo que tenemos varias opciones para escoger, prefiriendo a los de menores costo y mayor financiamiento. Debido a que los costos de la materia prima son bajos podremos cubrir el pago de los mismos y así estableceremos relaciones buenas y duraderas con los proveedores.
- o **Rivalidad entre las empresas existentes:** En el sector al cual nos vamos a dirigir existe mucha competencia de comida rápida y aperitivos, los mismo que cuentan con posicionamiento en el mercado y gran acogida por la preferencia que las personas dan a este tipo de comida. “KONITO” se verá forzado a competir con las marcas que los clientes tienen mayor preferencia.

1.8.3. Análisis de Segmentación y Targeting.

- **Mercado total:** “KONITO” está dirigido a todas aquellas personas de ingreso medio, medio-alto de la Ciudad de Cuenca entre 5 a 60 años que tiene gran inclinación hacia el consumo de comida rápida y que prefieren diversificar su alimentación y probar algo diferente.
- **Mercado Potencial:** Nuestro producto se enfoca principalmente en nuestros consumidores potenciales que son los **niños** quienes de acuerdo al estudio del focus group son aquellos que darán mayor acogida y consumo del producto por su inclinación a la comida rápida. Cabe recalcar que atenderemos también las necesidades de:
 - o **Adultos Jóvenes:** Son los que más salen a comer fuera de casa y buscan opciones de comida con precios bajos, además optan por ir a establecimientos informales que estén de moda, por esto “KONITO” es ideal para ellos.
 - o **Familia:** Buscan los momentos libres para estar unidos y divertirse, por lo general salen a centros comerciales y eligen una opción de alimento que sea del agrado de todos y distinta a la que comen diariamente en casa.
- **Mercado objetivo:** “KONITO” estará distribuido específicamente a todo tipo de evento social, en especial fiestas infantiles y cumpleaños pues así atenderemos a nuestro cliente potencial que son los niños; nos dirigimos también a instituciones educativas como escuelas, colegios y universidades donde por lo general el consumo se inclina a la comida rápida y centros comerciales que es donde hay mayor concurrencia de nuestros posibles consumidores.

CAPITULO 2.

2. PLAN OPERACIONAL.

2.1. Planificación Estratégica.

2.1.1. Misión.

Trabajar arduamente para brindar un servicio personalizado, con un equipo de colaboradores altamente capacitado para elaborar el mejor producto con características de calidad, frescura e higiene y que nuestros clientes se sientan satisfechos con el mismo, además motivar al desarrollo del país otorgando puestos de trabajo.

2.1.2. Visión.

Ser un negocio altamente rentable, reconocido y de referencia en la ciudad de Cuenca por nuestros servicios, innovación y altos estándares de calidad, respetando cada principio y valor por los que se nos distingue

2.1.3. Objetivos Estratégicos.

- Lograr aceptación dentro del mercado dándonos a conocer mediante la implementación de publicidad estratégica que nos permita llegar a los consumidores y de esta manera tener una gran acogida.
- Establecer una relación sólida con nuestros clientes de manera que se mantengan fieles a nuestro producto y nos den la seguridad de que demandarán constantemente nuestros servicios.
- Trabajar arduamente para brindar un producto de gran calidad y buen sabor que con su aceptación nos permita con el tiempo implementar un local propio en la ciudad de Cuenca donde podamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

2.1.4. Principios.

- Excelencia en el producto y prestación del servicio: Ofreceremos la mejor calidad y sabor acompañado de un excelente servicio a través de un personal altamente calificado y así satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Igualdad: No habrá ningún tipo de privilegio referente al estatus social en nuestros clientes, pues atenderemos a todos ellos por igual, ofreciendo un gran servicio con el mismo trato.
- Seremos consecuentes cumpliendo con lo que ofrecemos, brindando un producto totalmente novedoso dentro de la ciudad.

2.1.5. Valores.

- **Servicio:** Nos distinguiremos por ofrecer el servicio puerta a puerta, llegando a nuestros clientes al lugar en el que nos necesitan para atenderlos con el mejor trato como ellos se lo merecen.
- **Calidad:** Nuestro producto será elaborado con los mejores estándares de higiene, dando así la confianza al cliente para preferir el consumo de nuestro producto.
- **Compromiso:** Respetaremos el trato realizado con el cliente, llegando al lugar establecido y a la hora fijada para entregar la cantidad exacta de nuestro producto con el delicioso sabor que lo caracteriza. Logrando así integridad y confianza en los consumidores.
- **Innovación:** Ofreceremos un producto distinto y novedoso preocupándonos por mejorarlo constantemente para la satisfacción de nuestros clientes.
- **Liderazgo:** “KONITO” se propone posicionarse en el mercado de la ciudad de Cuenca, llegando a convertirnos con el tiempo y esfuerzo en líderes del mercado.

2.2. Localización Óptima.

La empresa “KONITO” está dirigida a la provincia del Azuay, de una manera más directa a la ciudad de Cuenca. Hemos decidido implementar este negocio dentro de este mercado debido a que es un producto novedoso y no existente el mismo que llamará la atención de los clientes para su consumo.

Para el proyecto establecimos puntos estratégicos para la distribución de “KONITO” en donde se encuentran la mayoría de los posibles consumidores que buscan degustar este tipo de comida a un cómodo precio y buen servicio.

Factores	Peso	Centros Educativos		Eventos Sociales		Tiendas de Barrio		Islas de C.C.		Bar-Discoteca	
		Calif.	Puntaje	Calif.	Puntaje	Calif.	Puntaje	Calif.	Puntaje	Calif.	Puntaje
Concurrencia	40	9	360	8	320	5	200	9	360	6	240
Tiempo de Cobro	30	9	270	8	240	7	210	8	240	7	210
Edad	20	10	200	9	180	9	180	10	200	6	120
Comodidad	10	8	80	10	100	6	60	10	100	7	70
TOTAL	100		910		840		650		900		640

Dentro de los factores que inciden para la localización óptima del negocio establecimos de mayor a menor peso los siguientes:

- **Concurrencia:** Debido a que es muy importante el número de personas que acudan a los lugares donde va a estar distribuido el producto para que este tenga gran acogida y mayor número de venta.

- **Tiempo de cobro:** Es muy importante la agilidad de reembolso de esta manera la empresa no paralizar la producción de “KONITO” por falta de dinero para la adquisición de materia prima.
- **Edad:** Aunque nuestro producto va dirigido a personas de toda edad los mayores consumidores son gente joven y niños.
- **Comodidad:** Si bien nuestro producto puede ser consumido en cualquier lugar, sin ninguna dificultad, el cliente siempre busca lugares cómodos para deleitar con gusto el producto.

“KONITO” no va a contar con un local propio, por el contrario este va a ser distribuido en puntos estratégicos, por esta razón escogimos a las tres opciones que mayor puntaje obtuvieron, siendo estas:

- **Centros Educativos:** Debido a que en estos lugares se encuentran los mayores consumidores de nuestro producto que son los niños y jóvenes, los mismos que se inclinan a este tipo de comidas.
- **Eventos Sociales:** “KONITO” es ideal para cualquier tipo de eventos sociales como: fiestas infantiles, paseos, cumpleaños y reuniones, pues es un producto ligero y con muy buen sabor apto para comer en cualquier ocasión especial.
- **Islas de Centros Comerciales:** Es uno de los lugares estratégicos debido a que ellos ya tienen su clientela establecida, las mismas que al ver un nuevo producto con diseño innovador les llamara la atención y lo consumirán.

2.3. Tamaño Óptimo.

Los factores que influirán para determinar el tamaño de nuestro proyecto son los siguientes:

- **Demanda:** Para determinar nuestra demanda potencial realizamos un focus group dirigido a 40 personas de la ciudad de Cuenca a los cuales les hicimos probar el producto y de acuerdo a la reacción de ellos ante su diseño y sabor observamos que tendremos gran acogida por parte de los consumidores debido a que el 100% acepto “KONITO”.
- **Suministros e insumos:** El tamaño de nuestro proyecto se vera afectado por la cantidad de suministros que poseamos para elaborar y distribuir el producto, esto son: materia prima (carnes, embutidos, queso y especias), máquina para el molde de la masa, horno, buseta, empaques.
- **Tecnología:** Consideramos que este es un factor muy importante debido a que nuestro producto es nuevo en el mercado y tiene que estar en constante innovación para que mantenga su acogida, por lo tanto se debe utilizar la más alta tecnología para una mayor satisfacción del clientes.
- **Organización:** La empresa está organizada en dos turnos de trabajo de tres horas cada uno, en la mañana y en la tarde. La cocinera trabajará de 6am a 9am en el primer turno y de 1pm a 4pm en el segundo turno, el chofer-distribuidor trabajará de 9am a 12pm en el primer turno y de 4pm a 7pm en el segundo turno. Nosotras como dueñas del negocio trabajaremos en un solo turno de 8am a 6pm.
- **Financiamiento:** “KONITO” es una empresa formada por dos socias, cada una de nosotras aportará con un capital de \$ 7.000,00 y el resto de dinero lo financiaremos mediante un préstamo bancario, de esta forma se dará lugar al funcionamiento de nuestro negocio.

2.4. Proceso de Comercialización.

El canal de distribución que se utiliza para que el producto llegue de manera óptima al consumidor final es básicamente:

PRODUCTOR	→	MINORISTA	→	CONSUMIDOR FINAL
-----------	---	-----------	---	------------------

En donde, el inversor del proyecto representa al **productor**, pues nosotros somos quienes elaboraremos el producto “KONITO”; en cuanto a los **MINORISTAS**, son los puntos estratégicos en donde vamos a distribuir nuestro producto, es decir, eventos sociales (fiestas infantiles, cumpleaños, paseos), centros educativos (escuelas, colegios y universidades) e islas en centros comerciales; el **Consumidor final**, es decir, nuestro mercado meta está ubicado en la ciudad de Cuenca y son todas aquellas personas que degustarán el producto.

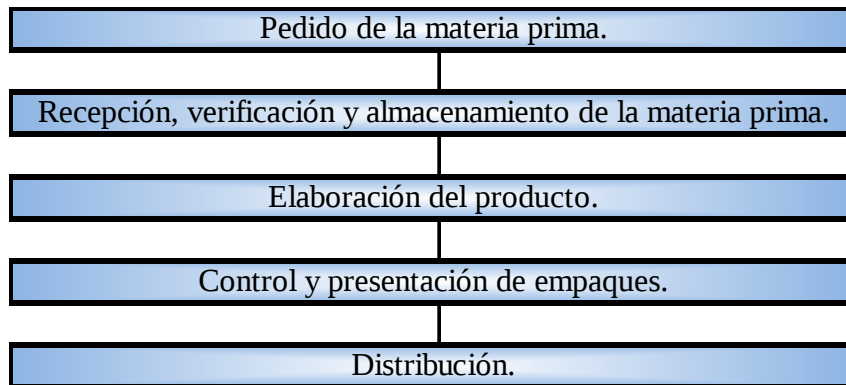
La empresa no cuenta con un local para la atención directa al consumidor final, la elaboración del producto se realizará en nuestro propio hogar. Nuestro servicio se caracteriza por la entrega a domicilio del producto en los puntos de venta previamente establecidos. Cabe mencionar que para la comercialización y distribución se utilizará un vehículo en donde se podrá ofrecer los diferentes tipos de “KONITO”, permitiendo repartirles a los minoristas de una manera eficiente.

El flujograma a seguirse para un mejor funcionamiento y control interno así como para una alta satisfacción del cliente al momento de su compra se basará en los siguientes pasos:

Flujograma Interno

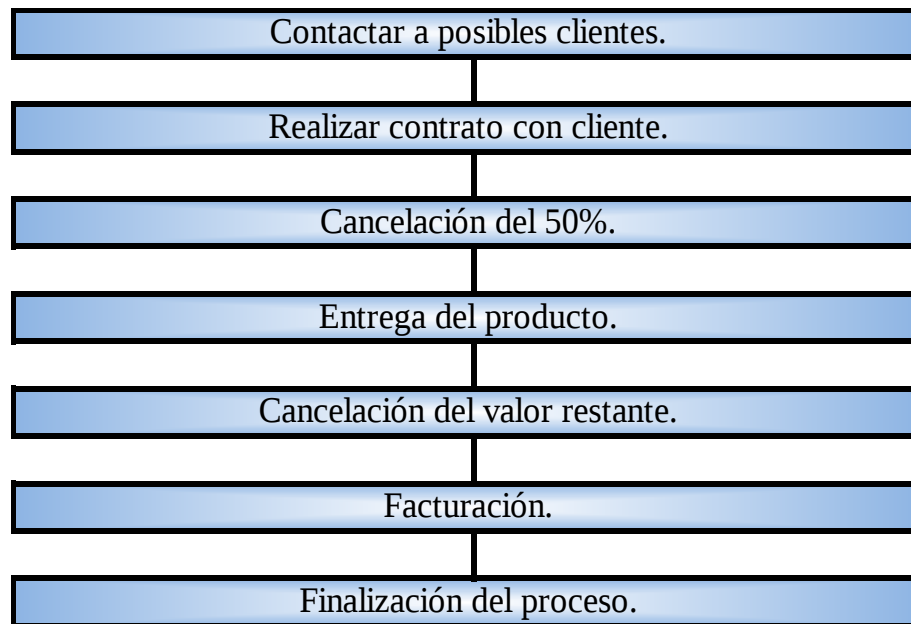
1. Pedido de materia prima, en función del número mínimo de stock establecido, dependiendo de cada uno de los tipos de “KONITO”, el cual se verificará a través de inventario y el flujo de información obtenida del sistema contable automatizado del local. El tiempo de entrega del pedido tiene como mínimo un día y como máximo dos.

2. Recepción, verificación y almacenamiento de la materia prima.
3. Elaboración del producto, cumpliendo los estándares de calidad e higiene.
4. Control de presentación y empaques aptos para la entrega al consumidor.
5. Colocación del producto en el vehículo de distribución.



Flujograma para el cliente

1. Contactarnos con el posible cliente.
2. Realizar un contrato de entrega en donde se establezca: cantidad del producto, lugar y hora de despacho.
3. Cancelación del 50% del contrato establecido por parte del cliente.
4. Entrega del producto terminado.
5. Cancelación de la cantidad restante del contrato.
6. Facturación.
7. Finalización del proceso.



2.5. Estrategias de Comunicación.

Para impulsar nuestro producto en el mercado es de gran importancia implementar una estrategia de comunicación que permita darnos a conocer a todos los consumidores e introducirnos en la mente de nuestros clientes para lograr ser la primera opción de consumo.

Atacaremos de forma masiva en las radios con mayor rating de sintonía en la ciudad, entregaremos volantes y afiches de publicidad y promociones en lugares donde exista mayor concurrencia de nuestros posibles consumidores, es decir en centros comerciales, centro de la ciudad, centros educativos y en las calles mas transitadas de Cuenca.

Otra forma de captar la atención del cliente será ofreciendo promociones y variedad de combos que les permita consumir más de nuestro producto a menores precios.

2.6. Marco Organizacional y Legal.

2.6.1. Organigrama.



- **Función Gerencial:** Llevará la administración y contabilidad del negocio y con ayuda de la información que brinden cada uno de los departamentos se encargará de elaborar un plan de trabajo eficiente y eficaz, así, en base a este se tomará las respectivas decisiones para el mejor desarrollo de la empresa, logrando gran acogida, éxito y liderazgo en el mercado. Además la gerencia llevará un control permanente para optimizar el manejo de recursos y alcanzar de esta manera los objetivos y metas establecida por “KONITO”. Este cargo será desempeñado por una de las socias.
- **Marketing y Publicidad:** Esta función la desempeñará la otra socia de la empresa, tendrá como objetivo llegar a nuestros clientes de manera directa a través de promociones y publicidad en los distintos medios de comunicación, con el propósito de lograr gran aceptación de este nuevo producto y permitiéndonos posicionarnos en el mercado para ser la primera opción en la mente del consumidor. Se encargará también de localizar lugares estratégicos en donde distribuiremos nuestro producto y mantener relaciones solidas y duraderas con nuestros compradores; al estar al mando de la función de ventas tendrá a su cargo controlar el trabajo y desempeño del distribuidor manteniendo una relación directa con el mismo.

- **Distribución:** Esta área realizará las funciones de entrega del producto en los lugares previamente establecidos, encargándose de controlar que “KONITO” llegue a su destino en condiciones óptimas y cantidades exactas. Esta función estará a cargo de un chofer profesional que reúna los requisitos necesarios para la distribución del producto.
- **Compras:** Se encargará de realizar el proceso adecuado para la adquisición de la materia prima consiguiendo y manteniendo así los mejores proveedores, mediante la utilización de correctas estrategias negociadoras de compras en cuanto a precios, calidad y forma de pago. Esta función la desempeñará la socia que tiene a su cargo la función gerencial.
- **Producción:** Esta función estará a cargo de la elaboración de “KONITO” bajo los mejores estándares de calidad e higiene logrando un producto delicioso y exquisito. Para desempeñar las labores que requiere esta función contrataremos una persona que éste calificada para ocupar este puesto.

2.6.2. Constitución Legal.

Al tratarse de un microemprendimiento el enfoque del proyecto será de una Sociedad de Hecho, ya que para nosotras como emprendedoras que recién comenzamos esta sociedad nos resulta más sencilla porque no necesita ningún tipo de constitución, basta con los documentos de los socios y algunos datos que permitan comprobar el domicilio.

2.6.3. Permisos de Funcionamiento.

Para el funcionamiento del establecimiento debe realizarse los siguientes trámites:

- **RUC.**

Requisitos:

- Formulario RUC 01 a y RUC 01 b, suscritos por el representante legal.

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el registro mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la superintendencia de compañías.
- Original y copia de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior.
- Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción.

- **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MUNICIPIO.**

Requisitos:

- Copia de la cedula junto con el certificado de votación.
- Copia del RUC.
- Carta pago de agua, luz y alcantarillado.
- Costo de \$50.

- **PERMISO DE SANIDAD PÚBLICA.**

Requisitos:

- A todos los trabajadores se les debe realizar un examen medico en el centro de salud, el cual es gratuito y este certificado presentar a las respectivas autoridades.
- Presentar el RUC.
- Presentar el permiso de los bomberos.
- Costo de \$55.

CAPITULO 3.

3. FACTIBILIDAD FINANCIERA.

3.1. Inversión Inicial.

Para el emprendimiento de este proyecto necesitaremos invertir en activos fijos como son la maquinaria necesaria para la producción de “KONITO” y el vehículo en el cual será distribuido el mismo, de igual manera necesitamos contar con un capital de trabajo inicial que nos permita adquirir la materia prima para la elaboración del producto. Un aspecto que debemos tomar en cuenta es que necesitaremos contar con un fondo que será destinado para gastos de constitución e imprevistos que se puedan presentar para la implementación del proyecto.

Tomando en cuenta estos aspectos, nuestra inversión inicial esta distribuida de la siguiente manera:

Inversión	Valor
Activo Fijo	\$ 17.635,00
Activo Diferido	\$ 1.200,00
Capital de Trabajo	\$ 5.165,00
Inversión Total	\$ 24.000,00

3.2. Financiamiento.

Para este emprendimiento las dos socias del negocio aportaremos con un capital de \$7.000 cada una y al ser la inversión de \$24.000 la cantidad restante la obtendremos mediante financiamiento. Contando con todo el capital necesario tanto propio como financiado, este será distribuido así:

Inversión	Valor Propio	Valor Financiado
Activo Fijo	\$ 10.135,00	\$ 7.500,00
Activo Diferido	\$ 1.200,00	\$ -
Capital de Trabajo	\$ 2.665,00	\$ 2.500,00
Total	\$ 14.000,00	\$ 10.000,00

3.3. Amortización del Préstamo.

El financiamiento para iniciar con nuestro emprendimiento lo realizaremos mediante un préstamo bancario a cinco años, creemos que este plazo es conveniente y que se podría asegurar el cumplimiento de esta obligación mediante los ingresos que obtengamos del proyecto.

El monto a ser financiado es de \$10.000 a una tasa de interés del 15,96% anual; al ser el periodo de pago de cinco años la cuota anual que se debe cancelar al banco será de \$3.051,24 lo que nos da un pago mensual de \$254,27 siendo este un valor cómodo de cubrir que no afecta al desarrollo de la operación de la empresa.

La tabla de amortización de nuestro préstamo es la siguiente:

Año	Valor	Interés	Pago	Capital	Saldo
1	\$ 10.000,00	\$ 1.596,00	\$ 3.051,24	\$ 1.455,24	\$ 8.544,76
2	\$ 8.544,76	\$ 1.363,74	\$ 3.051,24	\$ 1.687,50	\$ 6.857,25
3	\$ 6.857,25	\$ 1.094,41	\$ 3.051,24	\$ 1.956,83	\$ 4.900,42
4	\$ 4.900,42	\$ 782,10	\$ 3.051,24	\$ 2.269,14	\$ 2.631,28
5	\$ 2.631,28	\$ 419,95	\$ 3.051,24	\$ 2.631,29	\$ (0,00)

3.4. Depreciación.

Para la elaboración de “KONITO” se necesita una amasadora que permita realizar la mezcla de los ingredientes necesarios para la masa del producto, esta amasadora tiene un precio de mercado de \$452,00 y una vida útil de diez años.

Para la pre fabricación de la masa en forma de cono se requiere de una maquina especialmente diseñada para su elaboración, esta maquina está construida de acero inoxidable, consta de 4 bases de conos y produce de 80 a 120 conos por hora; su costo es de \$8.333,00 y tiene una vida útil de 10 años.

Una vez elaborada la masa de “KONITO” se procede a colocar los diferentes rellenos y a continuación se necesita de un horno para finalizar su producción el mismo que tiene un costo de \$350,00 y una vida útil de 10 años.

Para mantener toda la materia prima fresca es indispensable la obtención de una refrigeradora, esta tiene un costo de \$400,00 y una vida útil de 10 años.

En todo el proceso de elaboración de “KONITO” se necesita de utensilios de cocina como: recipientes, espátulas, cuchillos, tazas, etc. El costo aproximado de los mismos es de \$200,00 y tienen una vida útil de 10 años.

Para la distribución del producto a nuestros diferentes puntos de venta contaremos con una buseta repartidora que tiene un costo de \$7.300,00 y una vida útil de 5 años.

Contaremos con una computadora para la administración y contabilidad del proyecto, esta tiene un costo de \$600,00 y una vida útil de 3 años.

De acuerdo a todos estos activos procedemos a realizar la depreciación mediante el método lineal, obteniendo así los siguientes cuadros:

Depreciación para los Costos de Producción.				
Articulo	Valor de Adquisición	% de Depreciación	Depreciación Mensual	Depreciación Anual
Maquina "KONITO"	\$ 8.333,00	10%	\$ 69,44	\$ 833,30
Horno	\$ 350,00	10%	\$ 2,92	\$ 35,00
Refrigeradora	\$ 400,00	10%	\$ 3,33	\$ 40,00
Amasadora	\$ 452,00	10%	\$ 3,77	\$ 45,20
Utensilios de Cocina	\$ 200,00	10%	\$ 1,67	\$ 20,00
Total				\$ 973,50

El total de gastos de depreciación por año de los activos que intervienen directamente en la producción será de \$973,50 durante 10 años que es el tiempo de vida útil de estos activos.

Depreciación para los Gastos Administrativos.				
Articulo	Valor de Adquisición	% de Depreciación	Depreciación Mensual	Depreciación Anual
Computadora	\$ 600,00	33%	\$ 16,50	\$ 198,00
Total				\$ 198,00

El total de gastos de depreciación por año del activo que interviene en los gastos administrativos es de \$198,00 durante 3 años que es la vida útil de la computadora.

Depreciación para los Gastos de Venta.				
Artículo	Valor de Adquisición	% de Depreciación	Depreciación Mensual	Depreciación Anual
Vehículo	\$ 7.300,00	20%	\$ 121,67	\$ 1.460,00
Total				\$ 1.460,00

El total de gastos de depreciación por año del activo que interviene en los gastos de venta es de \$1.460,00 durante 5 años que es la vida útil del vehículo.

3.5. Ingresos.

El precio de venta al mercado del producto “KONITO” será de \$1,50; tomando en cuenta nuestra capacidad instalada y el mercado al que nos vamos a dirigir produciremos 300 “KONITOS” de lunes a viernes y 300 más entre sábado y domingo, lo que nos da una producción mensual de 7.200 “KONITOS” y anual de 86.400, dándonos los siguientes ingresos:

Precio Unitario	Cantidad Mensual	Ingreso Mensual	Cantidad Anual	Ingreso Anual
\$ 1,50	7200	\$ 10.800,00	86400	\$ 129.600,00

3.6. Costos de Producción.

Dentro de los costos de producción consideraremos toda la materia prima, equipos y accesorios, servicios básicos y mano de obra directa necesarios para la elaboración de “KONITO”; así también se consideraran los costos de embases y empaque para su presentación.

3.6.1. Materia Prima.

Para la elaboración de “KONITO” primero se requiere elaborar una masa en forma de cono en la cual se necesita como ingredientes: harina, leche, levadura, sal y aceite; para el relleno se requiere de: queso mozzarella, pasta de tomate, orégano y diferentes embutidos, carne o pollo.

A continuación detallaremos las cantidades a utilizar para la elaboración de un “KONITO” con sus costos respectivos:

Materia Prima	Cantidad por Unidad	Costo por Unidad	Consumo por Día	Consumo Anual	Costo Total Anual
Harina	1,5 onz	\$ 0,09	450onz	129600onz	\$ 7.776,00
Leche	0,9onz	\$ 0,02	270onz	77760onz	\$ 1.728,00
Levadura	0,15onz	\$ 0,02	45onz	12960onz	\$ 1.728,00
Sal	0,1onz	\$ 0,00	30onz	8640onz	\$ 86,40
Aceite	0,08onz	\$ 0,01	24onz	6912onz	\$ 432,00
Pasta de Tomate	1 onz	\$ 0,15	300onz	86400onz	\$ 12.960,00
Embutido o Carne	2 onz	\$ 0,22	600onz	172800onz	\$ 19.008,00
Queso Mozzarella	1,25 onz	\$ 0,28	375onz	108000onz	\$ 24.192,00
Orégano	0,15 onz	\$ 0,03	45onz	12960onz	\$ 2.592,00
Total		\$ 0,816			\$ 70.502,40

El costo total anual al que se incurrirá para la materia prima es de \$70.502,40, este valor es obtenido considerando los costos y cantidades unitarias de cada uno de los ingredientes necesarios para la producción y en base a la cantidad de “KONITOS” que elaboraremos por año, que es de 86.400.

3.6.2. Embase y Empaque.

Una vez elaborado el “KONITO” necesitaremos de un embase por unidad que le de realce al diseño y comodidad para su consumo, de igual manera para distribuir el producto este irá empacado en una caja de cartón diseñada para llevar 20 “KONITOS”.

Insumo	Cantidad por unidad	Costo por unidad	Consumo diario	Consumo anual	Costo Total Anual
Cono embase papel	1	\$ 0,02	300	86400	\$ 1.728,00
Caja de cartón	0,05	\$ 0,042	15	4320	\$ 3.628,80
Cartulina (Tapa)	0,025	\$ 0,0075	7,5	2160	\$ 648,00
Total		\$ 0,07			\$ 6.004,80

El costo total por año a utilizar en el consumo de embases y empaques es de \$6.004,80, considerando que el precio del cartón donde se empaican los “KONITOS” es de \$0,84 y el precio del pliego de cartulina que servirá para la elaboración de 4 tapas es de \$0,30, estos costos se obtienen con una producción de 86.400 “KONITOS” por año.

3.6.3. Mano de Obra Directa.

Dentro de la mano de obra directa para la producción de “KONITO” necesitamos de una cocinera quien será la encargada de la elaboración del mismo. Obteniendo así el siguiente costo:

Mano de Obra	Costo Mensual	Costo Anual
Cocinera	\$ 265,00	\$ 3.180,00

La cocinera percibirá una cantidad mensual de \$265,00 que representa el salario básico en el Ecuador, dándonos así un costo total anual en mano de obra directa para la producción de 86.400 “KONITOS” de \$3.180,00.

3.6.4. Gastos de Fabricación.

Dentro de estos gastos estarán considerados todos los desembolsos necesarios para llevar a cabo la producción; entre los que tenemos:

3.6.4.1. Materiales y Suministros.

Para un servicio de calidad es importante mantener el lugar de trabajo bajo las respectivas normas de higiene, por lo que es necesario considerar dentro de los costos aquellos destinados a la limpieza y mantenimiento del lugar entre ellos: guantes, mandiles, desinfectantes y detergente.

Materiales y Suministros	Costo Mensual	Costo Anual
Guantes de latex	\$ 9,00	\$ 108,00
Mandiles	\$ 7,00	\$ 84,00
Desinfectante	\$ 3,00	\$ 36,00
Detergente	\$ 2,00	\$ 24,00
Total	\$ 21,00	\$ 252,00

Los costos totales anuales referentes a materiales y suministros en los que incurrimos al año son de \$252,00.

3.6.4.2. Servicios Básicos.

Los servicios básicos que utilizaremos para la producción de “KONITOS” y operación del negocio serán los siguientes:

Servicios Básicos	Costo Mensual	Costo Anual
Luz	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
Teléfono	\$ 12,00	\$ 144,00
Total	\$ 77,00	\$ 924,00

Al no contar con una instalación de atención directa al cliente los servicios básicos que utilizaremos tendrán un costo anual bajo de \$924,00.

En donde el consumo de la luz en su mayor parte será destinada para la utilización de la maquina, horno, refrigeradora; el agua para la higiene, limpieza de los utensilios de cocina y materia prima; y el teléfono para contactarnos con nuestros proveedores y clientes.

3.6.4.3. Gastos de Depreciación para los costos de Producción.

Para la elaboración de “KONITO” es indispensable contar con el equipo necesario que nos permita preparar un producto de calidad y buen sabor siendo estos: máquina para elaborar la masa, horno, refrigeradora, amasadora y utensilios de cocina.

Gastos de Depreciación	Costo Mensual	Costo Anual
Depreciación Horno	\$ 2,92	\$ 35,00
Depreciación Máquina "KONITO"	\$ 69,44	\$ 833,30
Depreciación Refrigeradora	\$ 3,33	\$ 40,00
Depreciación Amasadora	\$ 3,77	\$ 45,20
Depreciación Utensilios de Cocina	\$ 1,67	\$ 20,00
Total	\$ 81,13	\$ 973,50

El costo total anual de gastos de depreciación de los activos que intervienen en la producción suman la cantidad de \$973,50.

3.6.4.4. Cuadro Resumen de Gastos de Fabricación.

Resumen de Gastos de Fabricación		
Detalle	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Materiales y Suministros	\$ 21,00	\$ 252,00
Servicios Básicos	\$ 77,00	\$ 924,00
Gastos de Depreciación	\$ 81,13	\$ 973,50
Total	\$ 179,13	\$ 2.149,50

Los gastos de fabricación anuales en los que incurriremos son de \$2.149,50.

3.6.5. Cuadro Resumen de Costos de Producción.

Resumen de Costos de Producción		
Detalle	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Materia Prima	\$ 5.875,20	\$ 70.502,40
Embase y Empaque	\$ 500,40	\$ 6.004,80
Mano de Obra Directa	\$ 265,00	\$ 3.180,00
Gastos de Fabricación	\$ 179,13	\$ 2.149,50
Total	\$ 6.819,73	\$ 81.836,70

De acuerdo a todos los costos de producción anual en los que incurriremos nos dan un total de \$81.836,70, tomando en cuenta que la producción de “KONITOS” anual es de 86.400 obtenemos un costo unitario de producción de \$0,95.

3.7. Gastos Administrativos.

Consideraremos gastos administrativos todos aquellos que serán destinados a la operación y desarrollo del negocio, siendo estos: suministros y equipos de oficina; y sueldos de los empleados que no intervienen en la producción directa del producto “KONITO”.

Dentro de los suministros se encuentran la papelería en general que se necesitarán para la impresión de facturas, cotizaciones e información en general del negocio; los equipos de oficina que se utilizarán es la computadora que nos servirá para manejar el sistema que llevará la contabilidad del negocio y mantener un respaldo de la base de datos de nuestros clientes y proveedores.

En los gastos administrativos también va destinado el sueldo del socio que desempeña la función gerencial y tendrá una remuneración de \$800,00 mensual.

Gastos Administrativos		
Detalle	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Suministros de Oficina		
Papelería en General	\$ 8,00	\$ 96,00
Gastos de Depreciación (Administrativos)		
Depreciación de la computadora	\$ 16,50	\$ 198,00
Sueldos		
Administrador 1	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Total	\$ 824,50	\$ 9.894,00

Los gastos administrativos totales que se realizarán por año para la operación del negocio suman una cantidad de \$9.894,00.

3.8. Gastos de Venta.

Estos comprenden los gastos relacionados directamente con la venta y entrega de “KONITO”, para esto consideraremos los gastos de publicidad y distribución.

Para la venta del producto es necesario incurrir en gastos que nos permitan darnos a conocer y tener acogida en el mercado mediante la implementación de estrategias de publicidad.

Además para la entrega de “KONITO” a los diferentes clientes contaremos con una buseta repartidora por lo que se debe tomar también en cuenta el mantenimiento y combustible del mismo.

Dentro de estos gastos también se consideran los sueldos de la socia encargada de la función de marketing y publicidad quien percibirá una remuneración de \$600,00 mensuales y el sueldo del distribuidor el mismo que cumplirá con la función de entrega del producto a los clientes y recibirá el salario básico de \$265,00 mensuales.

Gastos de Venta		
Detalle	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Publicidad		
Publicidad en Medios de Comunicación	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Distribución		
Mantenimiento de l vehículo	\$ 20,00	\$ 240,00
Combustible	\$ 60,00	\$ 720,00
Gastos de Depreciación (Ventas)		
Depreciación del Vehículo	\$ 121,67	\$ 1.460,00
Sueldos		
Administrador 2	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Distribuidor	\$ 265,00	\$ 3.180,00
Total	\$ 1.316,67	\$ 15.800,00

Los gastos de venta totales que se realizarán por año suman una cantidad de \$15.800,00.

3.9. Flujo de Caja.

El flujo de caja lo hemos proyectado con un crecimiento anual del 2% para 5 años que es el tiempo estimado del proyecto, obteniendo así los siguientes resultados:

Flujo de Caja					
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 129.600,00	\$ 132.192,00	\$ 134.835,84	\$ 137.532,56	\$ 140.283,21
-Costo de Producción (Sin depreciación)	\$ 80.863,20	\$ 82.480,46	\$ 84.130,07	\$ 85.812,67	\$ 87.528,93
-Gastos Administrativos (Sin depreciación)	\$ 9.696,00	\$ 9.889,92	\$ 10.087,72	\$ 10.289,47	\$ 10.495,26
-Gastos de Venta (Sin depreciación)	\$ 14.340,00	\$ 14.626,80	\$ 14.919,34	\$ 15.217,72	\$ 15.522,08
=Remanente Generado por la Explotación	\$ 24.700,80	\$ 25.194,82	\$ 25.698,71	\$ 26.212,69	\$ 26.736,94
-Gastos por Interés	\$ 1.596,00	\$ 1.363,74	\$ 1.094,41	\$ 782,10	\$ 419,95
=Utilidad antes de Impuestos	\$ 23.104,80	\$ 23.831,07	\$ 24.604,30	\$ 25.430,59	\$ 26.316,99
-T (0,3625) x UAI	\$ 8.375,49	\$ 8.638,76	\$ 8.919,06	\$ 9.218,59	\$ 9.539,91
=Remanente generado por la Explotación Neta	\$ 14.729,31	\$ 15.192,31	\$ 15.685,24	\$ 16.212,00	\$ 16.777,08
-Pago de Capital	\$ 1.455,24	\$ 1.687,50	\$ 1.956,83	\$ 2.269,14	\$ 2.631,29
+Valor de Desecho					\$ 4.867,50
=Flujo de Caja	\$ 13.274,07	\$ 13.504,81	\$ 13.728,41	\$ 13.942,86	\$ 19.013,29

Esta proyección de flujo de caja nos muestra que es un proyecto rentable pues al obtener flujos positivos en los 5 años de vida del negocio esto constituye un indicador importante que la empresa tendrá liquidez durante todo este periodo.

Además podemos observar que las entradas de dinero que ingresan a la empresa por su actividad productiva son mayores a las salidas de dinero que se dan por gastos y costos de operación más el servicio de la deuda, lo que permite que exista un crecimiento de la empresa cada año.

Al final del quinto año se considera un valor de desecho que representa el monto de depreciación de los activos que tiene una vida útil mayor a cinco años.

3.10. VAN y TIR.

Para el cálculo del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno se debe considerar la inversión inicial que es de \$24.000,00; así también la tasa de descuento será de 26%, consideramos este valor de acuerdo al costo de oportunidad mínimo esperado por nosotras como inversionistas del proyecto y tomando en cuenta la inflación y el riesgo.

Flujos de Caja				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 13.274,07	\$ 13.504,81	\$ 13.728,41	\$ 13.942,86	\$ 19.013,29

Inversion	\$ (24.000,00)
Tasa Dcto.	26,00%
VAN	\$ 13.423,09
TIR	50,47%

Al obtener un VAN positivo de \$13.423,09 nos indica que nuestro proyecto es rentable por lo tanto se acepta la implementación del mismo y lo más importante, nos muestra que la utilidad neta que obtendremos es mayor que el pago de las deudas, quedándonos así un remanente libre de pagos, egresos e impuestos.

La TIR nos indica que la tasa interna de retorno de la inversión para cinco años dado los respectivos flujos será de 50,47% esto es llamativo para los inversores pues al ser mayor a la tasa de descuento representa una atractiva tasa de rentabilidad.

3.11. Pay Back.

Para calcular el tiempo de recuperación de la inversión inicial aplicaremos la siguiente fórmula:

Pay Back =	N años enteros previos a la recuperación total de la Inversión	+	(Monto que falta por recuperar / Flujo de Efectivo del año que se recupera la inversión en su totalidad)
-------------------	--	---	--

Pay Back =	1 + \$ 10.725,93 / \$ 13.504,81
-------------------	---------------------------------

Pay Back =	1,79
-------------------	------

Al obtener un Pay Back de 1,79 nos indica que recuperaremos la inversión en el lapso de 1 año y 9 meses, lo que representa una pronta recuperación de la inversión haciendo llamativa ante los inversores y viable la implementación de este proyecto.

3.12. Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado.

Este estado financiero nos mostrara tanto los ingresos, costos y gastos que el proyecto incurrirá durante un periodo de cinco años, para así poder determinar la utilidad neta que nos brinda este emprendimiento.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 129.600,00	\$ 132.192,00	\$ 134.835,84	\$ 137.532,56	\$ 140.283,21
-Costo de Producción	\$ 81.836,70	\$ 83.473,43	\$ 85.142,90	\$ 86.845,76	\$ 88.582,68
=Utilidad Bruta	\$ 47.763,30	\$ 48.718,57	\$ 49.692,94	\$ 50.686,80	\$ 51.700,53
-Gastos de Venta	\$ 15.800,00	\$ 16.116,00	\$ 16.438,32	\$ 16.767,09	\$ 17.102,43
-Gastos Administrativos	\$ 9.894,00	\$ 10.091,88	\$ 10.293,72	\$ 10.499,59	\$ 10.709,58
=Utilidad Operacional	\$ 22.069,30	\$ 22.510,69	\$ 22.960,90	\$ 23.420,12	\$ 23.888,52
-Intereses	\$ 1.596,00	\$ 1.363,74	\$ 1.094,41	\$ 782,10	\$ 419,95
=Utilidad antes de repartición Utilidades	\$ 20.473,30	\$ 21.146,94	\$ 21.866,49	\$ 22.638,02	\$ 23.468,57
-15% de repartición utilidades	\$ 3.071,00	\$ 3.172,04	\$ 3.279,97	\$ 3.395,70	\$ 3.520,29
=Utilidad antes del impuesto	\$ 17.402,31	\$ 17.974,90	\$ 18.586,52	\$ 19.242,32	\$ 19.948,28
-25% Impuesto a la renta	\$ 4.350,58	\$ 4.493,73	\$ 4.646,63	\$ 4.810,58	\$ 4.987,07
=Utilidad Neta	\$ 13.051,73	\$ 13.481,18	\$ 13.939,89	\$ 14.431,74	\$ 14.961,21

Hemos proyectado el Estado de Pérdidas y Ganancias para 5 años estimando un crecimiento anual del 2%, así podemos ver que en todos estos años obtenemos utilidad a pesar de que se incrementen los costos pues se espera un crecimiento relativo de las ventas. Al ser los ingresos de operación mayores que los costos y gastos en todos los años, el proyecto genera resultados positivos crecientes en el periodo.

CONCLUSIONES.

El estudio elaborado muestra que el emprendimiento relacionado con la introducción en el mercado de Cuenca del producto “KONITO” es un proyecto viable.

Desde el punto de vista del mercado se pudo observar de acuerdo a los resultados del focus group que el 100% de los encuestados dan aceptación al producto y estarían dispuestos a consumirlo de manera frecuente; un aspecto de gran importancia que nos permitió observar la aplicación de este método es que a las personas les llamó la atención el diseño del producto demostrando así su acogida incluso antes de probarlo.

Con respecto al punto de vista económico los análisis nos demuestran que es un proyecto factible ya que cuenta con una atractiva tasa de rentabilidad de 50,47%, que al ser mayor a la tasa de descuento de 26% lo hace atractivo para los inversores pues ellos podrán obtener una rentabilidad mayor a la esperada.

El VAN positivo de \$13.423,09 indica que es recomendable que el proyecto sea aceptado, pues la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida y además nos demuestra que el proyecto crea valor.

Otro punto a favor es que tenemos como resultado un cómodo flujo de caja en la que nos indica que los ingresos son mayores a los egresos de operación más el servicio de la deuda, de esta manera el proyecto contará con liquidez lo que favorece la operación de sus actividades sin que se presente problemas de falta de dinero en efectivo.

Otro indicador que confirma la bondad del proyecto es que la inversión será recuperada en un periodo de 1 año y 9 meses considerado un tiempo favorable pues los inversores al ver el pronto tiempo de recuperación querrán ser parte del proyecto.

En consideración a la naturaleza del negocio y al bajo nivel de inversión requerido concluimos que es posible la implementación del mismo pues nos brinda utilidades y crecimiento dentro del mercado lo que hace llamativo a nuevos inversores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y **LINKOGRÁFICAS.**

Referencias Bibliográficas:

- Administración Exitosa de Proyectos. Editorial Thompson, México. Año de Edición 2003.
 - **Autores:** Jack Guido, James P. Clements.
- Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Thompson, México. Año de Edición 2004.
 - **Autores:** Abraham Hernández Hernández, Abraham Hernández Villalobos y Alejandro Hernández Suarez.

Referencias Linkográficas:

- www.sri.gob.ec
- www.gestiopolis.com

ANEXOS



ENCUESTA

Edad _____

1. ¿Fue de su agrado “KONITO”?

Si ☐

No ☐

2. Si volvería a consumir “KONITO” ¿Con que frecuencia lo haría por semana?

- 1 vez por semana _____
- 2 veces por semana _____
- 3 veces por semana _____
- Otra _____

Indique la cantidad por semana.



ENCUESTA

Edad _____

1. ¿Fue de su agrado “KONITO”?

Si ☐

No ☐

2. Si volvería a consumir “KONITO” ¿Con que frecuencia lo haría por semana?

- 1 vez por semana _____
- 2 veces por semana _____
- 3 veces por semana _____
- Otra _____

Indique la cantidad por semana.