



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA
DE SÁNDUCHES CON INGREDIENTES A ELECCIÓN SÁNDUCHES QUIS

MONOGRAFIA PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE: INGENIERO
COMERCIAL

AUTOR:

PAOLA SUSANA MÉNDEZ PÉREZ

PRISCILA FERNANDA SARMIENTO BRITO

DIRECTOR:

ING. FRANCISCO AMPUERO VELASQUEZ

CUENCA, ECUADOR

2012

Las opiniones vertidas en este documento académico son de exclusiva
responsabilidad de las autoras

Priscila Sarmiento

Paola Méndez

DEDICATORIA:

Este trabajo va dedicado a mis padres por todo el apoyo brindado, a mi familia y amigos, y de manera especial a Dios, porque sin él, no habría nada.

Paola Susana Méndez

DEDICATORIA:

Este trabajo lo dedico a Dios por todas las bendiciones, a mi familia por el apoyo incondicional durante todos estos años; de manera especial a mi Abuelita Chabu: a todas y cada una de las personas que están en mi vida, contribuyendo con experiencias que son enseñanzas diarias para mí.

Priscila Sarmiento Brito

AGRADECIMIENTO:

Queremos agradecer a Dios, a la Universidad del Azuay porque nos permitió formarnos y desarrollarnos con valores éticos y morales que nos servirán en nuestra vida profesional.

Además queremos agradecer de manera especial al Ing. Francisco Ampuero por su tiempo y apertura para la realización de este proyecto, que de manera desinteresada colaboro con nosotras.

PRISCILA Y PAOLA

INDICE DE CONTENIDOS

Contenido

DEDICATORIA:	i
DEDICATORIA:	ii
AGRADECIMIENTO:	iii
INDICE DE CONTENIDOS	iv
INDICE DE ILUSTRACIONES Y GRAFICOS	ix
RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	xi
ABSTRACT	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
INTRODUCCION	1
DESCRIPCION DE LA EMPRESA	2
Generalidades	2
Antecedentes	2
Análisis del proyecto.....	3
Tipo del proyecto	3
Sector Económico.....	3
Clasificación Ambiental	4

Fuentes de Financiamiento.....	5
Duración del Proyecto	5
FILOSOFIA ESTRATEGICA DE LA EMPRESA	6
Valores Corporativos	6
Misión	7
Visión.....	7
Objetivos Estratégicos	7
ESTUDIO DE MERCADO	8
Resultados de la investigación de mercado	12
Análisis del producto	12
Determinación del Producto	12
Clasificación.....	12
Unidad de medida	12
Descripción del Producto.....	13
Análisis de la demanda	15
Determinación de la cobertura de Mercado.....	15
Proyección de la Demanda	16
Demanda y Oferta	16

Demanda Insatisfecha.....	17
Proyección de la Oferta.....	17
Análisis de la competencia.....	18
Determinar la cobertura.....	18
Análisis Cualitativo	21
Análisis Cuantitativo	22
Análisis de precio	22
Análisis de comercialización.....	23
Análisis FODA.....	23
Análisis interno.....	24
Análisis Externo.....	25
Análisis de Michael Porter.....	26
Competidores actuales	26
Competidores potenciales	27
Proveedores	27
Clientes.....	27
Productos Sustitutos	27
Estrategias de Marketing	28

Políticas y Estrategias.....	28
4P's.....	28
Métodos.....	30
ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	31
Estudio Técnico.....	31
Análisis de los procesos de producción.....	32
Procesos (flujo grama).....	33
Análisis de recursos.....	34
Análisis de tamaño.....	35
• Capacidad instalada (Óptima).....	35
Análisis de localización.....	35
Estudio Organizacional y Legal.....	39
Administración.....	39
Estructura organizacional.....	39
Organigrama.....	42
Tipo de sociedad.....	42
Estudio Económico - Financiero.....	44
Análisis Económico.....	44

Valoración Física	44
Recursos Tecnológicos	44
Recursos Materiales	44
Análisis de Inversiones	45
Análisis de Financiamiento	46
Análisis de Ingresos.....	47
Análisis de Egresos.....	48
Análisis de Rentabilidad.....	49
Estados Financieros	50
Balance general.....	50
Estado de Resultados	51
Ratios Financieros.....	52
Medidas de liquidez	53
CRONOGRAMA	57
CONCLUSIONES DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN	58
RECOMENDACIONES	58
BIBLIOGRAFIA.....	59

INDICE DE ILUSTRACIONES Y GRAFICOS

ILUSTRACIÓN 1: LOGO DE LA EMPRESA	1
ILUSTRACIÓN 2: CICLO DE VIDA	5
ILUSTRACIÓN 3: POBLACIÓN	10
ILUSTRACIÓN 4: TAMAÑO MUESTRAL	11
ILUSTRACIÓN 5: ALTERNATIVAS DE INGREDIENTES	14
ILUSTRACIÓN 6: CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA	15
ILUSTRACIÓN 7: PREFERENCIA DE CONSUMO	15
ILUSTRACIÓN 8: COMPETENCIA	18
ILUSTRACIÓN 9: LOGOS DE COMPETENCIA	19
ILUSTRACIÓN 10: PRECIOS	19
ILUSTRACIÓN 11: PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	20
ILUSTRACIÓN 12: INGREDIENTES	20
ILUSTRACIÓN 13: MARCA	20
ILUSTRACIÓN 14: ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA COMPETENCIA.....	21
ILUSTRACIÓN 15: ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA COMPETENCIA.....	22
ILUSTRACIÓN 16: PREFERENCIA DE PRECIOS	23
ILUSTRACIÓN 17: FODA DE LA EMPRESA	24
ILUSTRACIÓN 18: 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER	26
ILUSTRACIÓN 19: FLUJOGRAMA	33
ILUSTRACIÓN 20: UBICACIÓN – CENTRO HISTÓRICO.....	36
ILUSTRACIÓN 21: UBICACIÓN – REMIGIO CRESPO.....	36
ILUSTRACIÓN 22: UBICACIÓN – ZONA ROSA	37
ILUSTRACIÓN 23: UBICACIÓN - UDA.....	37
ILUSTRACIÓN 24: LOCAL.....	38
ILUSTRACIÓN 25: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	38
ILUSTRACIÓN 26: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	42

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: FORMATO DE LA ENCUESTA	60
ANEXO 2: TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS	62

RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Este trabajo muestra un plan de negocios del emprendimiento; de una empresa que se dedicara a la elaboración y venta de sánduches con ingredientes a elección en la ciudad de Cuenca.

Sánduches Quis, tiene como objetivo brindar una alternativa de comida rápida en donde el cliente elabore un sánduche a su gusto, dando la mayor satisfacción por su calidad, servicio y variedad; así como generar fuentes de trabajo y aumentar la rentabilidad de la inversión de los socios, al momento de posicionarse en el mercado local.

Nos hemos planteado realizar un estudio de mercado, técnico, económico – financiero para analizar la viabilidad y los parámetros que necesitamos para la implementación de nuestra empresa.

ABSTRACT

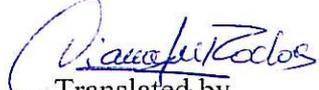
This research project presents a business plan for a company that will produce and sale sandwiches elaborated with ingredients chosen by the customers in the city of Cuenca.

The goal of "Quis Sandwiches" is to provide a new food alternative where the customer can create his/her own sandwich. This way we will deliver higher customer satisfaction due to the quality, service and variety of the product. Also, we will generate employment sources and improve the investors profit once the product is positioned in the local market.

Our purpose is to carry out a market study, a technical and economical-financial study in order to analyze the project's viability and revise the parameters for the implementation of our company.



UNIVERSIDAD DE
AZUAY
DPTO. IDIOMAS



Translated by,
Diana Lee Rodas

PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE SÁNDUCHES CON INGREDIENTES A ELECCIÓN SÁNDUCHES QUIS

RESUMEN EJECUTIVO

Sánduches Quis, tiene como objetivo brindar una alternativa de comida rápida en donde el cliente elabore un sánduche a su gusto, dando la mayor satisfacción por su calidad, servicio y variedad; así como generar fuentes de trabajo y aumentar la rentabilidad de la inversión de los socios.

Con los resultados obtenidos, el lugar de preferencia para los clientes es en sector de la calle Remigio Crespo con una aceptabilidad del 42%; este dato nos beneficia, porque el local que da el socio como aporte en la constitución de la empresa se encuentra por el sector de la Av. Remigio Crespo, exactamente en la calle Remigio Romero en el Edificio "Alborada"

La inversión de esta empresa es la siguiente:

Activo	Valor Adquisición
Caja Registradora	\$ 650,00
Plancha Freidora	\$ 580,00
Refrigeradora	\$ 650,00
Distribuidor de Bebidas	\$ 120,00
Total Inv. Act. Fijos	\$ 2.000,00

Inversiones Fijas	\$ 2.000,00
Inversión Inicial de Capital de Trabajo	\$ 2.000,00
Inversión Total del Proyecto	\$ 4.000,00

FLUJOS DE CAJA

	AÑOS	0	1	2	3	4
INVERSION ACT. FIJOS		-\$2.000				
= FLUJO EFECTIVO NETO		-\$2.000	\$1.525,54	\$1.766,01	\$1.969,29	\$1.460,64

VAN = \$ 84,17

TIR = 73,69%

El valor del VAN es positivo, lo cual indica que el proyecto genera flujos que van a recuperar toda la inversión, y además el proyecto genera ganancias, que es lo que se está buscando.

La Capacidad instalada es de **6 Sánduches** por hora, aproximadamente.

Estrategias Diferenciadoras

- Nos enfocaremos en la atención al cliente, interacción personalizada.
- Minimizar el tiempo de elaboración, venta y despacho del sánduche.
- Fortalecer las áreas administrativas para potenciar las ventas
- Ofrecemos 20 ingredientes a elección del cliente
- El cliente sabe como desea su sánduche y el precio final del mismo

Para ampliar el negocio buscaremos alternativas de servicio a domicilio, venta mediante llamadas, mensajes de texto o Black Berry Messenger, donde se envía fotos de los ingredientes al consumidor y él elige y nos manda la orden.

La publicidad será de boca en boca, nos mostramos conforme porque tenemos la convicción de que nuestra idea de negocio se posicionara rápidamente en el mercado Cuencano.

INTRODUCCION



Ilustración 1: Logo de la empresa

“PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE SÁNDUCHES CON INGREDIENTES A ELECCIÓN SÁNDUCHES QUIS”

En la ciudad de Cuenca existen varios restaurantes de comida rápida que en su mayoría satisfacen las necesidades inmediatas de los consumidores; es así que nace Sánduches “QUIS” una nueva idea de comida rápida que se combine con un servicio personalizado por la manera de preparación innovadora.

Nuestro grupo de investigación mediante la realización de este Plan de Negocios, determinará las características que debe tener nuestro producto para la satisfacción de los futuros clientes, reflejando los gustos y preferencias para determinar si es factible las estrategias de producción.

Además, ésta investigación nos ayuda a reflejar cuál es la demanda actual de estos productos en la ciudad de Cuenca, y qué es lo que nos va a ayudar para distinguirnos de la competencia.

Realizamos el estudio de la Investigación de Mercados para detectar el nivel de consumo de comida rápida en la ciudad de Cuenca, y así poder determinar la demanda existente de dicho producto con el fin de obtener información válida para el desarrollo del proyecto.

DESCRIPCION DE LA EMPRESA

Generalidades

Antecedentes

"SANDUCHES QUIS" nace de una necesidad en la búsqueda de algo nuevo y exquisito en comida rápida, que se combine con un servicio personalizado por la manera de preparación del sándwich a su elección; ya que contamos con características nuevas en el campo de comida instantánea, además de interactuar en todo momento con el cliente.

Somos una empresa Cuencana encaminada , a satisfacer las exigencias de nuestros clientes, ya sea en costo o variedad del producto, asegurando la calidad de nuestra marca, que pretende posicionarse rápidamente en el mercado, y llegar a liderar en un tiempo razonable el mercado, siendo la primera opción en nuestros consumidores.

Al proponer esta idea, estamos conscientes que tenemos un alto nivel de competencia en Cuenca, además de tener varios tipos de consumidores como las personas tradicionales y las que buscan algo nuevo.

Una oportunidad que se nos presentan, es ofrecer variedad en ingredientes al momento de la elaboración, como nosotros proponemos en nuestro proyecto "QUIS", además que el cliente mira cómo se prepara el sánduche y está consciente de la higiene, conoce el precio con anticipación porque eligió los ingredientes.

Al buscar algo nuevo, tenemos que plasmar nuestra marca en la mente del cliente, así nos defenderemos en el mercado actual, porque contamos con un buen servicio, calidad, variedad y un agradable ambiente en el local; innovador, llamativo y fresco.

Análisis del proyecto

Con el siguiente proyecto, queremos conocer cuál será la aceptación para el consumo de sánduches elaborados con ingredientes a elección, en la ciudad de Cuenca; para lo cual aplicamos los métodos estudiados, que nos servirán para el desarrollo del mismo.

Nos enfocaremos en la evolución de la idea, todas las fases que intervienen en la creación de la empresa, puntualizando el estudio de mercado, técnico y económico - financiero del mismo.

Tipo del proyecto

La clasificación de nuestro proyecto es por actividad, una empresa de servicio porque se está vendiendo el servicio de comida rápida para satisfacer las diferentes necesidades de nuestros clientes.

Sector Económico

Nuestra idea de negocio está dentro del sector terciario de la economía Ecuatoriana; en el subgrupo de ocio que engloba a restaurantes, tiene crecimientos variados dependiendo de la economía que este atravesando el país.

Clasificación Ambiental

Debido al tipo de proyecto, no se requerirá un estudio ambiental muy profundo. Considerando los impactos ambientales que tendrá nuestro proyecto se puede decir que tiene una Categoría 2, es decir es neutral, se tendrá especial cuidado en el uso del agua para evitar un consumo excesivo, además de los olores que pueda tener al momento de freír los ingredientes ya lo controlamos porque el local comercial cuenta con ventilación propia y no afecta a moradores.

El aceite que utilicemos, lo recolectaremos en recipientes y cada mes se lo entregaremos a la empresa pública ETAPA EP, para que le dé el mantenimiento adecuado y no contamine el agua.

La empresa de Aseo EMAC, realiza recorridos de recolección de basura los días lunes, miércoles y viernes por nuestro sector, por ello una de las políticas de la empresa es reciclar en funda azul los desechos tóxicos y enviar todos los miércoles de cada semana según las ordenanzas municipales.

- Residuos de la empresa

Según el código de salud vigente, y conforme al artículo 12 que establece "Ninguna persona podrá eliminar el aire, suelo o agua residuos sólidos, líquidos y gaseosos, sin previo tratamiento que lo conviertan en inofensivos para la salud. Los reglamentos y disposiciones sobre molestias públicas, tales como, ruidos y olores desagradables, humos, gases y polvos atmosféricos, emanaciones y otras, serán establecidas por la autoridad de salud."

- Riesgo para clientes y trabajadores

Al trabajar directamente con los ingredientes, debemos mantener normas higiénicas rigurosas como:

- Cabello recogido y con gorra de protección
- Uniforme limpio
- Uñas limpias, manos libres de cortes e infecciones.

Fuentes de Financiamiento

Las principales fuentes de financiamiento que tendrá este proyecto, es el aporte de capital de los socios, y a través de un préstamo que será adquirido en uno de los bancos de la ciudad.

Duración del Proyecto

La duración de este proyecto, está proyectada para un periodo de tiempo de cuatro años, que es la menor vida útil de uno de los activos fijos que se van a adquirir y nos encontramos en la etapa de lanzamiento del ciclo de vida del negocio.

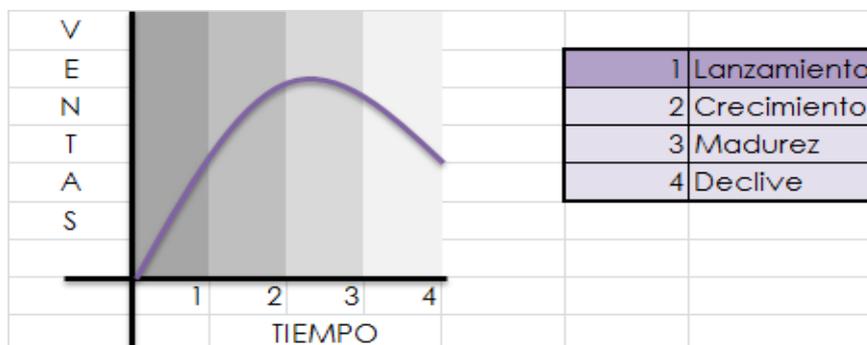


Ilustración 2: Ciclo de vida

FILOSOFIA ESTRATEGICA DE LA EMPRESA

Valores Corporativos

Confiabilidad:

Al tener un local en el que los clientes observan la preparación de su sánduches, pretendemos ganar la confianza porque constatan la frescura de los clientes y la higiene del local.

Liderazgo:

Como la visión de la empresa es crecer, uno de los valores es que nuestros empleados se sientan seguros en el negocio, que sean líderes en cada departamento que trabajen y así aportamos a nuestros clientes en maximizar su potencial.

Diferenciación:

Nos caracterizamos por la variedad en los ingredientes; es un indicador de diferenciación porque cada cliente tiene una manera especial de elaborar su sánduches, así seremos la primera opción en el consumidor.

Calidad:

Brindar a nuestros clientes el mejor producto y servicio en cada visita a nuestro local, sobrepasando las expectativas que tengan de nosotros.

Honestidad:

Trasmitiremos una actitud íntegra a nuestros clientes

Misión

Somos una empresa cuencana dedicada a servir con rapidez la orden del consumidor de sánduches preparación de ingredientes a elección sanos, frescos y diversos; con precios aceptables en un restaurant limpio y cómodo.

Comprometidos a la satisfacción de nuestros clientes y colaboradores internos, externos y el medio ambiente.

Visión

Posicionarnos en el mercado cuencano, siendo reconocidos por los clientes y público en general principalmente por la innovación y creatividad.

Objetivos Estratégicos

- Ser reconocidos como una empresa comprometida con el cliente logrando el 75% de su satisfacción.
- Incrementar para el 2013 la participación del mercado en un 15%.
- Aumentar la producción de sánduches para el año 2013 en un 20%.

ESTUDIO DE MERCADO

Hemos realizado el estudio de la Investigación de Mercados para detectar el nivel de consumo, de comida rápida en la ciudad de Cuenca, y así poder determinar la demanda existente de dicho producto con el fin de obtener información válida para el desarrollo del proyecto.

Para obtener el tamaño de la muestra, hemos decidido utilizar la fórmula para poblaciones finitas

- **OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

Conocer el segmento de mercado que está dispuesto a acudir a nuestras instalaciones por los nuevos beneficios que brindamos, apoyarnos por un porcentaje de aceptación mínima para comenzar el proceso de constitución de nuestra empresa.

También buscamos conocer la inclinación de las personas que consumen comida rápida, qué exigencias tienen en todo ámbito; para así desarrollarnos bajo esas normas y ofrecer un mejor servicio.

- **OBJETIVO GENERAL**

Obtener datos que nos ayuden a evaluar un mercado en que nos vamos a desarrollar para guiar las estrategias de marketing a utilizar y además conocer a fondo las exigencias de nuestros futuros clientes potenciales.

- OBJETIVO ESPECÍFICO

Seleccionar la información recopilada para enfocarnos en tipos de clientes y así guiar nuestras estrategias de marketing y tener una mayor acogida.

- Determinar el perfil de los potenciales consumidores.
- Identificar los atributos que valoran los consumidores del producto.
- Determinar el precio (análisis del mercado)
- Identificar el tipo de estrategias de marketing.
- Localización y tamaño óptimo(análisis técnico)
- Identificar el proceso que genera nuestra empresa.
- Identifica los Ingresos y Egresos del proyecto (análisis económico)

- GRUPO OBJETIVO

De la población total de la ciudad de Cuenca del sector urbano entre las edades de 15 a 55 años, tomaremos una muestra para así tener datos que reflejan el comportamiento del mercado.

- VARIABLES BÁSICAS A CONSIDERAR

- **Precio:** entre \$1 y \$3
- **Marca:** competencia
- **Edad:** entre 15 y 55 años

El perfil de los potenciales consumidores de nuestro producto, son mujeres y hombres entre las edades de (15 y 55 años) con estudios secundarios y superior con ingresos entre doscientos a ochocientos dólares.

Uno de los motivos que lleva a la gente a consumir estos productos es porque son de fácil acceso y económicos. El personal contará con un

uniforme adecuado para el desempeño de sus funciones; en este caso con su respectivo mandil, guantes y protección para el cabello.

UNIVERSO: Población Urbana de la ciudad de Cuenca, población de 505.585 habitantes, que viven en la zona urbana
TAMAÑO MUESTRAL: 383 encuestas
ERROR MUESTRAL: 5% NIVEL DE CONFIANZA: 95% (k = 1,96)

Ilustración 3: Población

El error muestral que aplicamos es del 5%, por lo tanto, el nivel de confianza es de 95%.

P	=	0,50
q	=	0,50
z	=	1,96
e	=	0,05
N	=	505.585
n	=	?

$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$

$$n = \frac{1,96^2 * 505.585 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (505.585 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{485563,84}{1264,92}$$

$$n = 383$$

Ilustración 4: Tamaño muestral

Al obtener el número de encuestas que debemos realizar para la obtención de datos que puedan reflejar la realidad de nuestro universo en cuanto a población objetivo.

Anexo #1 Formato de la encuesta aplicada en el proyecto.

Resultados de la investigación de mercado

Análisis del producto

Determinación del Producto

Proponemos sánduches con ingredientes a elección; tenemos una unidad base, que consiste en pan, lechuga, queso, jamón y 2 ingredientes a elección; pero el cliente tiene la alternativa de agregar los ingredientes que desee con un costo mínimo por porción.

La presentación del sánduches es en una funda y servilleta con el logo de la empresa, contamos con la opción para llevar en papel aluminio y con un sello de la empresa.

Clasificación

Nuestro Producto se encuentra dentro del sector de servicios; son sánduches que el cliente los elabora a gusto, por la necesidad que tienen al buscar novedad y calidad.

Unidad de medida

Contamos con 2 unidades de medidas, la venta individual del sánduches que determinamos como unidad y los combos que conlleva un sánduche, un vaso de cola y la porción de papas.

Por efectos de constitución nos manejaremos en unidades, pero con proyección a combos.

Descripción del Producto

Nuestro sánduches con ingredientes a elección brinda a los cuencano, variedad, porque toda la comida rápida esta prediseñada y debemos acoplarnos a lo que nos brinda el mercado.

Por ellos proponemos el sánduches base que contiene:

- Pan (dividido) --- (integral, blanco, etc.)
- Lechuga (crespa y suave, crujiente y lisa)
- Salsas (mayonesa, salsa de tomate, mostaza, salsa dulce, etc.)
- Jamón (pollo, cerdo, pavo)
- Queso (variedad)

Los ingredientes a disposición son los siguientes:

- Papas
- Peperoni
- Tocino
- Salami
- Pollo
- Champiñones
- Pepinillo
- Aros de Cebolla
- Huevo
- Frijoles
- Chorizo
- Mortadela
- Aceituna

- Mermeladas
- Pasas
- Pimientos
- Pickles

Nuestro producto final sería; un sánduches de unos 25 cm de largo por 7 cm de ancho, que contiene el pan, salsas, lechuga, jamón y queso, y 2 ingredientes a elección. El nivel de calorías dependerá de cómo elabore, porque las combinaciones son variadas.



Ilustración 5: Alternativas de ingredientes

Análisis de la demanda

Determinación de la cobertura de Mercado

- Cobertura: Ciudad de Cuenca
- Población: 505.585 habitantes
- Determinación del segmento: 204.446 personas entre 15 y 55 años.

¿Consume Ud. comida Rápida?

Ilustración 6: Consumo de comida rápida

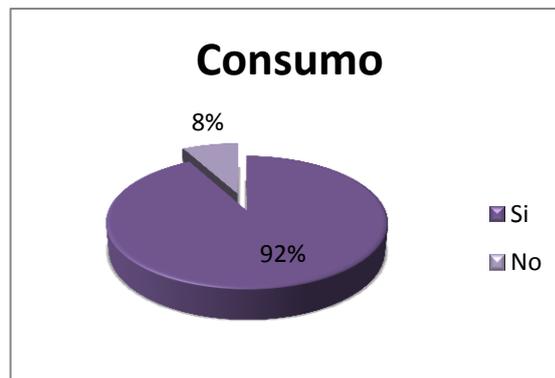
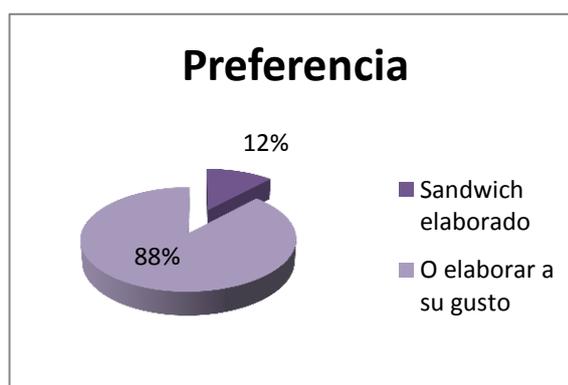


Ilustración 7: Preferencia de consumo



Proyección de la Demanda

Cuenca abarca con 505.585 habitantes; la provincia del Azuay tiene una tasa de crecimiento promedio anual de 1,91%. Los habitantes de la zona urbana alcanzan el 66.4% con 335,708 personas. Las personas entre 15 y 55 años son el 60,9%; 204.446,4 personas.

- Población total: 204.446 personas entre 15 y 55 años.
- Población futura: Población Base $(1+i)^n$

Población Futura: $204.446(1,0191)^1$ --- 208.350,9 personas próximo año.

Demanda: Restaremos un 8%, asumiendo que son personas que no consumen comida rápida, porque piensa que es dañina; 12% que no prefiere el servicio que brindamos, según la muestra de las encuestas.

Demanda 163.556 personas

Demanda y Oferta

Luego de haber realizado las encuestas obtenemos como resultado, que la elaboración de Sánduches con ingredientes a su gusto tiene un buen grado de aceptación del 92%.

Demanda Insatisfecha

De acuerdo a todos los negocios y a la competencia que existe, se podría determinar que existe una demanda insatisfecha del 30% del total de la población de Cuenca.

El nicho de mercado de nuestro proyecto estará enfocado a esa demanda insatisfecha, que sería de 49.067 habitantes, en donde se encontrarán nuestros clientes potenciales.

Proyección de la Oferta

Como no podemos satisfacer la necesidad de toda nuestra población potencial, se plantea enfocarnos a un 20% de la población que sería de **9.813 personas**.

Análisis de la competencia

Determinar la cobertura

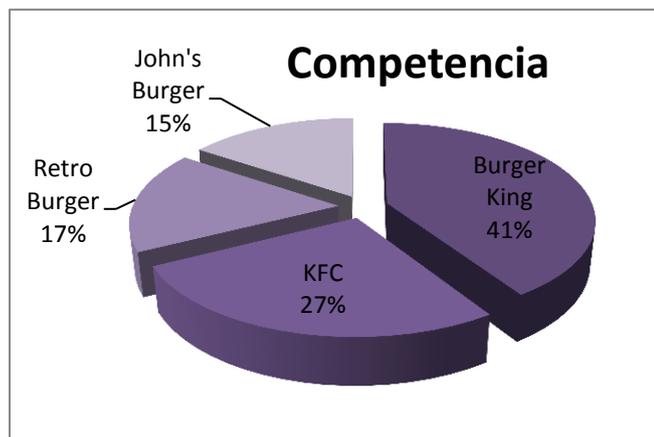
De acuerdo a todos los negocios y a la competencia que existe, se podría determinar que existe una demanda insatisfecha del 30% del total de la población de Cuenca. El nicho de mercado de nuestro proyecto estará enfocado a esa demanda insatisfecha, en donde se encontrarán nuestros clientes potenciales.

La competencia la analizamos en 3 ejes centrales como son:

- Variedad
- Razón de consumo
- Preferencia (competidores principales)

¿En qué lugar de comida rápida suele comprar frecuentemente?

Ilustración 8: Competencia



Podemos determinar que nuestra principal competencia es Burger King, podemos analizar la competencia y así identificar sus fortalezas para analizar nuestro entorno en el mercado.



Ilustración 9: Logos de competencia

Opinión a la hora de Comprar

Ilustración 10: Precios

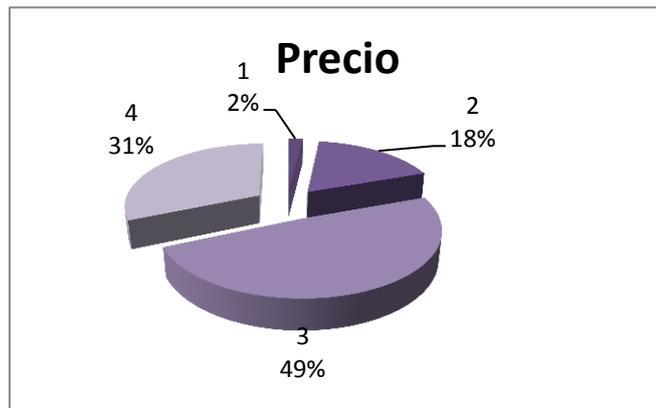


Ilustración 11: Presentación del producto

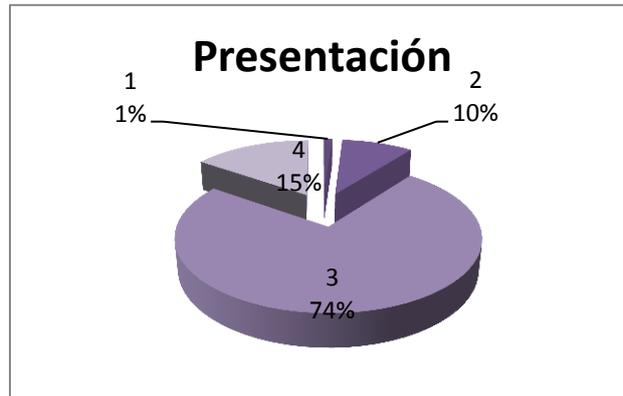


Ilustración 12: Ingredientes

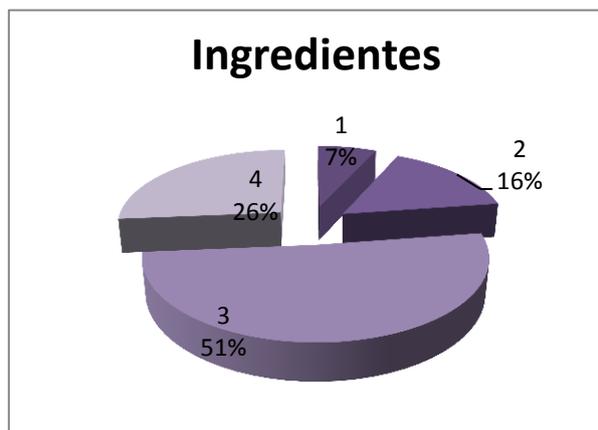
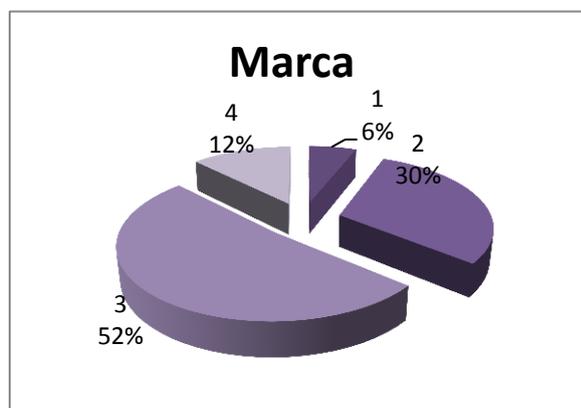


Ilustración 13: Marca



El precio tiene una importancia primordial a la hora de consumir comida rápida, al igual que los ingredientes.

La presentación muestra si el producto es bueno o malo, la marca es la menos relevante a la hora de consumir productos de comida rápida

Análisis Cualitativo

En el mercado de comida rápida, la competencia es reñida por la variedad y cantidad de locales que ofrecen estos productos al cliente; pero la Empresa "Sánduches Quis" pretende introducirse al mercado, brindando al usuario la opción que él elija los ingredientes de su sánduches, porque todos vienen elaborados completamente.

Para el análisis de la competencia, se toma en cuenta las variables que se consideran más significativas, para posteriormente realizar el análisis FODA.

Competencia	Producto	Localización	Precio	Disponibilidad	Higiene	Variedad
Burger King	sánduches	C.c. (3)	\$ 4,00	Máx. 10 pm	100%	100%
Retro Burger	sánduches	2 Locales	\$ 3,00	Máx. 10 pm	95%	80%
KFC	sánduches	C.C. (4)	\$ 2,50	Máx. 10 pm	75%	60%
Jonh's Burger	sánduches	Av. Loja	\$ 3,10	Máx. 12 pm	75%	60%
Sánduche Place	sánduches	2 locales	\$ 2,40	Máx. 4 am	90%	85%

Ilustración 14: Análisis Cualitativo de la Competencia

Análisis Cuantitativo

Al igual que en el análisis cualitativo., se toma en cuenta las variables mas importantes.

Competencia	Precio	Unidades Vendidas	% Utilización cap. Instalada
Burger King	\$ 4,00	300	80%
Retro Burger	\$ 3,00	75	45%
KFC	\$ 2,50	400	90%
Jonh's Burger	\$ 3,10	150	60%
Sánduche Place	\$ 2,40	380	75%
5 competidores	\$ 1,50	261	75%

Ilustración 15: Análisis Cuantitativo de la Competencia

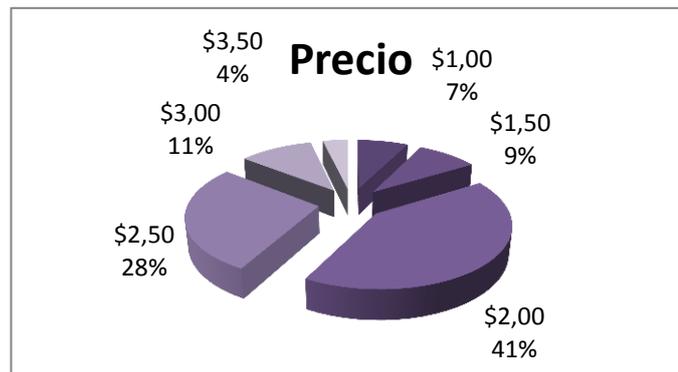
Análisis de precio

Para analizar el precio, se tomó en cuenta un rango de precios, que son considerados aceptables para que el cliente elija cuanto estaría dispuesto a pagar por un sánduche.

Este análisis se lo hizo específicamente en base a la pregunta planteada en la encuesta realizada, que es la siguiente:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sánduche con ingredientes a su gusto? (Sánduche base)

Ilustración 16: Preferencia de precios



El 30% de la población estaría dispuesto a pagar \$2 por el sándwich, En base a la información que obtuvimos podemos determinar el precio del producto que estamos ofreciendo al mercado de Cuenca.

Con el resto de preguntas de la encuesta al consumidor, podemos estudiar el precio, guiándonos de factores que pueden afectar el costo y por ende el precio final del producto.

Análisis de comercialización

Tenemos un local en donde se venderá nuestros productos,

Análisis FODA

Utilizaremos el análisis de la matriz FODA, para analizar y tomar decisiones oportunas en la creación y desarrollo de la empresa de sánduches con ingredientes a elección "QUIS"

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Variedad ingredientes	Mercado novelero
Infraestructura propia y adecuada	Comida rápida y sana
Personal comprometido	Zona de mucha actividad comercial
Promociones	Alto índice de comida rápida
DEBILIDADES	AMENAZAS
Ser nuevo en el mercado	Entrada competidores internacionales
Poca experiencia	Crecimiento empleo informal (carritos)
Ingredientes perecibles	Mercado comida rápida competitivo
No tiene servicio a domicilio	Sector afectado por situación económica

Ilustración 17: FODA de la Empresa

Análisis interno

- Fortalezas

Como somos una empresa nueva, y nuestro sistema organizacional es reducido, podemos auditar todas las actividades día a día, teniendo un respaldo del compromiso de nuestros empleados y así trabajar de una manera eficiente al servicio de nuestros clientes.

- Debilidades

En todo negocio emprendedor existen varios errores por experiencia; manejamos productos perecibles, eso representa un riesgo en cuanto a imagen porque el lema de la empresa que es brindar productos frescos,

pero contamos con fortalezas poderosas para manejar este tipo de inconvenientes internos.

Análisis Externo

- Oportunidades

El mercado cuencano tiene características muy particulares que contribuyen para que los negocios nuevos tengan un buen inicio; es un mercado “novelero” que busca comida rápida sana en lugares de alta concurrencia comercial y en nuestra empresa contamos con todas estas características.

- Amenazas

En la época de la globalización los mercados tienen a abrirse rápidamente por lo que cada día nos enfrentamos a competencia nueva ya sea local por nuevos emprendimientos o extranjera por franquicias; además que el negocio de venta de carritos crece considerablemente en la ciudad, debemos tener en cuenta cada uno de estos factores y tener planes que pueda mitigar el impacto.

Análisis de Michael Porter

El análisis de las Cinco Fuerzas de Porter nos ayudara a entablar estrategias de negociación con los clientes y proveedores de una manera más idónea que aporte con el progreso de la empresa en cuanto a la organización y al ámbito financiero.

También debemos mantenernos al tanto de lo que ocurre en el mercado en el que nos desenvolvemos, como las tendencias y preferencias que tiene el consumidor y así poder aplicar estrategias de marketing y promociones.

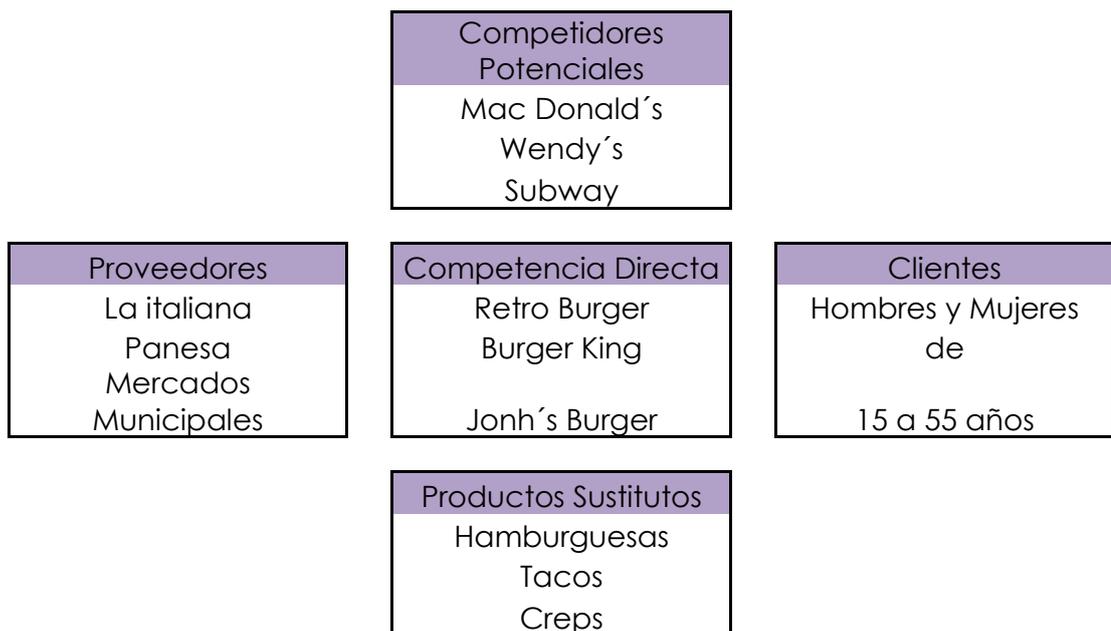


Ilustración 18: 5 Fuerzas de Michael Porter

Competidores actuales

Son competidores que no ofrecen variedad e innovación constante o trascendental, porque son cambios mínimos, por lo que el mercado cuencano no frecuenta y se impacta por lo que tiende a cansarse.

Competidores potenciales

El mercado cuencano cada vez es más exigente, por lo que los grandes inversionistas tienen en la mira a las grandes franquicias y consolidarlas en el mercado.

Proveedores

La empresa cuenta con proveedores fijos de cada ingrediente, tenemos buenos plazos y preferencias a la hora de comprar y pagar el producto, es una ventaja competitiva para nosotros.

Clientes

Los gustos y preferencias de este segmento de mercado son variados, pero con la experiencia que adquiera la empresa de sánduches "QUIS" determinaremos las tendencias de consumos y cuáles son los ingredientes más apetecidos.

Productos Sustitutos

En este ámbito no nos preocupamos mucho, porque tenemos una amplia gama de productos, por lo que si el cliente quiere un sánduche bajo en calorías el mismo se lo diseña, así que no tienen a cansarse porque no ofrecemos un sánduche ideal como todos los negocios de comida rápida en Cuenca.

Estrategias de Marketing

Al establecer unas estrategias de Marketing, pretendemos establecer normas con las cuales la empresa se manejará para la captación de clientes, al ser dinámicos y flexibles en el mercado en cuanto a promociones y ventas.

Políticas y Estrategias

Al ser una empresa, en donde la venta del producto es directa debemos enfocarnos a la atención al cliente, minimizar el tiempo de elaboración, venta y despacho del sánduche, además de fortalecer las áreas administrativas para potenciar las ventas con nuevas estrategias, dependiendo del requerimiento del mercado cambiante en el que vivimos.

Otra política que manejaremos, son las promociones en los días de menos recurrencia de clientes.

4P's

Al ser Cuenca un mercado donde los consumidores buscan la innovación, proponemos un sánduche base en donde el cliente tiene como 20 alternativas de ingredientes para que lo elabore y vaya de acuerdo con el presupuesto que cuenta y con lo que desee que contenga su producto final.

Una acotación mas es sobre los precios que ofrecemos, el sánduche base que es de \$2,00, que viene los ingredientes estándar mas dos a elección, las alternativas de ingredientes que ofrecemos tienen un costo mínimo dependiendo de la porción que deseen, son precios accesibles y dinámicos a diferencia de lo que ofrecen nuestros competidores que son productos fijos.

En cuanto a la distribución del producto, al inicio de la empresa será la venta solo en el local, luego para ampliar el negocio buscaremos alternativas de servicio a domicilio, venta mediante llamadas o mensajes de texto o Black Berry Messenger, donde mandamos las fotos de los ingredientes al consumidor y él elige, y nos manda la orden.

Al igual en la publicidad podemos utilizar y optimizar los mismos canales de distribución para llevar el mensaje que quiere trasmitir nuestra empresa, que es la alternativa mas sana, variada y económica de ingerir comida rápida.

La publicidad la manejaremos ofertando nuestro producto con publicidad de boca a boca, hojas volantes, difusión mediante radio y membrecías; además de tener ofertas en días especiales como por ejemplo:

- inicio de semana y los domingos, un ingrediente gratis.
- Sánduches por ocasiones especiales.
- Destinar días para celebrar a los países y vender sánduches con ingredientes específicos de ellos.
- Regalar membrecías en universidades y así se conozca la empresa.

Métodos

La imagen corporativa será dirigida por el Diseñador gráfico David Gutiérrez, que ésta destina a concretarse para los primeros 6 meses de nacimiento de la empresa, este paquete consta en crear un logotipo y un slogan para la empresa, diseño del ambiente del local en cuanto a colores, el combo corporativo incluye la papelería básica que se necesita para nuestra empresa como:

- Facturero, Retenciones
- Servilletas
- Sellos para los sánduches
- Papel de envoltura
- Hojas membretadas, etc.

Tenemos la proforma, que es de aproximadamente \$ 800,00 dólares americanos, esta alternativa requiere de mayor negociación con el Diseñador por lo que no hemos incluido en el análisis económico Financiero.

Dependiendo de cómo el negocio prospere, nos proponemos en ampliar nuestra empresa creando sucursales en puntos estratégicos de la ciudad, al tener datos de la encuesta realizada para este trabajo tenemos en segundo lugar en cuanto a ubicación que los clientes desearan que se ubique nuestro negocio es el sector de la Universidad del Azuay.

ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Estudio Técnico

Listado de las actividades:

1. Recepción de materia prima.
2. Llevar la materia prima al congelador.
3. Congelación de la materia prima.
4. Descongelación de la materia prima.
5. Freír los ingredientes.
6. Preparación del pan.
7. Pedido del cliente.
8. Selección de los ingredientes a gusto del cliente.
9. Preparación del sánduche al gusto del cliente.
10. Entrega del sánduche.

- **Recepción de materia prima.-** nuestros proveedores se encargaran de proporcionarnos la materia prima necesitada pedida anteriormente, nuestro proveedor nos dará lo pedido y nosotros empezaremos a revisar si la materia prima esta completa y en orden.
- **Llevar la materia prima al congelador.-** separamos los productos que necesiten refrigeración, llevaremos, guardaremos y ordenaremos según producto en el congelador.
- **Congelación de la materia prima.-** los productos anteriormente puestos en el congelador se conservaran en buen estado.

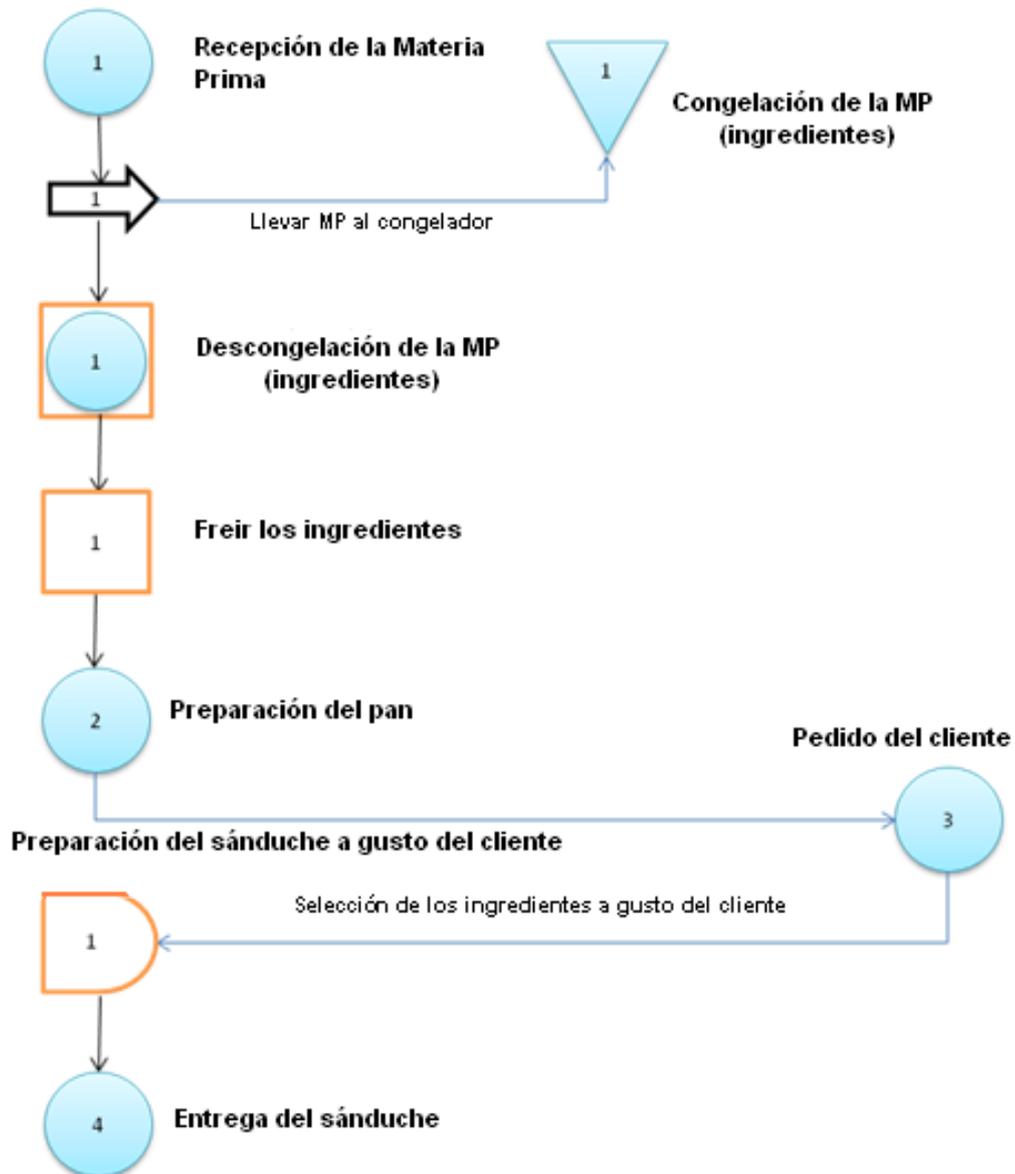
- **Descongelación de materia prima.-** se saca del congelador a la materia prima dejando algún tiempo para q se descongele y poder usar.
- **Freír los ingredientes.-** con la freidora, ponemos aceite y freímos los ingredientes necesitamos con la ayuda de una espátula.
- **Preparación del pan.-** se cortara el pan por la mitad, se colocara salsas al gusto del cliente.
- **Pedido del cliente.-** selecciona que clase de sánduche quiere el cliente.
- **Selección de los ingredientes a gusto del cliente.-** el cliente comunicara que ingredientes desea según su gusto.
- **Preparación del sánduche al cliente.-** colocamos los ingredientes elegidos en el pan anteriormente preparado.
- **Entrega del sándwich.-** le entregamos al cliente su sánduche.

Análisis de los procesos de producción

Presentamos un flujograma de las actividades básicas, para la elaboración de sánduches con ingredientes a elección de nuestra empresa; nos referimos a actividades básicas porque cada sánduche tendrá una manera diferente de preparación, así que estructurar un flujograma para cada uno sería muy extenso, por lo que proponemos una secuencia de actividades estándar que manejara la empresa a diario.

Procesos (flujo grama)

Ilustración 19: Flujograma



Análisis de recursos

Para poder dar este servicio seremos muy cuidadosas el rato de escoger nuestros proveedores ya que todos nuestros productos serán de calidad.

Los ingredientes que utilizaremos serán varios pero un sánduche base serán:

- Pan
- Lechuga
- Tomate
- Queso
- Jamón
- Carne

Otros ingredientes adicionales serán:

- Pollo
- Pavo
- Carne molida.
- Jamón de pavo
- Jamón de pollo
- Salami
- Chorizo.
- Mortadela.
- Tocino.
- Huevo.
- Hongos.
- Cebollas.
- Papas chips.
- Aceitunas.
- Queso suizo.
- Mermelada de pina.
- Pasas.
- Pickles

- Maquinaria y Equipo
 - Caja registradora
 - Plancha freidora
 - Refrigeradora
 - Distribuidor de Bebidas

Análisis de tamaño

- **Capacidad instalada**

6 Sánduches por hora.

- **Capacidad instalada (Óptima)**

Tamaño óptimo de producción: $\frac{\text{Oferta}}{\text{Horas al Año}}$

Tamaño óp. : $\frac{9813 \text{ sándwiches al año}}{2080 \text{ Horas al año}}$

Tamaño óp.: 5 Sándwiches por hora

Análisis de localización

- Macro localización.

Este negocio está ubicado en la ciudad de Cuenca ya que los últimos es una ciudad que ha crecido mucho y creemos que necesita este tipo de servicios ya que en la ciudad no hay.

- Micro localización.

Elegimos distintas ubicaciones estratégicas en esta ciudad, las principales son:

¿Dónde debería estar ubicado este local?

Ilustración 20: Ubicación – Centro Histórico

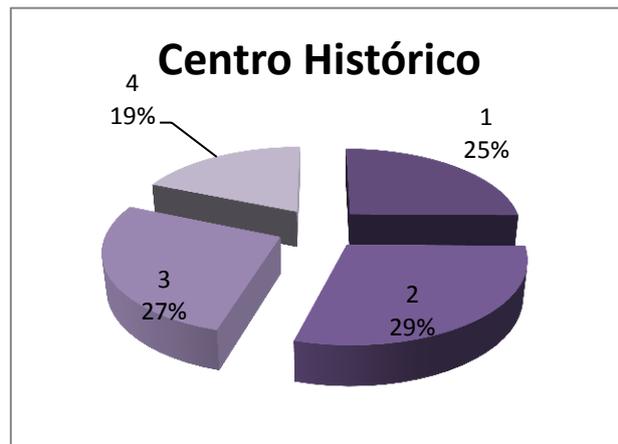


Ilustración 21: Ubicación – Remigio Crespo

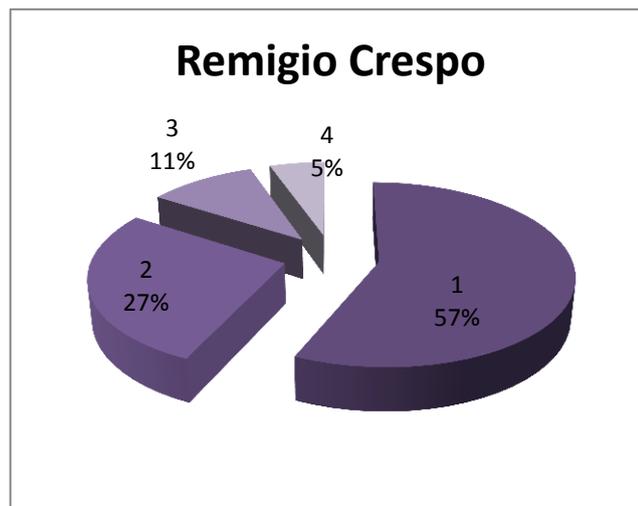


Ilustración 22: Ubicación – Zona Rosa

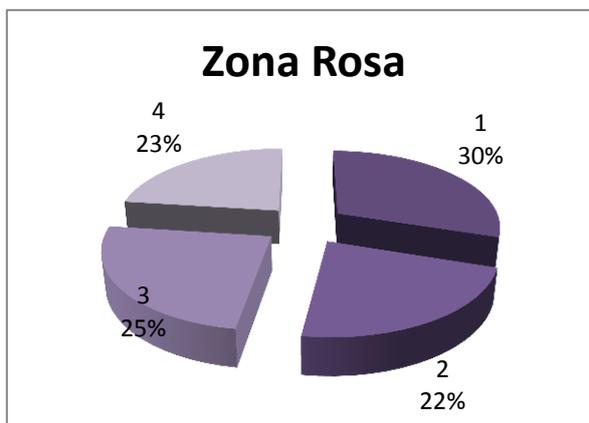
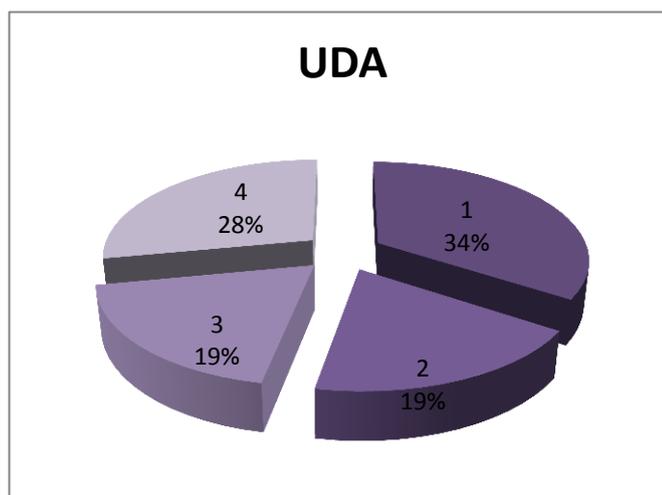


Ilustración 23: Ubicación - UDA

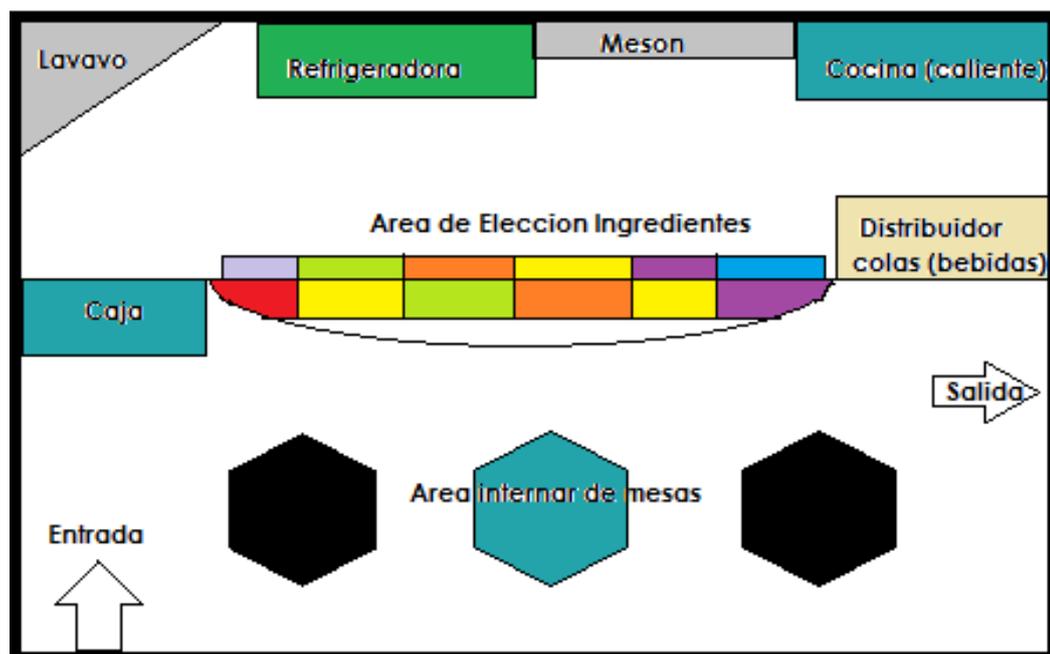


Con los resultados obtenidos, el lugar de preferencia para los clientes es en sector de la calle Remigio Crespo con una aceptabilidad del 42%; este dato nos beneficia, porque el local que da el socio como aporte en la constitución de la empresa se encuentra por el sector de la Av. Remigio Crespo, exactamente en la calle Remigio Romero en el Edificio "Alborada"



- Distribución de la planta

Ilustración 25: Distribución de planta



Este esquema, representa la distribución que tendrá el negocio, este esquema puede variar dependiendo de las necesidades que se presenten y de acuerdo a la infraestructura del local en el que se vaya a instalar el negocio.

Estudio Organizacional y Legal

Administración

Centralización: Juntas mensuales, para informar sobre el avance de la empresa, las restricciones que se nos presenta y tomar decisiones entre todos los socios.

Estructura organizacional

- **Autoridad**

El representante social será el jefe de la empresa por votación mayoritaria.

- **División de trabajo**
 - ❖ Gerente
 - ❖ Cajero
 - ❖ 2 Cocineros

- **Código de Funciones**

JEFE (Ing. Comercial):

Perfil:

- Edad entre 23 y 40 años.
- Sexo indistinto.

- Estudios profesionales en administración o carreras afines.
- Experiencia de 1 año en cargos similares.

Funciones:

- Planificación - plan de ventas.
- Proveer de la materia prima oportunamente.
- Utilizar una publicidad adecuada.
- Innovar la infraestructura (decoración por fechas y promociones)
- Motivar al personal.
- Representación legal de la empresa.
- Dirigir las actividades generales de la empresa.

CAJA/CAJERO (Estudiante de Contabilidad):

Perfil:

- Edad entre 20 y 35 años.
- Sexo indistinto
- Conocimientos básicos de contabilidad, SRI y tributación.
- Experiencia mínima de un año en cargos similares (no indispensable).

Funciones:

- Tomar la orden y cobrar en un rango de 2 a 3 minutos (eficiencia)
- Facturar - honradez con el cliente y el SRI
- Informar al cliente los precios y combos (1 minuto)

COCINERO (Estudiante de gastronomía):

Perfil:

- Edad entre 20 y 35 años.
- Sexo indistinto.
- Conocimientos de gastronomía.
- Experiencia mínima de un año.
- Manejo de equipos de cocina, recetas y manejo higiénico de los alimentos.

Funciones:

- Higiene y seguridad.
- Preparación de Sánduches.
- Ingredientes completos para la muestra al cliente.
- Informar sobre las nuevas necesidades del cliente.

Organigrama:

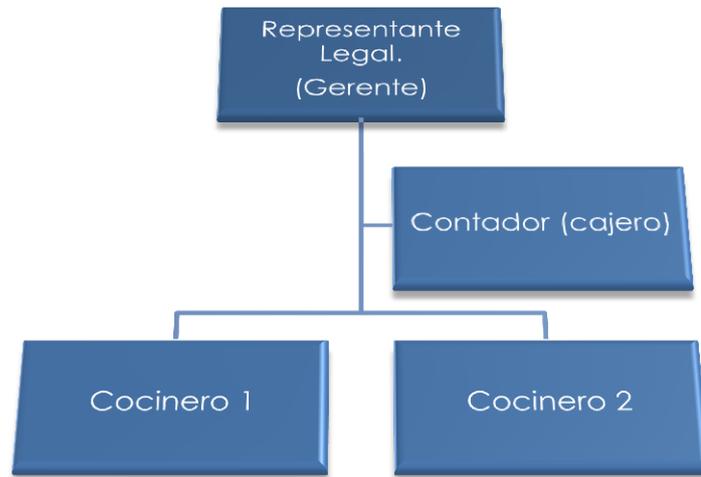


Ilustración 26: Organigrama de la Empresa

Tipo de sociedad

Nos hemos planteado establecer una sociedad de hecho, por la volatilidad del mercado, pero con visión a la transformación de una sociedad anónima por el posible crecimiento de la misma.

La sociedad de hecho será con 2 socios, basándonos en el código civil y contrato privado, en el artículo 1193.

- Tipo de contrato a los trabajadores

Se procederá a hacer un contrato anual describiendo todos los beneficios, obligaciones y derechos que cada trabajador tendrá dependiendo del cargo que ocupe.

- **Permisos**

- Bomberos
- Sanidad

- **Requisitos**

- RICE
- Afiliación de los trabajadores (IEES, Inspectoría de trabajo).

Estudio Económico - Financiero

Análisis Económico

Valoración Física

- Infraestructura

Uno de los socios, colabora con un local que se encuentra ubicado en el edificio "La Alborada" en la calle Remigio Romero, tiene un área de 50 metros cuadrados.

Valorado en \$50.000 dólares.

Recursos Tecnológicos

El local se encuentra acondicionado, por el dueño-socio que lo ofreció; vamos a utilizar una caja registradora, la plancha freidora, cortadora de papas, Distribuidor de bebidas, vitrinas con vidrio tipo curvo, refrigeradora.

Recursos Materiales

Como es una empresa de comida rápida, se necesitará de mesas, sillas, utensilios de cocina, uniformes; también necesitamos varios proveedores, por la variedad que contamos para la oferta de nuestro producto.

Ejemplo: Pan, salsas, cebolla, pepinillo, carnes (pollo, res, chanco), peperoni, queso, lechuga, tomate, hongos, etc.

- Costos

Sueldos	
Cajero	\$ 292,00
Cocinero 1	\$ 292,00
Total sueldos	\$ 584,00

Servicios Básicos	
Agua Potable	\$ 45,00
Luz Eléctrica	\$ 50,00
Teléfono	\$ 20,00
Total servicios básicos	\$ 115,00

<u>COSTO FIJO TOTAL</u>	<u>\$ 699,00</u>
--------------------------------	-------------------------

Análisis de Inversiones

- Plan de inversión (monto y financiamiento)

DEPRECIACION LINEAL			
Activo	Valor Adquisición	Vida útil (años)	Dep. anual
Caja Registradora	\$ 650,00	5	\$ 130,00
Plancha Freidora	\$ 580,00	5	\$ 116,00
Refrigeradora	\$ 650,00	8	\$ 81,25
Distribuidor de Bebidas	\$ 120,00	4	\$ 30,00
Total Inv. Act. Fijos	\$ 2.000,00		\$ 357,25

Inversiones Fijas	\$ 2.000,00
Inversión Inicial de Capital de Trabajo	\$ 2.000,00
Inversión Total del Proyecto	\$ 4.000,00

Análisis de Financiamiento

Para cubrir con los gastos en los que se incurrirá en el primer proceso de producción, se adquirirá un préstamo de \$2.000, con los cuales se va a financiar la compra de materias primas, el costo de la mano de obra y gastos indirectos de fabricación.

PRESTAMO		\$ 2000		
INTERES		16%		
N	CAPITAL	INTERES	CUOTA	SALDO
1	\$ 666,67	\$ 106,67	\$ 773,33	\$ 1.333,33
2	\$ 666,67	\$ 213,33	\$ 880,00	\$ 666,67
3	\$ 666,67	\$ 106,67	\$ 773,33	\$ 0,00
		\$ 2.000,00		

Análisis de Ingresos

INGRESOS AÑO 1				
PRODUCTO	UNIDAD	VOLUMEN ANUAL	PRECIO	TOTAL INGRESO
Sánduches	Unidades	12667	\$ 2,00	\$ 25.334,00

INGRESOS AÑO 2				
PRODUCTO	UNIDAD	VOLUMEN ANUAL	PRECIO	TOTAL INGRESO
Sánduches	Unidades	12909	\$ 2,00	\$ 25.817,88

INGRESOS AÑO 3				
PRODUCTO	UNIDAD	VOLUMEN ANUAL	PRECIO	TOTAL INGRESO
Sánduches	Unidades	13154,20955	\$ 2,00	\$ 26.308,42

INGRESOS AÑO 4				
PRODUCTO	UNIDAD	VOLUMEN ANUAL	PRECIO	TOTAL INGRESO
Sánduches	Unidades	13404,13954	\$ 2,00	\$ 26.808,28

- Justificación de la proyección de los ingresos

Año 1: para la proyección de los ingresos del primer año, se toma en cuenta el total de habitantes de nuestro nicho de mercado.

Año 2: para la proyección de los ingresos del segundo año, se toma como referencia la tasa de crecimiento anual de la población, que es del 1,91%.

Año 3: para la determinación de los ingresos en este año, de igual manera se toma en cuenta la tasa de crecimiento anual de la población, y se prevé que para este año sea 1,90%.

Año 4: para este año, el pronóstico de las ventas serán iguales a las del tercer año, pues se considerará que no habrá una variación en la tasa de crecimiento anual de la población.

Análisis de Egresos

EGRESOS AÑO 1				
PRODUCTO	UNIDAD	COSTO FIJO TOTAL	COSTO VARIABLE TOTAL	TOTAL EGRESOS
Sánduches	Unidades	\$ 8.388,00	\$ 14.649,47	\$ 23.037,47

EGRESOS AÑO 2				
PRODUCTO	UNIDAD	COSTO FIJO TOTAL	COSTO VARIABLE TOTAL	TOTAL EGRESOS
Sánduches	Unidades	\$ 8.388,00	\$ 14.649,47	\$ 23.037,47

EGRESOS AÑO 3				
PRODUCTO	UNIDAD	COSTO FIJO TOTAL	COSTO VARIABLE TOTAL	TOTAL EGRESOS
Sánduches	Unidades	\$ 8.388,00	\$ 14.927,81	\$ 23.315,81

EGRESOS AÑO 4				
PRODUCTO	UNIDAD	COSTO FIJO TOTAL	COSTO VARIABLE TOTAL	TOTAL EGRESOS
Sánduches	Unidades	\$ 8.388,00	\$ 15.211,44	\$ 23.599,44

- **Justificación de la proyección de los egresos**

Año 1: para la proyección de los egresos del primer año, se toma en cuenta el total de los costos fijos más el total de los costos variables.

Año 2: para esta proyección del segundo año, se toma utiliza el mismo valor de los costos totales, asumiendo que existe un uso eficiente de recursos, reduciendo los desperdicios.

Año 3: para la determinación de los ingresos en este año, se toma en cuenta la tasa de crecimiento anual de la población, y se prevé que para este año sea 1,90%.

Año 4: para el pronóstico de las egresos de igual manera se tomará en cuenta la tasa de crecimiento anual de la población, 1,90%.

Análisis de Rentabilidad

	0	1	2	3	4
INGRESOS		\$25.334,00	\$25.817,88	\$26.308,42	\$26.808,28
- GASTOS		\$23.037,47	\$23.037,47	\$23.315,81	\$23.599,44
GANACIAS ANTES DEP. INT. E IMP, PART.		\$2.296,53	\$2.780,41	\$2.992,60	\$3.208,84
- DEPRECIACION		\$357,25	\$357,25	\$357,25	\$357,25
GANACIAS ANTES INT. E IMP		\$1.939,28	\$2.423,16	\$2.635,35	\$2.851,59
- INTERESES		\$106,67	\$213,33	\$106,67	0
GANACIAS ANTES IMP Y PARTICIPACIONES		\$1.832,61	\$2.209,82	\$2.528,69	\$2.851,59
- IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES (36,25%)		\$664,32	\$801,06	\$916,65	\$1.033,70
GANANCIA NETA		\$1.168,29	\$1.408,76	\$1.612,04	\$1.817,89
+ DEPRECIACION		\$357,25	\$357,25	\$357,25	\$357,25
INVERSION ACT. FIJOS	-\$2000				
= FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$2000	\$1.525,54	\$1.766,01	\$1.969,29	\$1.460,64

Rendimiento = 70%

VAN = \$ 84,17

TIR = 73,69%

La tasa interna de rendimiento (TIR) es mayor a 0, por lo tanto es aceptable porque es mayor a la tasa de descuento y al rendimiento esperado por los socios

El valor del VAN es positivo, lo cual indica que el proyecto genera flujos que van a recuperar toda la inversión, todos los costos y gastos que se generen durante la vida útil del proyecto, y además va a generar excedentes, es decir el proyecto genera ganancias, que es lo que se está buscando.

Estos son valores relativamente bajos, porque se trata de una empresa con una actividad económica que no indica muchas ganancias, al menos al inicio de la actividad económica; y también porque tiene un mercado muy competitivo en el cual no se puede imponer los precios que se deseen, sino más bien está determinado por el mercado.

Estados Financieros

Balance general

BALANCE GENERAL		
SANDUCHES QUIS		
ACTIVOS		
		4000,00
Activos Corrientes	2.000,00	
Activos Fijos	2.000,00	
PASIVOS		
		1.293,96
Pasivos Corrientes	1.187,29	
Pasivos a L/P	106,67	
PATRIMONIO		
		2.706,04
Aportes de Capital	2000,00	
Utilidad Ejercicio	706,04	
ACTIVO	PASIVO +	PATRIMONIO
=		
4000,00	1.293,96	2.706,04
4000,00	4.000,00	

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS		
SANDUCHES QUIS		
INGRESOS		\$25.334,00
Ventas	\$25.334,00	
COSTOS		\$22.382,57
Materia Prima	\$15.374,57	
Mano de Obra	\$7.008,00	
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$2.951,43
GASTOS		\$1.737,25
Servicios Básicos	\$1.380,00	
Depreciaciones	\$357,25	
= UTILIDAD OPERACIONAL		\$1.214,18
Intereses préstamo	\$106,67	
=UTILIDAD ANTES IMP. Y PART.		\$1.107,51
Impuestos y participaciones	\$401,47	
= UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$706,04

Si no se trabajara con deuda

ESTADO DE RESULTADOS		
SANDUCHES QUIS		
INGRESOS		
		\$25.334,00
Ventas	\$25.334,00	
COSTOS		
		\$22.382,57
Materia Prima	\$15.374,57	
Mano de Obra	\$ 7.008,00	
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$2.951,43
GASTOS		
		\$1.737,25
Servicios Básicos	\$1.380,00	
Depreciaciones	\$357,25	
= UTILIDAD OPERACIONAL		\$1.214,18
Intereses préstamo	-	
=UTILIDAD ANTES IMP. Y PART.		\$1.214,18
Impuestos y participaciones	\$440,14	
= UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$774,04

Ratios Financieros

Se calcularán los principales ratios financieros, para conocer de forma más real y detallada el estado económico – financiero de la empresa, y saber en donde es que la empresa requiere mayor atención y donde no, además para poder manejar de forma eficiente las estrategias para incrementar el rendimiento y/o utilidades de la misma.

Medidas de liquidez

<u>Medidas de Liquidez</u>			
Razón Corriente =		$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	
Año	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Razón Corriente
1	\$2.000,00	\$1.187,29	1,68

Este ratio indica qué proporción de deudas a corto plazo son cubiertas por elementos del activo.

El resultado es menor que 2, lo cual indica que la empresa corre un riesgo de no poder cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

Medidas de Actividad

<u>Medidas de Actividad</u>			
Rotación de Act. Totales =		$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$	
Año	Ventas	Activos Totales	Rotación de Act. Totales
1	\$25.334,00	\$4000,00	6,33

Esto quiere decir, que para el primer año de actividad económica de la empresa por cada \$1 de Activo invertido se generará \$6,33 de ventas.

Medidas de Endeudamiento

Medidas de Endeudamiento			
Leverage Total (Razón Endeudamiento) = $\frac{\text{Pasivo}}{\text{Patrimonio}}$			
Año	Pasivo	Patrimonio	Leverage Total
1	\$1.293,96	\$2.706,04	0,48
Nivel de Endeudamiento = $\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$			
Año	Pasivo	Activo	Nivel de Endeudamiento
1	\$1.293,96	\$4000,00	0,32

El pasivo externo de la empresa tiene una participación del 48% con respecto al Patrimonio Total de la empresa. Este es el conocido apalancamiento financiero que se estaría teniendo al adquirir una deuda.

El nivel de endeudamiento de la empresa es del 32%, este es un resultado positivo porque indica que la empresa es mas propia que ajena. ☺

Medidas de Rentabilidad

Con deuda

<u>Medidas de Rentabilidad</u>			
Rendimiento sobre Activos (ROI)		$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Inversión en Activos}}$	
Año	Utilidad Operativa	Inversión Activos	ROI
1	\$1.214,18	\$4000,00	30,35%
Rendimiento sobre el Patrimonio		$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Patrimonio}}$	
Año	Utilidad Neta	Total Patrimonio	ROE
1	\$706,04	\$2.706,04	26,09%

Sin deuda

Medidas de Rentabilidad (sin deuda)			
Rendimiento sobre Activos (ROI)		$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Inversión en Activos}}$	
Año	Utilidad Operativa	Inversión Activos	ROI
1	\$1.214,18	\$4.000,00	30,35%
Rendimiento sobre el Patrimonio		$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Patrimonio}}$	
Año	Utilidad Neta	Total Patrimonio	ROE
1	\$774,04	\$4.000,00	19,35%

El ROI es el mismo si se trabaja con deuda o no, este porcentaje (30,35%) es bueno porque quiere decir que los activos de los que dispone la empresa están generando productividad.

El ROE que se tiene con deuda (26,09%) es mayor que el ROE sin deuda (19,35%), por este motivo la empresa adquiere una deuda, manejando así un apalancamiento para incrementar el retorno sobre el patrimonio.

CRONOGRAMA

Actividades	Inicio	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
Abogado (sociedad de hecho)	6 de Agosto 2012												
Notariar escritura de la sociedad	13 de Agosto 2012												
RUC	20 de Agosto 2012												
Permisos de Funcionamiento	3 de Septiembre 2012												
Reforma locales	5 de Noviembre 2012												
Licencia de Actividades	8 de Enero 2013												
Inspección Bomberos	15 de Enero 2013												
Colocación de publicidad local	4 de Febrero 2013												
Acercamiento del cliente	6 de Febrero 2013												
Publicidad volanteo	8 de Febrero 2013												
Publicidad virtual	11 de Febrero 2013												
Evaluar políticas y desempeño													
Evaluar las posicionamiento													
Planificar ampliación													

CONCLUSIONES DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

De acuerdo a la investigación realizada, se pudo determinar puntos importantes para el éxito de este negocio, donde se centraran las estrategias a utilizarse, como el de la aceptación del cliente, precios y competencia. Los resultados obtenidos indican que es un buen negocio con muchas oportunidades de crecer y expandirse. Los resultados financieros obtenidos indican que este negocio genera ganancias, de acuerdo a los flujos obtenidos y al VAN, que en este caso es de \$84,17, un valor relativamente bajo porque es el inicio de la actividad económica. Con lo cual se puede llegar a la conclusión de que este es un negocio factible.

RECOMENDACIONES

Se recomienda utilizar la información generada en este plan de negocios con el fin de constituir una empresa sólida, rentable y diferenciadora, ya que es información real y actual, que representa el comportamiento del mercado. Además de utilizar las estrategias planteadas para la fidelidad de los clientes y la atracción de clientes nuevos.

BIBLIOGRAFIA

Cámara Nacional de Microempresas del Ecuador.- requerimientos para crear una empresa. www.camaranacionalmicroempresas.org

MSP del Ecuador para conocer si los productos necesitan un registro sanitario. www.msp.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=149&Itemid=199

<http://www.cccuenca.com.ec/index.php?idC=34>

http://conquito.org.ec/creaempresa/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=40

Anexo 1: Formato de la encuesta



Nº Encuesta:

Tiempo aproximado: 5 min

Reciba un cordial saludo de los alumnos de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay, solicitamos su colaboración para la siguiente encuesta.

1. **¿Consume usted comida rápida? Si su respuesta es SI continúe con la encuesta; caso contrario de por terminada la encuesta.**

SI NO

2. **¿En qué lugar de comida rápida suele comprar con más frecuencia?(Señale uno)**

Burger King Retro Burger

KFC John's Burger

3. **Indique la importancia según su opinión a la hora de comprar un sándwich (1= Nada, 2=Indiferente, 3= Importante, 4=Muy importante).**

Precio	1	2	3	4
Presentación	1	2	3	4
Ingredientes	1	2	3	4
Marca	1	2	3	4

4. **Usted prefiere:**

Un sándwich elaborado
O uno elaborado con ingredientes a su gusto

5. ¿Cuánto estaría dispuest@ a pagar por un sándwich preparado con ingredientes a su gusto?

\$ 1.00 \$ 2.00 \$ 3.00
\$ 1.50 \$ 2.50 \$ 3.50

6. Para su comodidad ¿Dónde debería estar ubicado el local? Señale en orden de su preferencia del (1 al 4) siendo 1 el mejor.

Centro Histórico Zona rosa
Remigio Crespo Cerca de la UDA

GRACIAS POR SU COLABORACION!!!!!!!

Anexo 2: Tabulación de las encuestas

1.- Consume usted comida rápida? si su respuesta es si continúe con las siguientes preguntas, caso contrario de por terminada la encuesta.

Si	353
No	30
TOTAL	383

2.- En qué lugar de comida rápida suele comprar con más frecuencia?

Burger King	144
KFC	94
Retro Burger	60
John's Burger	55
TOTAL	353

3.- Evalúe del 1 al 4 lo siguiente

	1	2	3	4	TOTAL
Precio	7	62	173	111	353
Presentación	4	33	262	54	353
Ingredientes	24	56	180	93	353
Marca	21	106	182	44	353

4.- usted prefiere:

Sánduche elaborado	42
O elaborar a su gusto	311
TOTAL	353

5.- Cuánto pagaría por el sánduche con ingredientes a elección.

\$ 1,00	26
\$ 1,50	31
\$ 2,00	147
\$ 2,50	98
\$ 3,00	38
\$ 3,50	13
TOTAL	353

6.- Dónde desearía que este ubicado

	1	2	3	4	TOTAL
Centro Histórico	89	103	95	66	353
Remigio Crespo	200	97	37	19	353
Zona Rosa	106	79	87	81	353
Cerca UDA	121	66	67	99	353