UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA BRINDAR EL SERVICIO DE COMPRA EN LÍNEA Y ENTREGA A DOMICILIO DE PANADERÍA Y PASTELERÍA, MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN EL SECTOR URBANO DE CUENCA.

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

LEONARDO FABIÁN QUITO AUQUILLA

DIRECTOR:

ING. MARCO PIEDRA AGUILERA

CUENCA-ECUADOR

2020

Dedicatoria

Este trabajo de graduación primero le dedico a dios por darme un día más de vida y la sabiduría para cumplir mis metas, y con mucho cariño a mi mamá Teresa que partió ya al cielo y me dejo una enseñanza muy profunda en mi corazón, también le dedico a mi papá José, a mi esposa Fernanda, y a mi hijo Cristopher Leandro por ser parte fundamental de mi vida.

Leonardo Quito Auquilla

Agradecimiento

Agradezco a mi director de tesis al Ing. Marco Piedra por ser mi guía para realizar este trabajo de investigación, brindando sus enseñanzas y conocimientos.

Al Sr. Javier Bermejo por compartir conocimientos y ser un emprendedor, que me permitió ser parte de llevar la administración y poner en practica mis conocimientos universitarios.

Leonardo Quito Auquilla

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria…….....II

Agradecimiento…….....III

Índice de contenidos …….....IV

Resumen……V

ABSTRACT…….VIII

Introducción……...…1

Capítulo 1: Entorno Empresarial…….2

1.1 Análisis de las fuerzas de PORTER..……..2

1.2 Análisis FODA ……5

1.3 Análisis PESTLA…….6

Capítulo 2: Estudio de Mercado……14

2.1 Perfil del proyecto……..14

2.2 Análisis del mercado……14

2.3 Producto……..16

2.4 Oferta……..17

2.5 Demanda……17

2.6 Precio……..18

2.7 Competencia……..18

2.8 Comercialización……...18

2.9 Estrategias de marketing……19

2.10 Políticas de cobro……19

2.11Segmentación de mercado……....19

2.12 Tamaño de la muestra……20

2.13 Diseño del cuestionario……....…23

2.14 impactos:……..45

2.14.1 Ambientales……..45

2.14.2 Sociales…….45

Capítulo 3: Estudio Técnico, Administrativo y Legal……..…46

3.1 Estudio técnico……..46

3.1.1 Tamaño óptimo……46

3.1.2 Análisis del servicio…….46

3.2 Necesidades del proyecto……53

3.2.1 Maquinaria y equipo……..…53

3.2.2 Insumos……...58

3.2.3 Mano de obra…….58

3.2.4 Servicios básicos……...59

3.3 Estudio administrativo…….....60

3.3.1 Estructura orgánica……60

3.3.2 Rol de ventas y logística……...60

3.3.3 Organigrama……...62

3.4 Estudio legal…….....63

3.4.1 Constitución de la compañía……....63

3.4.2 Permisos de funcionamiento……....64

Capítulo 4. Estudio Económico-Financiero…….....65

4.1 Fuente de financiamiento……....66

4.2 Balance general proyectado……....71

4.3 Estado resultado proyectado……...73

4.4 Flujo de caja proyectado……..74

4.5 Evaluación del proyecto…….....76

4.5.1 VAN……..77

44.5.2 TIR……..77

Conclusiones……79

Recomendaciones……...80

Referencias…….....81

Anexos……...83

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para implementar una aplicación móvil para la compra en línea y un servicio de entrega a domicilio de panadería y pastelería en el sector urbano de Cuenca.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará una metodología que se fundamente en un estudio Político, Económico, Social, Tecnológico, Legal y Ambiental, que permitirá conocer si es factible ejecutar la aplicación, además se podrá tomar las decisiones y analizar los estudios necesarios para ejecutar el aplicativo. Esto se realizará de manera directa con la población urbana de Cuenca, con el fin de conocer sus necesidades.

Finalmente el estudio a realizar nos permitirá conocer la viabilidad de la idea de negocio y diseñar el aplicativo móvil para mejorar el servicio de panadería y pastelería.

El alcance del proyecto busca determinar la factibilidad para la creación de una aplicación móvil a que estarían dispuestos a utilizarlo para comprar el producto con entrega a domicilio.

ABSTRACT

This research work aimed to conduct a feasibility study to implement a mobile application for online purchase and a home delivery service of bakery and pastry in the urban sector of Cuenca. A methodology based on political, economic, social, technological, legal and environmental studies was used to develop this research. This allowed to determine if it is feasible to execute the application. In addition, it will be possible to make the decisions and analyze the studies necessary to execute the application. The study was carried out directly with the urban population of Cuenca in order to meet their needs. Finally, the study allowed to determine the viability of the business idea and design the mobile application to improve the bakery and pastry service. The scope of the project seeks to determine the feasibility for the creation of a mobile application that would be used to buy the product with home delivery.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Dpto. Idiomas

Translated by
Ing. Paúl Arpi

VIII

INTRODUCCIÓN

En este estudio de factibilidad para la creación de un aplicativo móvil surge al conocer la problemática que existen en la actualidad, en donde hay personas que buscan alternativas cómodas que les ahorre tiempo y evite la movilización para realizar sus compras.

En el desarrollo de esta investigación, se realizará un análisis y el desarrollo de los siguientes estudios, (Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico y Estudio Administrativo y Legal), con el fin de obtener la información necesaria para la toma decisiones sobre la viabilidad del proyecto.

En el estudio de mercado se identificara tanto el precio al que los consumidores están dispuestos a comprar, los gustos y preferencias, la demanda, cuyo objetivo particular será ratificar la posibilidad real de colocar el servicio que elaboraría el proyecto en el mercado.

Adicionalmente se realizará un estudio Técnico, Administrativo y Legal, con el fin de identificar cuáles son los factores que afectan a la empresa para su desarrollo, además se llevará a cabo un estudio Económico-Financiero para saber cuál será el monto necesario para ejecutar el proyecto.

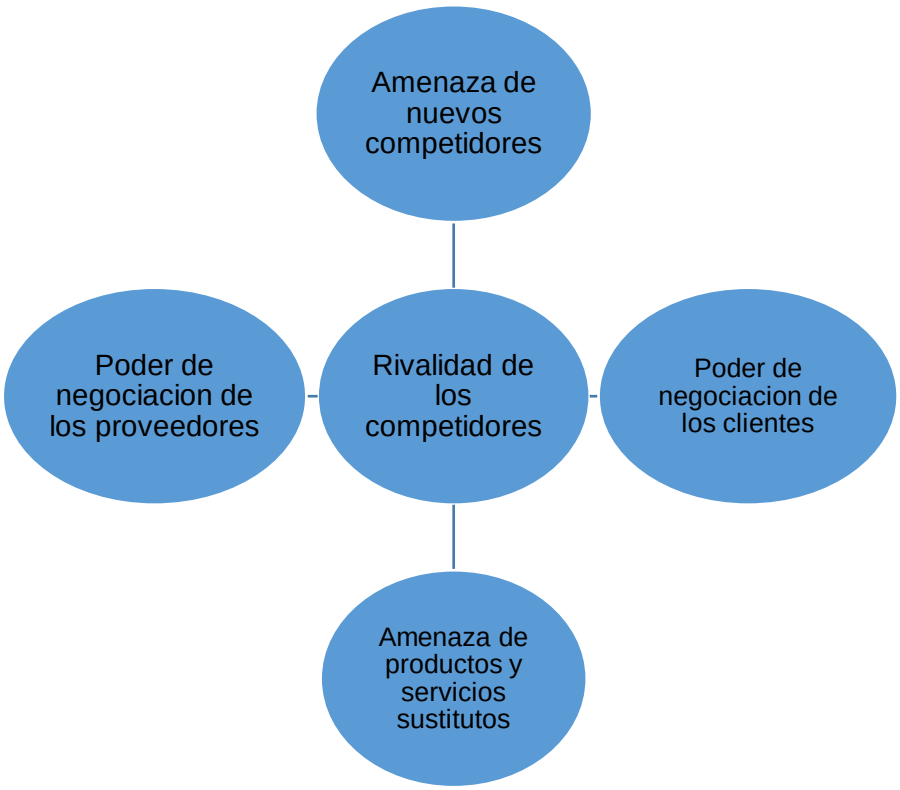
El objetivo de esta tesis es elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un aplicativo móvil para el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería en el sector urbano de Cuenca.

CAPITULO 1 ENTORNO EMPRESARIAL

1.1. Análisis de las fuerzas de PORTER:

Las cinco Fuerzas del modelo de PORTER nos “permiten llegar a un entendimiento acerca de la rentabilidad actual de un sector y nos brinda un marco para anticiparnos de la competencia en el largo plazo, es una herramienta reveladora de la estrategia de una Unidad de negocio utilizada para hacer un análisis de valor de una estructura de la industria. El análisis de las fuerzas competitivas se logra por la identificación de 5 fuerzas competitivas fundamentales” (Porter, M, 2008).

Ilustración 1, Las 5 fuerzas de Porter.



Fuente: Porter M. (Harvard Business Review 2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Recuperado el 24 de julio del 2019: https://utecno.files,wordpress,com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-michael_porter-libre.pdf

Realizado por: Quito Leonardo

Las fuerzas de Porter nos permiten llegar a un entendimiento acerca de la rentabilidad de un sector y anticiparnos de la competencia, a continuación:

Rivalidad de los competidores.

Las empresas están en busca de ventajas para lograr abaratar costos y mejorar servicios, de esta manera existe competencia de las empresas que pretenden llegar a ser más llamativos en el mercado.

La competencia es amplia en cuanto a locales de panadería y pastelería que brindan el mismo producto, sin embargo se deberá superar a los competidores con un mejor servicio y de calidad, para llegar a crear ventajas sostenibles, debemos analizar que busca cada uno en el mercado, cual es la estrategia, cuales son las diversas fortalezas y debilidades, y cómo reaccionará cada uno ante las acciones que se podría emprender.

En la actualidad no existen empresas que se dediquen a la venta en línea de productos de panadería y pastelería mediante una aplicación móvil, pero eso no impide que los competidores busquen los avances tecnológicos para ser más eficientes, debido a que no existen barreras de entrada en el mercado.

Amenaza de nuevos competidores.

No existe una barrera de entrada para los nuevos competidores. Es un sector altamente competitivo, hay que enfrentar entornos cada vez más globalizados, en los cuales cada día se están generando nuevas tecnologías, la amenaza de nuevos competidores está a la mano de las soluciones tecnológicas que hoy en día está en tendencia para crear negocios exitosos.

La estrategia de la competitividad radica en anticiparnos y enfrentarnos a las reacciones de los competidores y a los cambios en las demandas de los clientes, de esta manera se descubrirá áreas de ventajas y desventajas, en donde tenemos que ganar mercado potencial.

Amenaza de productos y servicios sustitutos.

El servicio sustituto que se convierte en una amenaza son las diferentes plataformas que se pueden acceder para el servicio de entrega a domicilio y compra de productos, además las compañías de motorizados como; móvil rides food, moto delivery, moto flash, moto express, pedir comida u otros productos con una aplicación móvil como; Uber Eats, Globo, A domicilio, Pedidos Ya, entre otros. La tendencia de las

aplicaciones móviles está en crecimiento, ahora las personas quieren hacer todo desde su dispositivo móvil, cada vez surgen más aplicaciones para acceder a los servicios sin tener que salir del hogar. Otro sustituto para el servicio en línea es la compra directa en los locales de panadería y pastelería de la ciudad de Cuenca.

Poder de negociación de los proveedores.

En la actualidad no existe una marca de proveedores que sobresalga sobre las demás, por lo que los proveedores no pueden tomar el control de la negociación.

La demanda de productos de panadería y pastelería es alta en la actualidad, sin embargo empresas que estén bien organizadas y tengan fuertes recursos pueden entrar fácilmente en el mercado, por esta razón se pretende asegurar el ingreso al mercado de Cuenca, que permita una buena rentabilidad, en donde dependerá de la cantidad que los clientes compren, así como la frecuencia que lo hagan.

La tendencia de aplicaciones móviles cobra fuerza en el mercado ecuatoriano, cada vez con mayor facilidad para el cliente. Para Fernando Cruz manager para América Latina de HelloFood, sostiene que “hoy en día se siente una demanda de diferentes servicios a través de “apps”. El problema es que no hay mayor oferta, y faltan empresas que ofrezcan soluciones móviles”. (Revista Lideres, 2019).

Poder de negociación de los clientes.

Al no existir un sustituto directo de compra en línea de panadería y pastelería, los clientes no tienen la posibilidad de cambiar de proveedor debido al no existir uno semejante que preste el servicio en línea, en donde los consumidores serán parte importante para el funcionamiento del aplicativo. Cada vez son más las personas que se familiarizan con estos tipos de oferta, en donde los consumidores optan por adquirir sus productos de una manera rápida y sin complicaciones, mediante las aplicaciones, en donde indica que los avances tecnológicos ha transformado los hábitos de consumo.

Por otro lado, los consumidores tienen la libertad de elegir en donde adquirir sus productos, por esta razón se pretende que para la venta en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, la aplicación móvil sería un factor importante para la negociación con los clientes, que brinde el mejor servicio y de calidad.

Estrategias competitivas de Porter

Porter identifico tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear una posición defendible en el largo plazo, estas son:

Liderazgo de costo totales: en donde se trabajará arduamente para lograr los costos de producción y distribución más bajos, en donde los menores costos nos permitan fijar precios más bajos y con un amplio margen de participación en el mercado.

Algunos riesgos por seguir el liderazgo en costos son que los competidores podrían imitar la estrategia, o que el interés de los compradores podría desviarse hacia otras características de diferenciación además del precio.

Diferenciación: es crear un aplicativo móvil para la compra en línea y entrega a domicilio que permita ser líder en el mercado de panadería y pastelería, la diferenciación puede basarse en el producto mismo, en el sistema de entrega por el medio del cual se pretende vender, se debe seguir tras un atento estudio de las necesidades y preferencias de los compradores.

Un riesgo es que los clientes podrían no valorar lo suficiente al servicio de comprar en línea, otra de los riesgos es que los competidores podrían desarrollar formas de copiar con rapidez.

Enfoque: este estudio se concentrará en atender el segmento de la zona urbana de Cuenca, en lugar de ir buscar todo el mercado, cada estrategia es un enfoque diferente para crear y mantener una ventaja competitiva que sean sostenible en el tiempo y difíciles de igualar o imitar, ofreciendo un valor superior al cliente.

1.2. Análisis Foda

Fortaleza:

- Precios bajos en relación a la competencia.
- Servicio continuo, durante todo el año.

- Fácil de usarlo.
- Incorporación de nuevas Tecnologías.

Oportunidades:

- nuevos clientes y crecimiento de la demanda.
- Adquisición de software que facilite las operaciones de la empresa.
- Aprovechar las debilidades de la competencia.
- Más del 70% de las personas consumen pan en Cuenca.

Debilidades:

- Presupuesto limitado.
- Empresa nueva en el mercado.
- Fallas en el sistema de funcionamiento de la aplicación.
- No brindar el servicio las 24 horas

Amenazas:

- Incremento de impuestos y aranceles.
- Nuevas empresas en el mercado debido a las bajas barreras de entrada.
- Riesgo de una ley que restrinja la aplicación.
- Fuerte Competencia.
- Riesgo de no alcanzar la aceptación requerida para el proyecto.

1.3. Análisis PESTLA.

Político:

Actualmente el modelo de gobierno presidido por el presidente Lenin Moreno, pretende conectar vínculos comerciales con otros países y atraer la inversión extranjera. De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 (2017), el Gobierno ha estructurado en tres ejes nacionales de desarrollo: derechos para todos durante toda la vida, segundo eje es economía al servicio de la sociedad, y el tercer eje más sociedad, mejor Estado.

De acuerdo El Comercio (2019), Ecuador cree que el “Brexit”, no afectará a sus relaciones con el Reino Unido, debido a que las relaciones diplomáticas y turísticas entre Ecuador y Gran Bretaña están en muy buenas condiciones, además se encuentra trabajando para lograr un acuerdo comercial con el Reino Unido para fomentar las importaciones y mantener las preferencias arancelarias. Entre los años

2017 y 2018 Ecuador experimento un crecimiento de turistas de un 11%, permitiendo nuevos proyectos y nuevas estrategias para obtener mejores ingresos. Estas relaciones son beneficiosas para el país, pero a la vez, empresas extranjeras están tratando de ingresar al mercado ecuatoriano para competir en el segmento de las aplicaciones, en donde las extranjeras Glovo y Uber Eats ya ingresaron al mercado, en donde hacen entregas de todo tipo de insumos y tienen éxito a nivel mundial, en el cual se crearía una desventaja para crear un aplicativo para la panadería, la competencia podría afiliarse con estas empresas para vender su productos.

Económico:

Se puede decir que la situación económica del Ecuador no es estable, además hay muchos problemas sobre los manejos económicos en los últimos años, es así que el país está endeudado. Según un boletín emitido por el Ministro de Finanzas, publicado al 31 de marzo del 2019, la deuda pública es de 51,214.8 millones de dólares. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019).

No sabemos si el estado garantizará que el futuro de la economía vaya ser mejor, esto dependerá de las acciones que el gobierno haga y de cómo reaccione a ciertas irregularidades que existe.

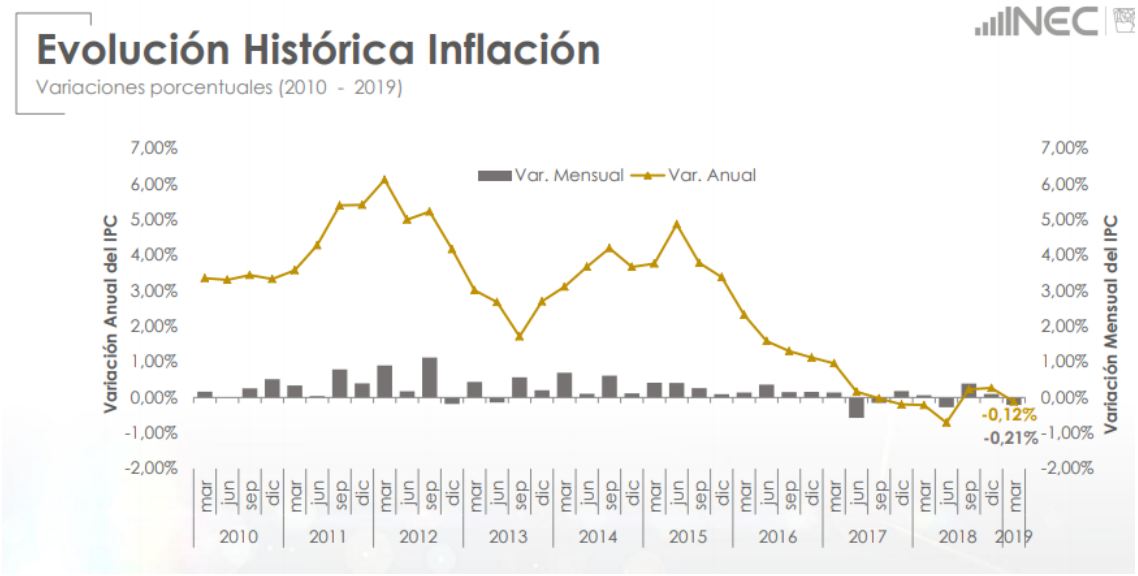
Se debe estabilizar la economía en el Ecuador, protegiendo a los más pobres, generar fuentes de empleo y fortalecer las finanzas públicas, para esto se debe hacer ciertos cambios en el gobierno y a entidades, que sean manejados por sectores privados. La administración pública debe ser transparente, que se pueda acceder a la información sobre el uso de los recursos y así poder salir de la crisis que está afectando a nivel nacional.

Según El Universo (2018), el Ecuador registro la inversión Extranjera Directa más alta en al menos los últimos 11 años, la cifra llego a $ 1.401 millones, equivalente a un crecimiento del 126,5% más que en el año 2017, así lo reporto el Banco Central del Ecuador (BCE).

El Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador presenta un crecimiento anual de 1,4%, de acuerdo al Banco Central del Ecuador (2018), este incremento se explica: mayor gasto de consumo final de gobierno general, aumento del 2,7% en el gasto de consumo de los hogares, mayor formación bruta de capital fijo e incremento del 0,9% de exportaciones de bienes y servicios.

Inflación.- la inflación anual cerro en el 2018 en -0,12% en el Ecuador, en donde a marzo del 2019 el valor fue de -0,21%, la inflación del país tiene una tendencia a la baja desde el año 2015 hasta la actualidad (INEC, 2019). Ver Ilustración 2.

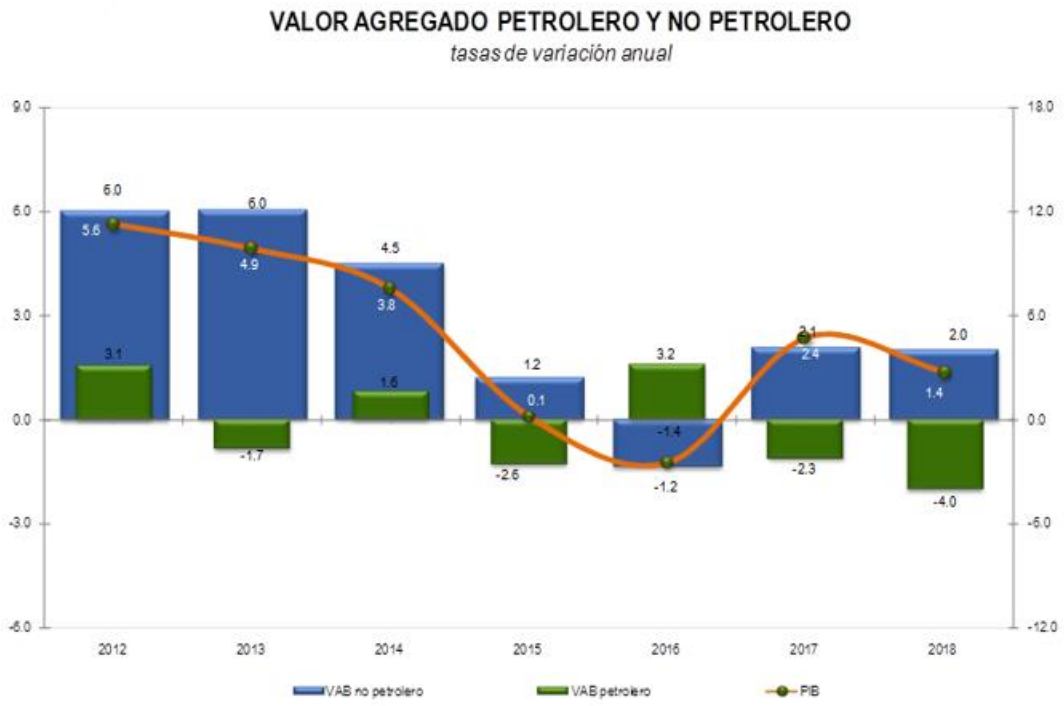
Ilustración 2, Evolución Histórica Inflación.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2019)

El sector del Petróleo registro una caída en su valor agregado bruto de 4%, asociado a una disminución en la extracción del petróleo crudo del 3,3%, esto debido a las paralizaciones programadas de las refinerías Esmeraldas, La Libertad y Amazonas (BCE,2018). Ver Ilustración 3.

Ilustración 3, Valor Agregado Petrolero y No Petrolero

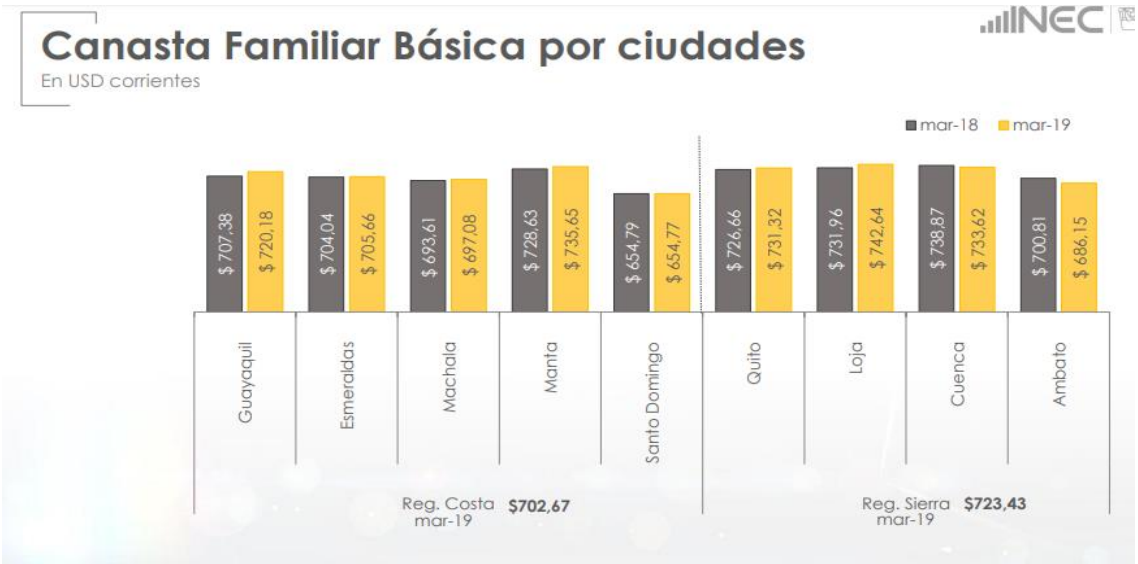


Fuente: Banco Central del Ecuador

Social:

Según los datos del INEC (2019), la canasta familiar para la ciudad de Cuenca a marzo del 2019 tiene un costo de $733,62 dólares americanos, a comparación a marzo del 2018 que estuvo a $ 738,87, como se puede ver en la Ilustración 4.

Ilustración 4, Canasta Familiar Básica por Ciudades.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2019)

El ingreso familiar al año 2019 está en $ 735,47, y el sueldo básico es de $394 dólares, en el cual implica que en un hogar deberían trabajar por lo menos dos personas para poder cubrir el costo de la canasta familiar (INEC, 2019).

La población.- El Ecuador posee una población de 17.054.523 habitantes hasta julio del 2018, en el Azuay la proyección de la población para el año 2020 sería de 881.394, a comparación de los anteriores años que fue de 767.695 año 2012 y 810.412 año 2015 respectivamente, además Azuay tiene la mayor esperanza de vida de 77 años de vida (INEC, 2019).

El nivel de pobreza en el Ecuador alcanzo el 23% en el año 2018, según la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en la información proporcionada Cuenca es la Ciudad con la tasa más baja de pobreza a diciembre del 2018. Ver tabla 1.

Tabla 1. Nivel de pobreza en Ecuador.

Periodo	Quito	Guayaquil	Cuenca	Machala	Ambato
dic-07	10,1%	22,5%	10,1%	26,2%	17,8%
dic-08	10,0%	13,1%	8,1%	17,7%	13,6%
dic-09	12,1%	20,1%	11,4%	16,0%	17,1%
dic-10	10,5%	20,1%	9,7%	22,0%	14,9%
dic-11	9,1%	9,1%	5,2%	12,0%	9,8%
dic-12	8,0%	7,2%	10,1%	9,5%	8,0%
dic-13	6,1%	16,7%	5,0%	12,3%	7,4%
dic-14	7,5%	12,7%	7,8%	11,9%	7,3%
dic-15	8,7%	11,7%	4,5%	9,6%	8,0%
jun-16	7,9%	8,5%	7,6%	10,1%	9,8%
dic-16	10,2%	12,5%	7,5%	11,6%	12,3%
jun-17	7,8%	10,5%	7,8%	14,4%	10,2%
dic-17	**7,3%**	**9,6%**	**4,0%**	**13,6%**	**11,3%**
jun-18	12,8%	14,1%	2,8%	10,7%	9,7%
dic-18	**8,3%**	**9,9%**	**4,2%**	**8,6%**	**8,4%**

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2019)

Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu, 2019), destaca que la tasa de empleo o pleno cayó 3,2 puntos porcentuales frente a marzo del 2018, esto significa que en el último año 261.767 perdieron su empleo. Por el contrario la tasa de desempleo aumentó 0,2%. En marzo del 2018 registro un 4,4%, mientras para marzo del 2019 subió al 4,6%, 2017 (INEC, 2019).

Tecnológico:

La inversión en tecnología es un factor muy importante para el Ecuador y para el adelanto de un país, de acuerdo al El Telégrafo (2019), el gobierno firmó contratos con empresas nacionales y multinacionales en donde se destinara$ 9.435 millones una parte a la tecnología y a otros sectores productivos.

Con la implementación de una aplicación móvil, se generara un avance tecnológico para la ciudad de Cuenca, con la ventaja de servicios eficientes, para el cual se aplicarán estrategias para dar a conocer esta innovadora aplicación a la población, se puede ver en la actualidad el cambio de cultura de las personas que se inclinan hacia los servicios cómodos y en línea.

Según los datos de la página de Ecuador en Cifras, la provincia del Azuay tiene mayor porcentaje que tienen acceso a internet en un 64,5% a nivel nacional, de las personas que usan internet el 57,2% acceden desde su hogar y al mismo tiempo tienen acceso de telefonía móvil inteligente en un 63,6%, lo cual es una buena señal para toma de decisiones. En la actualidad la educación va de la mano de la tecnología, en donde vemos una oportunidad debida que la población está actualizada cada día y comparten sus conocimientos.

Legal:

Según el artículo 58, publicada en el registro oficial 557, el que empleando cualquier medio electrónico, informático o a fin, violentare claves o sistema de seguridad, para acceder u obtener información protegida, contenida en sistemas de información, para vulnerar el secreto, confidencialidad y reserva, será reprimido con prisión de seis meses a un año y una multa de quinientos a mil dólares, es así que tanto el vendedor como el consumidor se encuentra protegido de cualquier tipo de estafa, al mismo tiempo se mantendrá constante de información actualizada de las normas vigentes dispuestas por el estado ecuatoriano. Se cumplirá con todos los trámites de permisos adecuados para el funcionamiento de la empresa, para evitar cualquier tipo de inconvenientes a largo plazo.

Para la implementación y el uso de aplicación móvil no es difícil lanzar al mercado, no se requiere permisos que otorgue las leyes ecuatorianas, además el costo de crear las aplicaciones no es cuantioso. En cuanto al proyecto de la aplicación móvil se deberá seguir las normas y políticas de Google en caso de Android y de iOS en el caso de Apple. A continuación las políticas y condiciones más relevantes:

Tabla 2, Condiciones y Políticas de Google y iOS

Políticas y Condiciones	Android	iOS
Acceso al contenido y uso	Se necesita dispositivos que cumplan con el sistema y software compatible.	Necesita hardware y software compatible y acceso a internet.
Restricción de edad	Los administradores y miembros deberán cumplir con los requisitos como: tener una cuenta valida y aceptar las condiciones.	Los niños bajo la mayoría de edad deberán revisar este acuerdo con su padre o legal para garantizar que se entienda.
Tarifas de terceros	Ser responsable de las tarifas de acceso a datos, en relación con su uso y visualización del contenido.	Las aplicaciones disponibles mediante la App Store le serán licenciadas y no vendidas, su licencia en cada aplicación está sujeta a su previa aceptación de este contrato para usuario final.
Actualizaciones	Puede requerir actualizaciones, correcciones de errores, mejoras de funciones y versiones nuevas.	Apple es responsable de proporcionar mantenimiento y soporte para las aplicaciones o según la ley lo requiera.
Políticas de privacidad	Como administramos los datos personales, proteger la privacidad, procesamiento de transacciones del usuario.	Apple protegerá la información de cualquier forma.

Suscripciones	Se cobrará las suscripciones automáticamente en cada periodo de facturación.	Los servicios y ciertas aplicaciones podrían permitirle adquirir acceso a contenidos o servicios por suscripción.
Derecho y restricciones	Estarán reservados todos los derechos, su uso de aplicaciones se regirá por los términos y condiciones adicionales del acuerdo de licencia de usuario final entre el proveedor.	Apple se reserva el derecho en cualquier momento de modificar este acuerdo y añadir términos o condiciones nuevas o adicionales.
Políticas de cookies	La necesidad de aceptación de las cookies en dispositivos móviles es importante, se deberá hacer un aviso informativos y como rechazarlas.	La necesidad de aceptación de las cookies en dispositivos móviles es importante, se deberá hacer un aviso informativos y como rechazarlas.

Fuente: Google Play & Apple/legal/privacy. (2019). Obtenido de www.Google Play.com

Realizado por: Quito Leonardo.

Ambiental:

Según los datos del INEC (2019), las principales afectaciones ambientales son la contaminación del agua 41,7% y la deforestación 20,8%.

Con respecto a las panaderías se debe enfocar en las certificaciones de calidad como las buenas prácticas de manufactura (BPM). La norma ISO 14.000 se basa en la norma inglesa sobre el medio ambiente, que asegura la protección ambiental.

La empresa ofrecerá un servicio que se realizará por internet, ya que este se almacenara en la computadora, todo el proceso de publicidad y marketing será por medio de internet, es así que reduce el uso de papel ayudando al medio ambiente de manera positiva. Además se generarán estrategias para ayudar al ahorro de energía y protección del medio ambiente.

CAPITULO 2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Perfil del proyecto

En la ciudad de Cuenca los locales de venta de panadería y pastelería no cuentan con un servicio de compra en línea y entrega a domicilio, sin embargo existen personas que buscan alternativas cómodas que les ahorre tiempo y evite la movilización, por esta razón se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de una aplicación móvil, en donde se investigará si estarían dispuestos a utilizarlo para adquirir el producto con entrega a domicilio, ofreciendo mayor confiabilidad para los clientes, de esta manera satisfacer las necesidades de la población urbana de Cuenca.

2. 2 Análisis de mercado

“La compañía debe identificar las partes del mercado a las que puede servir mejor y con mayor provecho. Debe diseñar estrategias para crear las relaciones correctas con los clientes correctos”. (Philip & Gary, 2008).

En este estudio de mercado tiene como fin de conocer si es factible la creación de una aplicación móvil que brinde el servicio de compra en línea y de entrega a domicilio de panadería y pastelería, y hacer un estudio de la demanda como de la oferta en el sector urbano de Cuenca.

“Un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar, y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación del mercado especifica que afronta una organización”. (Kotler & Armstrong, 2007).

Para comenzar la recolección de la información lo primero que se planteó, es qué se pretende buscar de la investigación de mercado, en donde se conocerá lo siguiente:

- Si la población urbana tiene un teléfono inteligente: en donde conoceremos la cantidad de personas que poseen un teléfono inteligente en casa.
- Si tienen acceso a internet: conoceremos si tienen accesibilidad del servicio del internet en cualquier momento del día.

- Si conocen o ha solicitado un servicio mediante una aplicación móvil: conoceremos si las personas han utilizado alguna vez una aplicación móvil para la compra de un producto o servicio.
- Conocer si considera difícil utilizar o comprar mediante una aplicación móvil.
- Conocer si población les gustaría comprar productos de panadería y pastelería mediante una aplicación móvil: analizaremos si las personas estarían de acuerdo en comprar en línea productos de panadería y pastelería y con entrega a domicilio.
- Saber si la gente conoce de otras empresas que presten estos tipos de servicios: conoceremos si existen aplicaciones móviles que den un mismo servicio.
- Analizar cuáles son las características de mayor importancia: saber sus atributos a la hora de comprar mediante una aplicación, como por ejemplo la forma de pago, tiempo que esperaría por el producto, entre otros.
- Conocer donde desearía que le entregue el producto: conoceríamos el lugar en donde le gustaría que sea entregado.
- Cuánto estarían dispuestos a pagar adicionalmente por la entrega del producto: conoceremos si las personas estarían dispuestos a pagar por la entrega a domicilio.
- Conocer la forma de pago: saber el método de pago que utilizan con frecuencia para cancelar sus compras.
- Conocer el medio publicitario que les gustaría que sea visible: averiguar cuál es el medio publicitario más accesible para conocer el servicio.
- Conocer el consumo de pan: podremos saber cuántos panes consumen diariamente en los hogares, para que sea más constante el proceso de producción.
- Conocer el horario de compra de productos de panadería: en donde analizaremos los horarios más frecuentes que consumen el pan.

Con este estudio de mercado se pretende obtener información confiable con el fin de conocer las respuestas de la población acerca de la aplicación móvil.

El propósito principal de la investigación de mercados es proporcionar información para la toma de decisiones. “El estudio de mercado provee de información para la estimación de una demanda futura, que puede ser variable en el tiempo y que sirve como referencia para la determinación del tamaño más adecuado” (Baca, 2010).

A continuación se diseñaron preguntas, en donde permitirá que los resultados sean útiles para la investigación, para precisar esta tesis primero se realizó 30 encuestas piloto, para tener una referencia y verificar que las interrogaciones sean comprendidas y nos brinde la información necesaria que buscamos. Ver Anexo 1.

La encuesta piloto que se realizó fue dirigida al público que se acercó a comprar en la panadería y pastelería que se encuentra en el mercado varios años, que está ubicado en el sector del Paraíso II de la parroquia Cañaribamba en Cuenca, en donde los resultados reflejó lo siguiente:

- Se tomará en cuenta que hay algunas preguntas que deben ser más concretas, es así que las pregunta 9 y 10 pueden ser unidas y obtener un solo resultado.
- En la pregunta que tuvieron problema en responder fue en la 16, el rango de horario de frecuencia compra, debe ser cambiada por mañana, tarde, noche, y diferente horario, en donde sea más fácil la respuesta para los encuestados.
- En las escalas de medición, si lo tomaron con una buena reacción, debido a que estas escalas presentadas se podrá encontrar resultados reales para la toma de decisiones.
- Por último se deberá replantear la pregunta 16, para que de esta manera sea más clara y sencilla entenderla.

Luego de los resultados obtenidos en la encuesta piloto se llevó a cabo a realizar las respectivas correcciones en algunas preguntas en donde se pudo observar que tuvieron dificultades en responder, en el cual deben ser rectificadas para que el encuestado le sea más fácil de entenderlo y llegar a obtener resultados concretos, y con estas observaciones se diseñó el cuestionario de la encuesta final para el mercado a investigar. Ver anexo 2.

2.3 Producto o Servicio

Fayolle (2007) dice: “el emprendimiento se trata de crear valor”, por parte de individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto, proceso o servicio”.

El servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca, tiene como finalidad

de facilitar en la compra en línea y su entrega a domicilio al cliente, cubriendo unas de las necesidades básicas que es la alimentación.

La propuesta del proyecto es la implementación de una aplicación móvil de servicio de panadería y pastelería, donde podrá ordenar la cantidad, el modelo, el tamaño, el sabor a través de una orden de pedido al sistema, y podrán tener listo su producto a su domicilio. La orden de pedido lo podrá hacer con un teléfono inteligente que tenga internet o mediante un equipo tecnológico que contenga la aplicación.

Esta aplicación ofrecerá la venta en línea, todo lo que corresponde a productos de panadería y pastelería, que tenga la opción en la plataforma con filtros de búsqueda, modelos, sabores, precios, opción de pagos etc.

2.4. Oferta.

Los actuales consumidores que ya forman parte de los clientes frecuentes que compran en la panadería se pudo conocer cuáles son los gustos, preferencias y las necesidades de cada familia, para los nuevos posibles consumidores se tomará decisiones basadas en el estudio de mercado, en donde conoceríamos si estarían dispuestos a comprar mediante una aplicación móvil.

Podríamos indicar que, de lo que conocemos hasta el momento en la actualidad en la ciudad de Cuenca no existen empresas que brinden el servicio de compra en línea de panadería y pastelería con entrega a domicilio, por lo tanto será un nuevo sistema de oferta que será brindará a los clientes.

2.5. Demanda.

Establecer la demanda actual que permita planear el posible mercado, conocer la cantidad de familias que están dispuestos a utilizar la aplicación móvil para la compra en línea del producto, dependiendo de los gustos y preferencias de los posibles consumidores.

El tipo de cliente al que se va dirigir el servicio es al consumidor final, en donde mediante las encuestas se podrá identificar el perfil del consumidor. El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar las posibilidades reales de que el servicio pueda penetrar efectivamente en el mercado.

2.6. Precio.

Mediante las encuestas y conociendo el precio que actualmente se compite en las panaderías del mercado de Cuenca se establecerá el precio conveniente para la venta en línea y el servicio de entrega a domicilio, tomando en cuenta los criterios de los consumidores y analizando los gastos que se incurre en la producción y del servicio, de manera que permita obtener un nivel adecuado de rentabilidad y justificar la factibilidad del proyecto.

2.7. Competencia.

En este punto vamos a determinar si existe competencia después de la investigación que se realizará en la ciudad de Cuenca, sin embargo existe otras alternativas de compra, en donde hay panaderías y pastelerías que ofrecen el servicio a domicilio, y por otra parte hay panaderías que se resisten al cambio, prefiriendo llevar a cabo sus operaciones de producción de una forma tradicional, en donde sus ventas lo realizan en sus propios locales. Por esta razón se pretende en un mejoramiento continuo, en donde estén siempre a las expectativas de los clientes en el mercado.

2.8. Comercialización.

En la actualidad para adquirir los productos de panadería y pastelería es de forma directa en los locales de Cuenca, es la manera más tradicional que realizan las personas en el mercado, sin embargo a muchos consumidores les toma tiempo de llegar o movilizarse. En cuanto a los pagos lo más habitual es en efectivo.

En cuanto a la estrategia comercial se determinará después de la investigación de mercados, en donde se deberá diseñar los canales de distribución, sin embargo la aceptabilidad de utilizar una aplicación móvil es importante, ya que va ser el mercado el que determine, se deberá analizarse si estarán dispuestos a comprar mediante un aplicativo móvil ya que es la meta que se pretende llegar.

2.9. Estrategias de Marketing.

El marketing de servicios necesita algo más que el marketing tradicional externo que aplica las cuatro P´s, según Kotler y Armstrong (2004), “el marketing de servicios también requiere de un marketing interno y de un marketing interactivo”.

Debido a que el estudio de factibilidad es de una aplicación para tecnología móvil, la estrategia en la comunicación consistiría que las personas podrán estar en contacto a través de publicidad, mediante el internet y redes sociales.

2.10. Políticas de Cobro

- Los pedidos serán con pago en efectivo.
- Con Tarjeta de débito y crédito, que no tendrá un valor adicional.

Para cancelar con las tarjetas de débito y crédito, tendrán la opción que se acumule un cierto monto y podrán pagar con dichas tarjetas, pero no tendrán valor adicional por el pago, debido a que la mayoría de las ventas son transacciones pequeñas.

2.11. Segmentación del Mercado

“La agrupación de consumidores de acuerdo con algún comportamiento similar en el acto de compra se denomina segmentación, la cual reconoce que el mercado consumidor está compuesto por individuos con diversidad de ingresos, edad, sexo, clase social, educación y residencia en distintos lugares, lo que los hace tener necesidades y deseos también distintos” (Sapag, 2008).

Las variables que se utilizarán para la segmentación del mercado son:

- Variables geográficas: en el presente estudio de investigación de factibilidad se realizará en la zona urbana de Cuenca, en donde en este sector se encuentra el mayor número de habitantes.
- Variable de enfoque del usuario: donde se analizará los criterios de los posibles consumidores como criterios de:

1. Frecuencia.
2. Lealtad.
3. Disposición de compra.

4. Preferencia.
5. Gustos y preferencias.

La segmentación del mercado: es seleccionar una parte del mercado en donde se pretende investigar y que permitan satisfacer sus necesidades, las características de esta segmentación está a continuación:

Tabal 3, Características de la segmentación del mercado.

Variable	Rango	Justificación
Edad	18 – 55	Ya que estas personas utilizan con frecuencia el internet y saben manejar un teléfono inteligente.
Nivel Socio Económico	A,B,C+	Debido a que en este grupo tienen un nivel socioeconómico estable.
Unidad Geográfica	Cuenca	La demanda se encuentra en la ciudad de Cuenca.
Población	Urbana	Porque las personas con mayor poder adquisitivo está en la zona urbana de la ciudad.
Grupo de referencia	Familias, lugares de trabajo, mini mercados.	Por ser productos de alimentación.
Clase social	Media/Alta	Tienen la capacidad de comprar.

Fuente: análisis de segmentación de mercado

Realizado: Quito Leonardo.

2.12. Tamaño de la Muestra

Para el tamaño de la muestra será tomado los sectores urbanos de Cuenca que está conformado por 15 parroquias urbanas. Ver Ilustración 7.

Ilustración 5. Parroquias Urbanas de Cuenca.

Fuente: mapa de las parroquias urbanas de Cuenca. Recuperado el 05 septiembre del 2019:http://www.editorialox.com/azuay.htm

Realizado por: Quito Leonardo.

Población:

Población del sector urbano de la ciudad de Cuenca se muestra a continuación:

Tabla 4, Población Urbana de Cuenca.

Parroquia	# Personas habitan
Bellavista	16.904
Sagrario	24.850
El Vecino	44.071
Ramírez Dávalos	12.886
Hermano Miguel	8.879
Machángara	9.578
San Sebastián	35.211

Cañaribamba	9.888
El Batan	13.557
Huayna Cápac	17.904
Monay	13.267
Totoracocha	22.827
Sucre	23.764
San Blas	23.363
Yanuncay	24.442
Total	**301.391**

Fuente: Consejo Nacional Electoral del Azuay (2019)

Realizado: Quito Leonardo.

Para el tamaño de la muestra se tomó la población total de las personas que sufragaron en las elecciones de 24 de Marzo del 2019, que hay en las 15 zonas que pertenecen a las parroquias urbanas de Cuenca.

Para poder saber cuál es la muestra de la investigación se utilizó la siguiente formula:

Ilustración 6. Formula de Muestra.

$$n = \frac{N \times Z_a^{\,2} \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_a^{\,2} \times p \times q}$$

Tabla 5, Tamaño de la Muestra

Tamaño de la muestra		
N	Tamaño de la población	301391
Z	Nivel de confianza	1,96
P	Probabilidad de éxito	0,5
Q	Probabilidad de fracaso	0,5
D	Error máximo admisible	0,05
n		**384**

Fuente: análisis del tamaño de la muestra

Realizado por: Quito Leonardo.

Conociendo los resultados mediante la fórmula aplicada nos da un total de 384 encuestas, que se deberán realizar para poblaciones finitas, es decir contables, en donde el tipo de muestreo que se aplicará es probabilístico dentro de la zona urbana de Cuenca.

2.13 Diseño del cuestionario de la Encuesta

Para la presente encuesta tienen como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una aplicación móvil, conociendo si estarían dispuestos a utilizarlo para la compra de los productos y con entrega a domicilio, tomando en cuenta los factores como: gustos y preferencias, formas de pago, y toda la información necesaria para la toma de decisiones de la empresa. Las encuestas se realizaron a las familias que habitan en la zona urbana de Cuenca. En total son 17 preguntas del cuestionario de la encuesta. Ver anexo 2.

Existen preguntas abiertas dentro del cuestionario, también habrá escalas para las diferentes preguntas y al finalizar la toma de información se realizará la tabulación y su respectivo análisis, en estas respuestas será la base para la toma de decisiones. Las encuestas serán personales, y estarán en contacto directamente entre el encuestado y encuestador.

Análisis de datos:

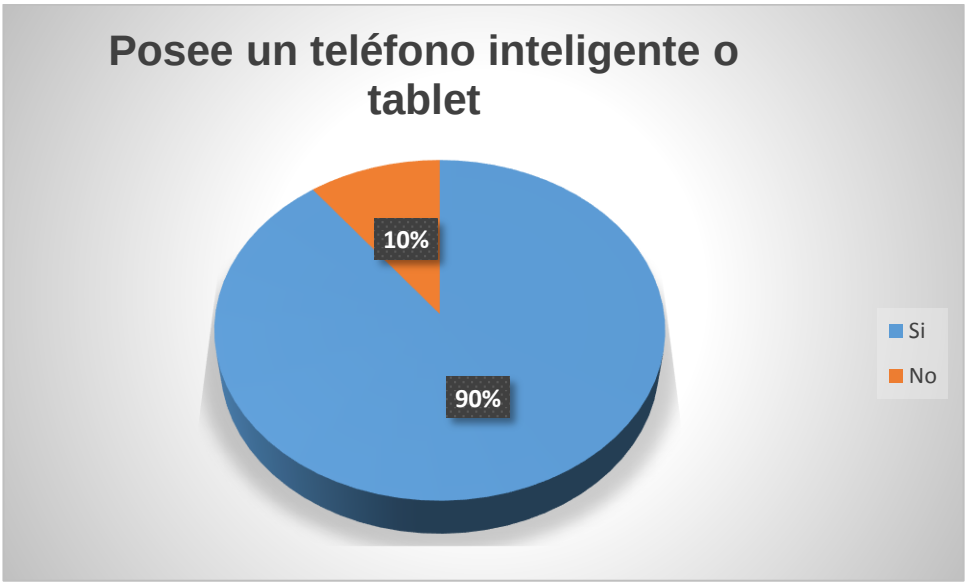
1. **¿Posee usted un teléfono inteligente o Tablet?**

Tabla 6. Tabulación encuesta, pregunta 1

Posee un teléfono inteligente o Tablet		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	344	90%
No	40	10%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 7. Pastel tabulación, pregunta1



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: el resultado obtenido de la encuesta nos da que la mayoría de las personas tienen un teléfono inteligente o Tablet con un 90%, en donde esta es una de las preguntas más importantes y positiva de la encuesta.

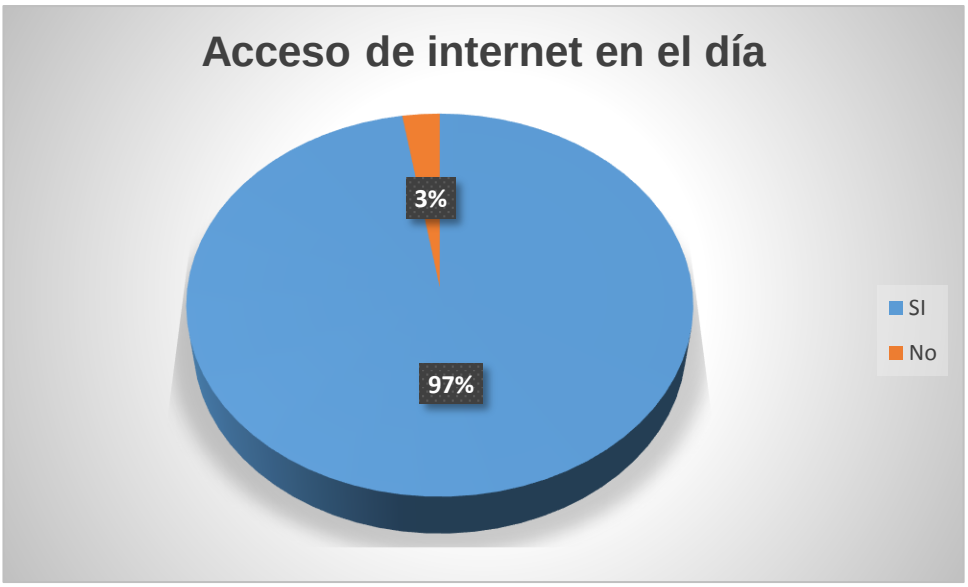
2. **¿Tiene acceso a internet en algún momento del día?**

Tabla 7. Tabulación encuesta, pregunta 2

Acceso de internet en el día		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
SI	374	97%
No	10	3%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 8. Pastel tabulación, pregunta 2



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: en la actualidad el servicio del internet es importante en los hogares y se aventajado notablemente del mismo, es por eso que los datos refleja que un 97% de las personas encuestadas tienen acceso a internet en el día.

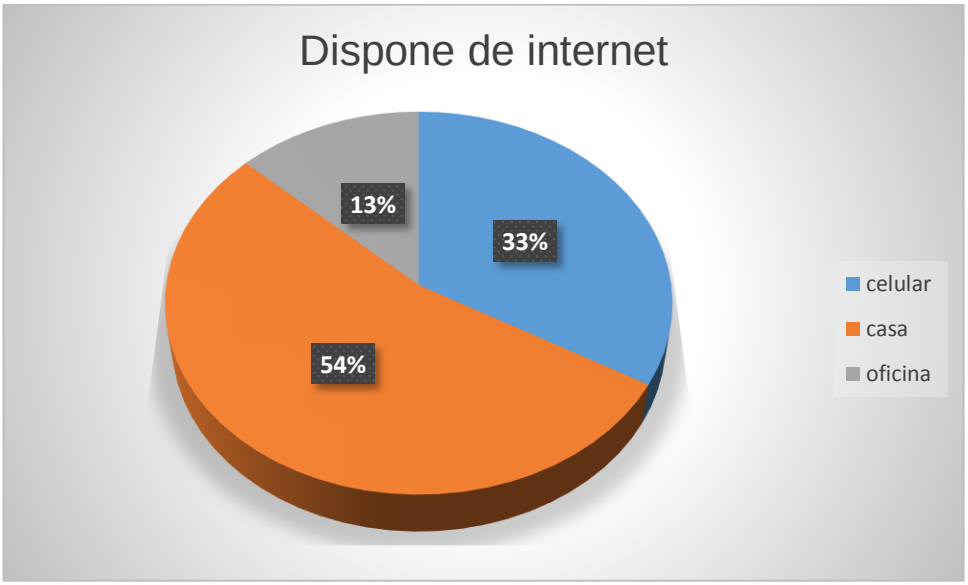
3. ¿Dispone de internet?

Tabla 8. Tabulación encuesta, pregunta 3

Dispone de Internet		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
celular	128	33%
casa	206	54%
oficina	50	13%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 9. Pastel tabulación, pregunta 3



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado positivo tenemos que el servicio de internet lo poseen más en los hogares con un 54%, cabe acotar que muchas de las personas también tienen internet en sus teléfonos celulares con planes mensuales.

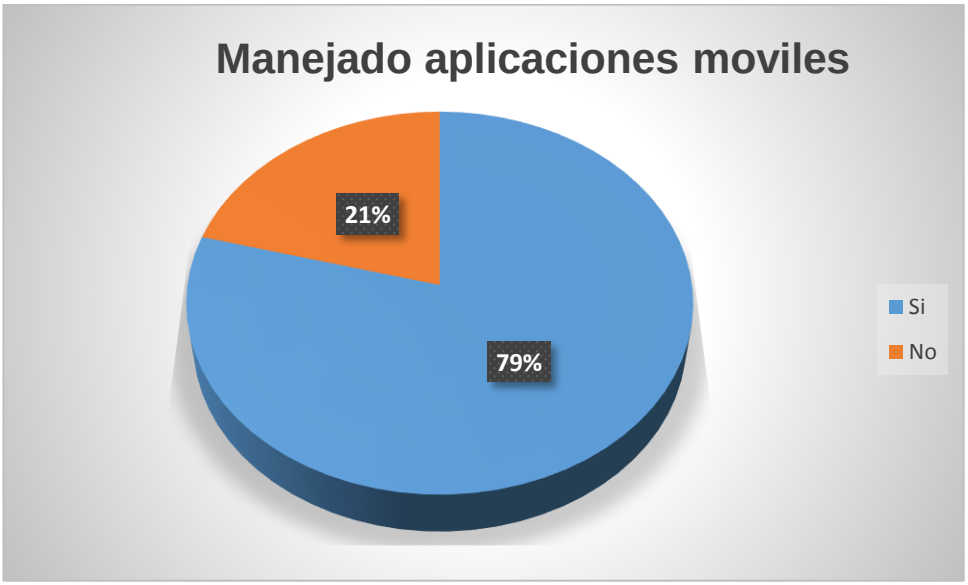
4. **¿Usted ha manejado aplicaciones móviles en su celular o Tablet?**

Tabla 9. Tabulación encuesta, pregunta 4

Manejado aplicaciones móviles		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	304	79%
No	80	21%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 10. Pastel tabulación, pregunta 4



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: por lo general las personas ya están familiarizadas con el manejo de aplicaciones, en donde podríamos decir que un 79% de las personas encuestadas ha manejado aplicaciones móviles.

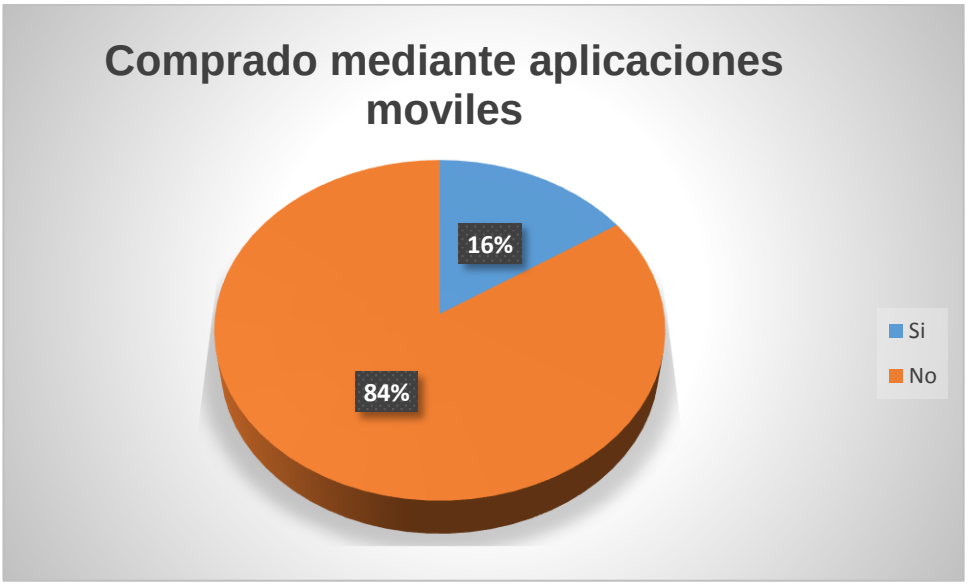
5. ¿Ha comprado usted productos mediante una aplicación móvil?

Tabla 10. Tabulación encuesta, pregunta 5

Comprado mediante una aplicación		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	60	16%
No	324	84%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 11. Pastel tabulación, pregunta 5



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado de esta pregunta puede parecer negativa, debido a que las personas encuestadas un 84% no han comprado mediante aplicaciones móviles debido a diferente razones.

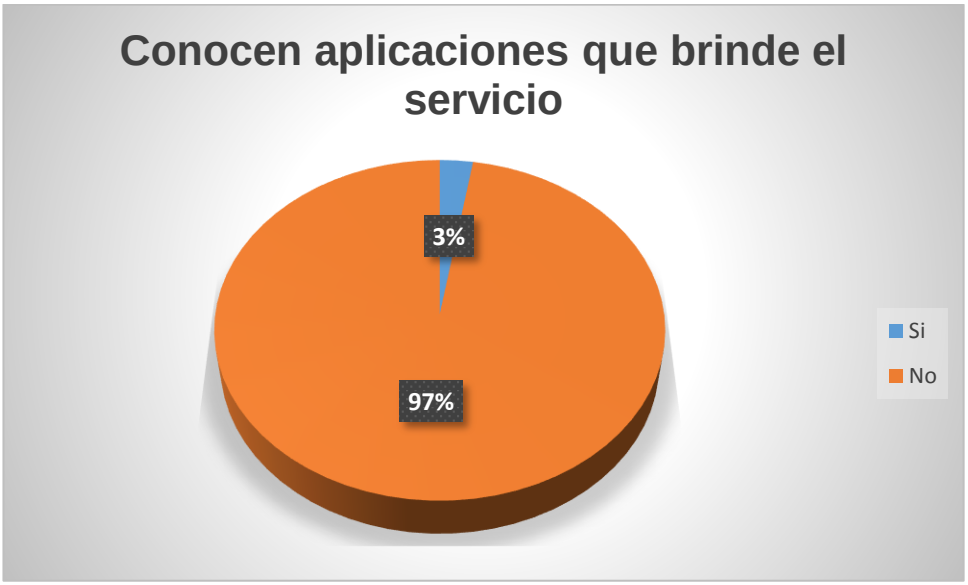
6. **¿Conoce usted de alguna aplicación que brinde el servicio de compra en línea de panadería y pastelería?**

Tabla 11. Tabulación encuesta, pregunta 6

Conocen aplicaciones que brinde el servicio		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	10	3%
No	374	97%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 12. Pastel tabulación, pregunta 6



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado podemos decir que la mayoría de los encuestados con un 97%, no conocen de aplicaciones móviles que brinde el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería en la ciudad de Cuenca, en donde podríamos verlo como una ventaja para la creación de una aplicación móvil en este estudio.

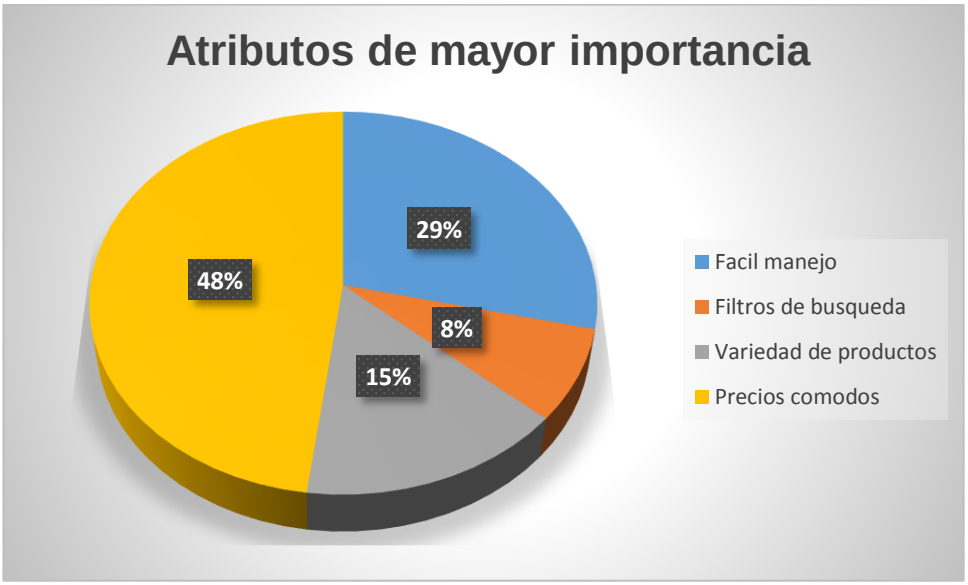
7. **¿Qué atributos considera de mayor importancia en una aplicación móvil?**

Tabla 12. Tabulación encuesta, pregunta 7

Atributos de mayor importancia		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Fácil manejo	110	29%
Filtros de búsqueda	30	8%
Variedad de productos	60	16%
Precios cómodos	184	48%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 13. Pastel tabulación, pregunta 7



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado de los puntos de mayor importancia que los encuestados tomaron en cuentan corresponde a un 48% a los precios cómodos, seguido con un 29% de un fácil manejo de la aplicación.

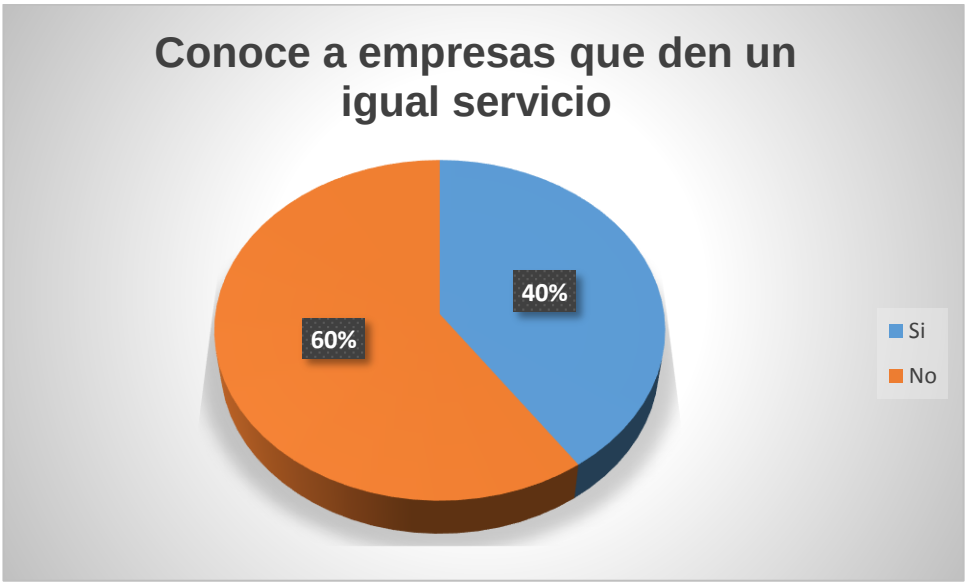
8. ¿Conoce de otras empresas que brinde un igual servicio?

Tabla 13. Tabulación encuesta, pregunta 8

Conoce empresas que brinde igual servicio		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	155	40%
No	229	60%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 14. Pastel tabulación, pregunta 8



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: el 60% de los encuestados no conocen a empresas que den un igual servicio que se pretende ofrecer, pero si se refirieron de algunos que dan el servicio de entrega a domicilio de panadería y pastelería sin tener que comprar mediante una aplicación.

9. **¿Si hubiera una aplicación para la compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería usted lo utilizaría?**

Tabla 14. Tabulación encuesta, pregunta 9

Utilizaría una aplicación para la compra del producto		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	252	66%
No	54	14%
No respondió	78	20%
Total	**384**	100%

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 15. Pastel tabulación, pregunta 9

Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado positivo un 66% de los encuestados si estarían de acuerdo en utilizar una aplicación para la compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería.

Esta pregunta es una de las más importantes para el estudio, en donde 54 personas terminaron hasta aquí la encuesta, debido que no prefieren utilizarlo o no les gustaría comprar mediante una aplicación móvil con entrega a domicilio.

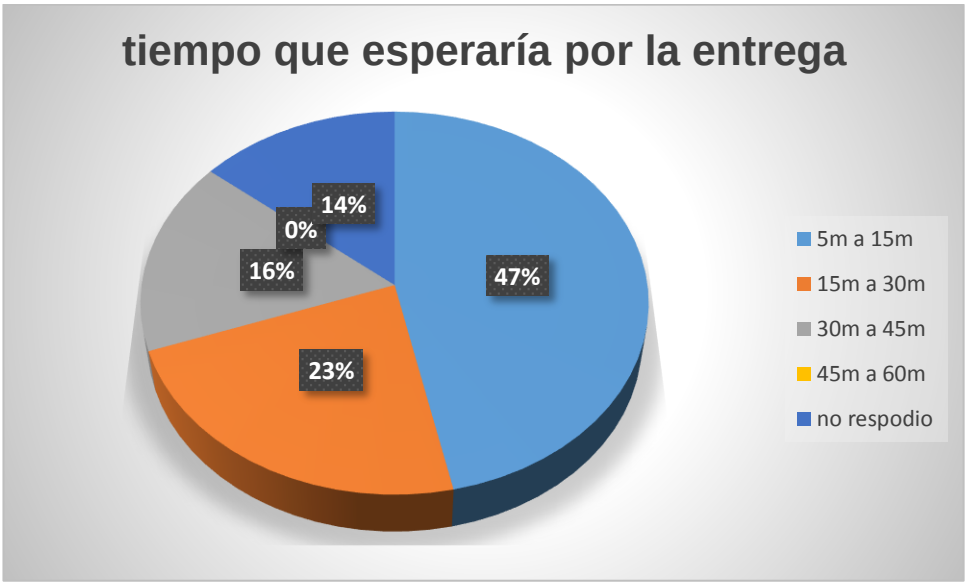
10. ¿Cuánto tiempo esperaría por la entrega del servicio?

Tabla 15. Tabulación encuesta, pregunta 10

cuanto tiempo esperaría por la entrega del servicio		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
5m a 15m	179	47%
15m a 30m	88	23%
30m a 45m	63	16%
45m a 60m	0	0%
no respondieron	54	14%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 16. Pastel tabulación, pregunta 10



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado tenemos que un 23% de los encuestados, el tiempo que esperarían por la entrega es de 15 a 30 minutos.

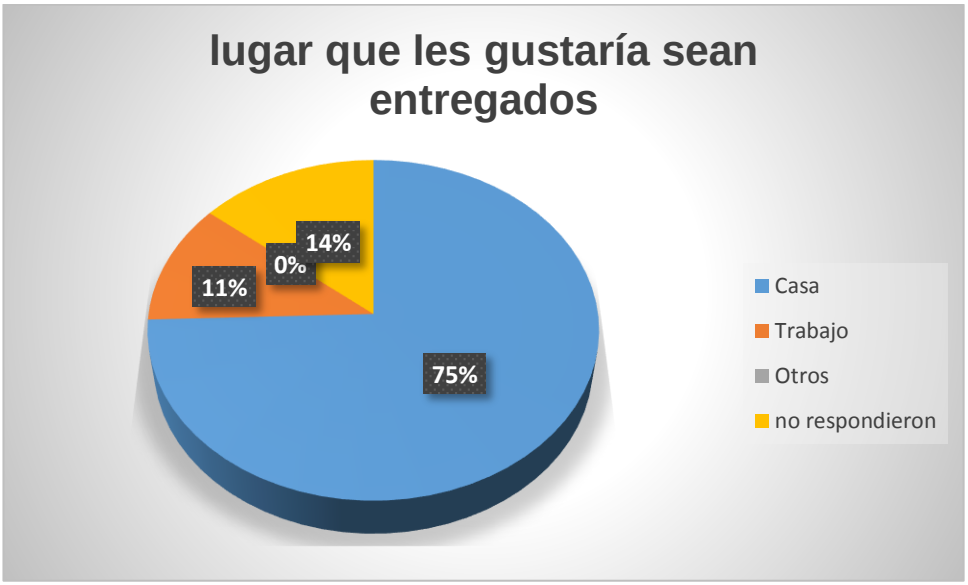
11. **¿En qué lugar le gustaría se sean entregados los productos de panadería y pastelería?**

Tabla 16. Tabulación encuesta, pregunta 11

El lugar donde le gustaría que sean entregados		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Casa	286	74%
Trabajo	44	11%
Otros	0	0%
no respondieron	54	14%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 17. Pastel tabulación, pregunta 11



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: el lugar que les gustaría que sean entregados los productos con mayor frecuencia es en sus hogares con un 75% de las personas encuestadas.

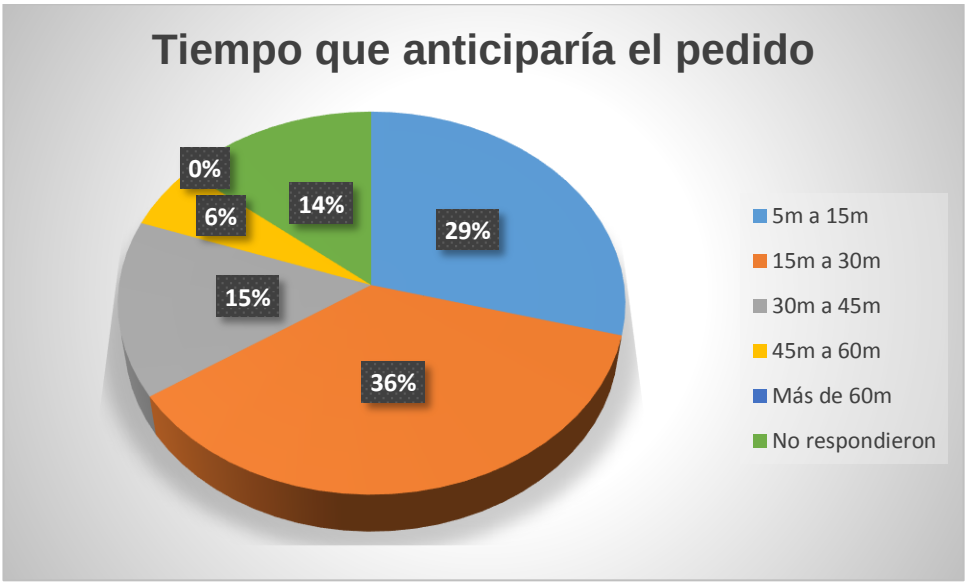
12. ¿Cuánto tiempo de anticipación usted haría su pedido?

Tabla 17. Tabulación encuesta, pregunta 12

Tiempo que anticiparía el pedido		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
5m a 15m	112	29%
15m a 30m	140	36%
30m a 45m	57	15%
45m a 60m	21	5%
Más de 60m	0	0%
No respondieron	54	14%
Total	**384**	**86%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 18. Pastel tabulación, pregunta 12



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: el resultado de esta pregunta nos dio un 36%, es decir que de 15 a 30 minutos es el tiempo que las personas anticiparían el pedido durante la compra con una aplicación móvil.

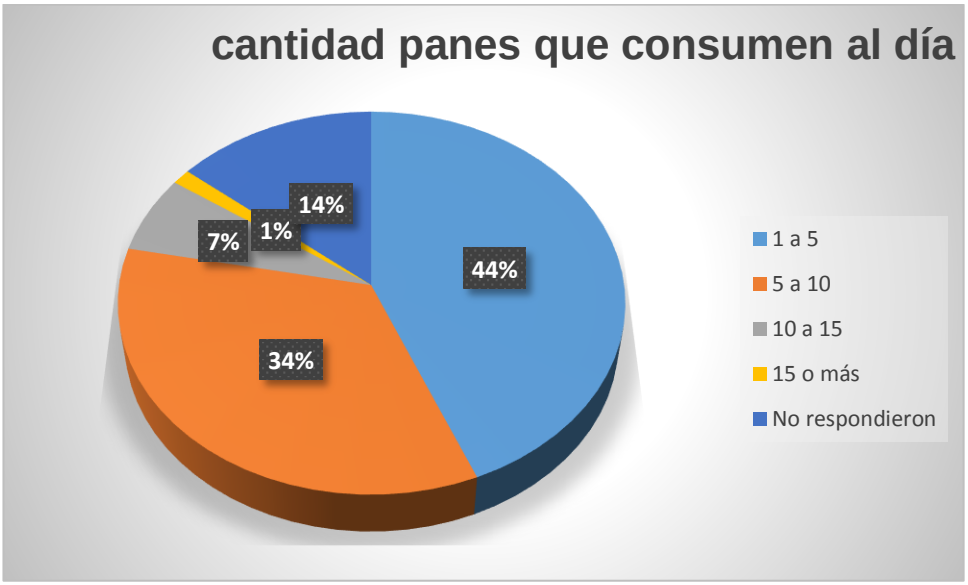
13. ¿Cuantos panes consumen usted o su familia al día?

Tabla 18. Tabulación encuesta, pregunta 13

Cantidad panes consume al día		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
1 a 5	188	49%
5 a 10	166	43%
10 a 15	25	7%
15 o más	5	1%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 19. Pastel tabulación, pregunta 13



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado nos dio que las personas consumen un promedio de 5 a 10 panes diarios por familia, representando un 34% de los encuestados.

14. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor adicional por la entrega a domicilio?

Tabla 19. Tabulación encuesta, pregunta 14

Estarían dispuestos a pagar un valor adicional		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	105	27%
No	176	46%
No respondieron	103	27%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 20. Pastel tabulación, pregunta 14

Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado de esta pregunta se entendería como negativa, debido que un 46% de los encuestados no estarían dispuestos en pagar una valor adicional por el servicio, además 27% no respondieron, debido a que estaban indecisos en su respuesta.

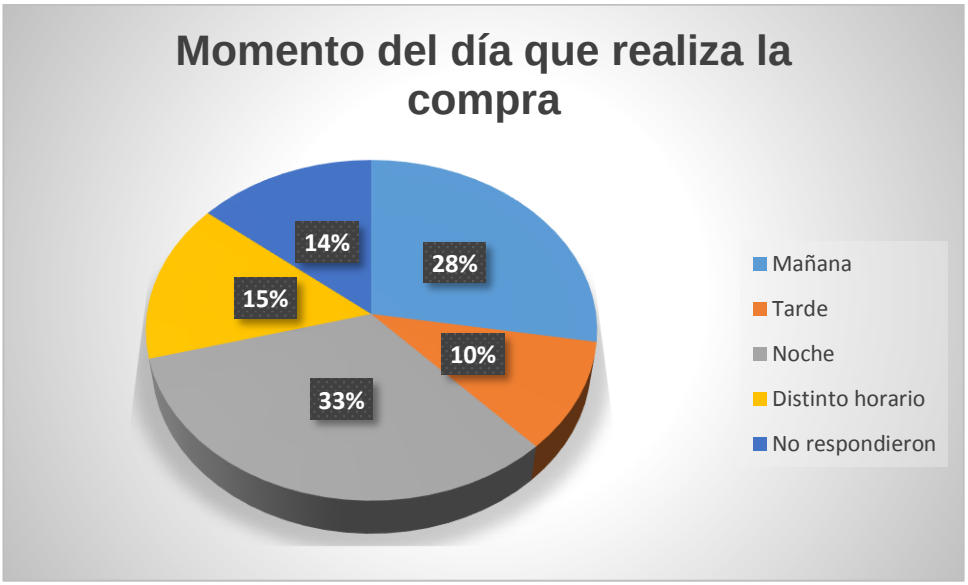
15. ¿En qué momento del día usted compra en la panadería?

Tabla 20. Tabulación encuesta, pregunta 15

Momento del día que realiza la compra		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Mañana	106	28%
Tarde	40	10%
Noche	126	33%
Distinto horario	58	15%
No respondieron	54	14%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 21. Pastel tabulación, pregunta 15



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como resultado de las encuestas nos dio que un 33% de las personas realizan la compra del pan por la noche, seguido de un 28% por la mañana.

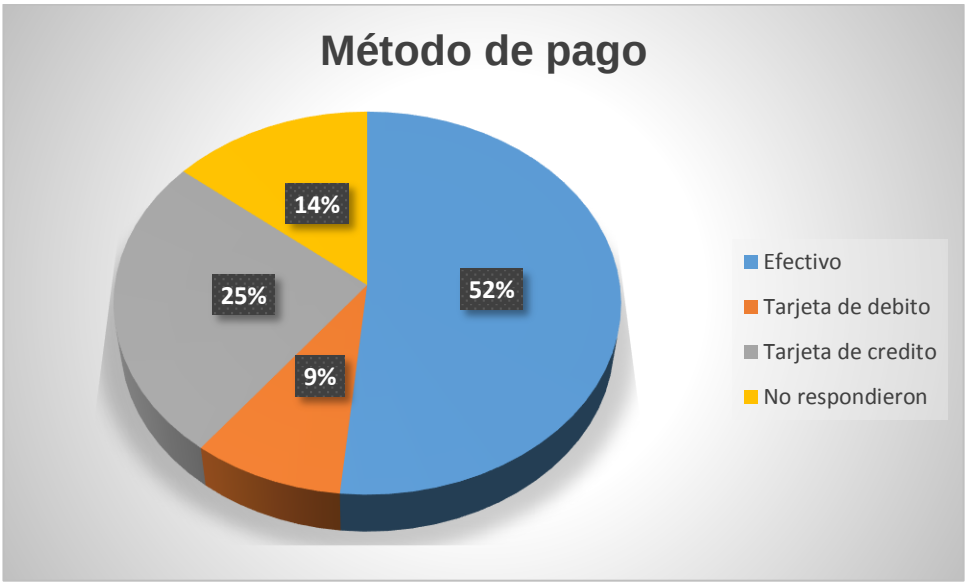
16. ¿Qué método de pago utiliza con frecuencia?

Tabla 21 Tabulación encuesta, pregunta 16

Método de pago		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Efectivo	198	52%
Tarjeta de debito	34	9%
Tarjeta de crédito	98	26%
No respondieron	54	14%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 22. Pastel tabulación, pregunta 16



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: el 52% respondieron que el método de pago más utilizado es en efectivo, en donde se podría escoger los más destacados que se le facilite al cliente.

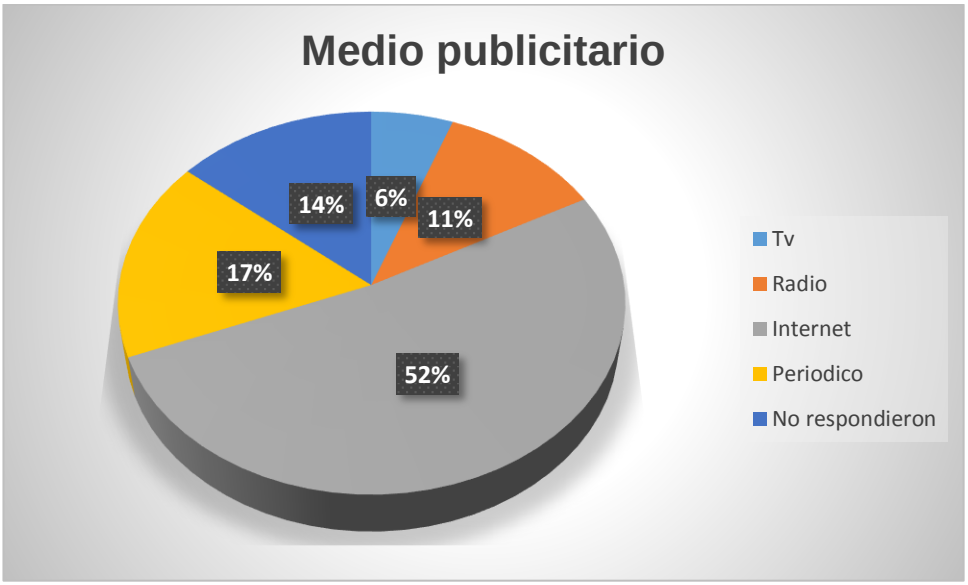
17. ¿Por qué medio publicitario le gustaría conocer el servicio?

Tabla 22 Tabulación encuesta, pregunta 17

Medio publicitario que le gusta		
Descripción	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Tv	22	6%
Radio	44	11%
Internet	199	52%
Periódico	65	17%
No respondieron	54	14%
Total	**384**	**100%**

Realizado por: Quito Leonardo.

Ilustración 23. Pastel tabulación, pregunta 17



Realizado por: Quito Leonardo.

Análisis: como se puede observar en el gráfico, la mayoría de los encuestados optan por el internet el medio publicitario más usado con un 52%, que sería una de los mejores medios para llegar al cliente.

A continuación se realizó un cruce de preguntas de la encuesta final con los resultados obtenidos a continuación:

- **Preguntas 1 cruza con la 4 y 5**

1¿Posee usted un teléfono inteligente o Tablet?

Si	344

4¿Usted ha manejado aplicaciones móviles en su celular o Tablet?

Si	304

5¿Ha comprado usted productos mediante una aplicación móvil?

Si	60
No	324

- De una muestra de 384 personas encuestas nos dio que 344 poseen un teléfono inteligente, además 304 han manejado aplicaciones móviles esto nos da un resultado positivo, pero mas no han comprado productos mediante una aplicación móvil, son muy pocas las personas que si lo hacen.

- **Pregunta 2 cruza con la 3**

2 ¿Tiene acceso a internet en algún momento del día?

SI	374	97%
No	10	3%

3¿Dispone de internet en?

celular	128
casa	206
oficina	50

- Con respecto al uso de internet la mayoría de personas tienen en algún momento del día internet en: casa, seguido del celular a través de un plan mensual, esto nos da otra respuesta positiva ya que en estos tiempos el uso del mismo forma parte de un servicio básico en los hogares.

- **Pregunta 4 cruza con la 6y9**

4¿Usted ha manejado aplicaciones móviles en su celular o Tablet?

Si	304

6¿Conoce usted de alguna aplicación que brinde el servicio de compra en línea de panadería y pastelería?

Si	10
No	374

9¿Si hubiera una aplicación para la compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería usted lo utilizaría?

Si	252
No	54
No respondió	78

- De una muestra de 384, como respuestas positivas tenemos que unas 304 encuestados si manejan aplicaciones móviles y 252 que si estarían dispuestos en utilizar la aplicación, debido a que no conocen de otras empresas que den un servicio como el que se pretender crear.

- **Pregunta 10 cruza con la 12**

10¿Cuánto tiempo esperaría por la entrega del servicio?

5m a 15m	179
15m a 30m	88
30m a 45m	63

12¿Cuánto tiempo de anticipación usted haría su pedido?

5m a 15m	112
15m a 30m	140
30m a 45m	57
45m a 60m	21

- En estas preguntas el tiempo de espera por la entrega del servicio es de 5 a 15 minutos y por la anticipación del pedido optan dentro de los 15 a 30 minutos de anticipo para que se entregue los productos.

- **Pregunta 13 cruza con la 15**

13¿Cuantos panes consumen usted o su familia al día?

1 a 5	168
5 a 10	132
10 a 15	25
15 o más	5

15¿En qué momento del día usted compra en la panadería?

Mañana	106
Tarde	40
Noche	126
Distinto horario	58

- En estas preguntas lo más importante fue que las personas adquieren el producto en la noche y que el consumo diario es de 1 a 5 panes en la familia, con esto nos ayudaría para tomar estrategias de entregas en caso de ser factible.

- **Pregunta 9 cruza con la 14**

9¿Si hubiera una aplicación para la compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería usted lo utilizaría?

Si	252
No	54
No respondió	78

14¿Estaría dispuesto a pagar un valor adicional por la entrega a domicilio?

Si	105
No	176
No respondieron	103

- De una muestra de 384, unas 252 personas si utilizaría una aplicación móvil con entrega a domicilio, sin embargo unas 176 no estarían dispuestos a pagar un valor adicional por la entrega, siendo esta una desventaja para el proyecto.

- **Pregunta 11 cruza con la 16**

11¿En qué lugar le gustaría se sean entregados los productos de panadería y pastelería?

Casa	286
Trabajo	44

16¿Qué método de pago utiliza con frecuencia?

Efectivo	198
Tarjeta de debito	34
Tarjeta de crédito	98
No respondieron	54

- La mayoría de las personas quieren sus productos que sean entregadas en sus casas, y la forma de pago seria en efectivo.

17 ¿Por qué medio publicitario le gustaría conocer el servicio?

- el medio que prefieren los clientes son las redes sociales.

- La relación de estos cruces de preguntas nos da como conclusión que las personas estarían dispuestas a usar una aplicación móvil para la compra en línea de panadería y pastelería, en donde el cliente tendrá la oportunidad de escoger los productos, la forma de pago, el lugar y hora de entrega. De otro lado obtuvimos una desventaja debido que los encuestados no estarían

dispuestos a pagar un valor adicional por el servicio de entrega, y sobre esto se tendría que analizar debido a que hay gastos de entrega y de movilización.

2.14 Impactos:

2.14.1 Ambientales:

No aplica.

2.14.2 Sociales:

Mediante este estudio lo que se pretende contribuir al cliente es facilitar la compra y entrega. Hoy en día el mundo está cambiando debido al avance en la tecnología móvil, hay aplicaciones para todo en donde nos permite una oportunidad de crear algo nuevo o cubrir una necesidad, el principal medio que se conecta con la gente es las redes sociales, es así que el impacto social con respecto a las aplicaciones móviles se puede dar en todo nuestro entorno, gracias a estas soluciones móviles nos ayudan a realizar la tareas del día a día, a ser más fáciles y eficientemente, a más de comunicarnos nos permite llegar al público de forma innovadora y tener una oportunidad de crecer y así contribuir de forma positiva en el mercado de Cuenca.

El desarrollo de estas aplicaciones se ha surgido principalmente por la necesidad de las personas de encontrar soluciones a los problemas, permitiendo satisfacer las necesidades de acuerdo a las problemáticas que existe en la actualidad.

Las aplicaciones móviles se han convertido en una herramienta fundamental para los negocios, es así que se ha convertido en un punto de encuentro entre consumidores y empresas.

CAPITULO 3 ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y LEGAL

3.1 Estudio Técnico

"El estudio técnico puede dividirse en 4 partes que son, determinar el tamaño óptimo de la planta, la localización optima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal" (Baca, 2010).

El estudio técnico comprende los aspectos operativos necesarios para el funcionamiento de un aplicativo móvil, además se realizará un estudio administrativo y legal en donde mediremos si el proyecto a realizar es factible para poner en marcha en el mercado.

3.1.1 Tamaño optimo

Se pretende que el nuevo proyecto cumpla con las condiciones técnicas y operativas en la edificación donde hoy en día funciona la empresa, de ser el caso se realizará un análisis para una nueva área de logística para cubrir las zonas que se pretende llegar.

3.1.2 Análisis del servicio

Para la creación de una aplicación móvil que brinde la compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, se debe considerar que para el funcionamiento de este servicio debe ser simple y eficiente, en donde lo más fundamental que debe contener esta aplicación está a continuación:

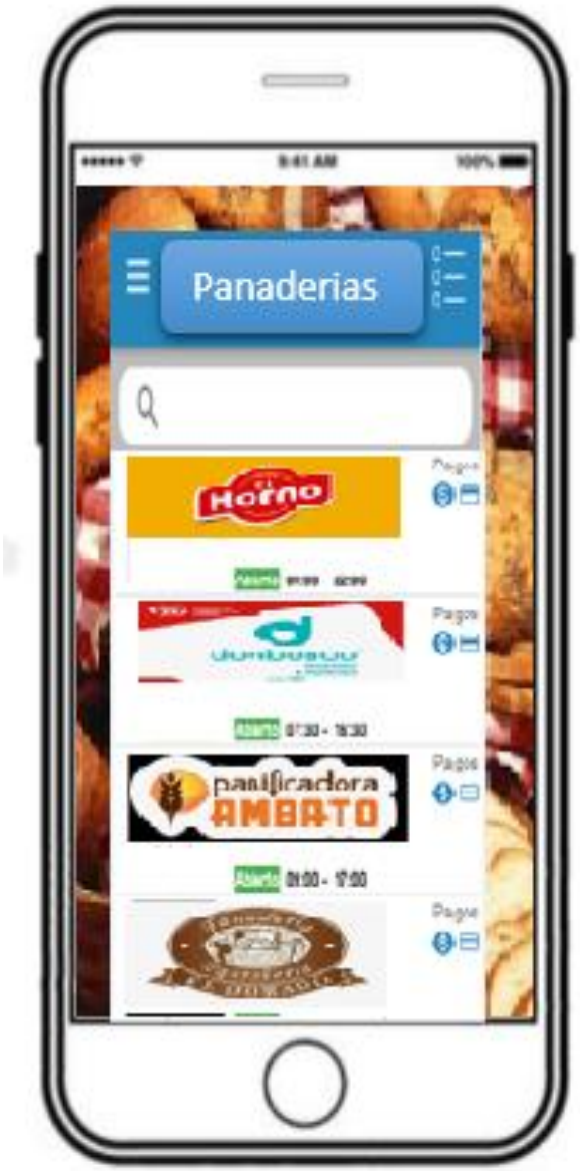
- Al abrir la aplicación nos dará la opción de colocar el usuario y una contraseña, para asegurar que no es un robot o que la información no sea errónea.

Ilustración 25 Portada del inicio de la aplicación

Realizado por: Quito Leonardo.

- Elegir la panadería o pastelería de su preferencia, en donde podrá escoger el que más le guste, además podrá tener un menú de todos los productos y los precios que ofrece cada uno de ellos.

Ilustración 26 Elección por búsqueda de panadería o productos



Realizado por: Quito Leonardo.

- Podrá elegir la pastelería de su elección, además podrá ver el menú de todos los productos que ofrecen y los precios de cada uno.

Ilustración 27 Elección por búsqueda de pastelería o productos

Realizado por: Quito Leonardo.

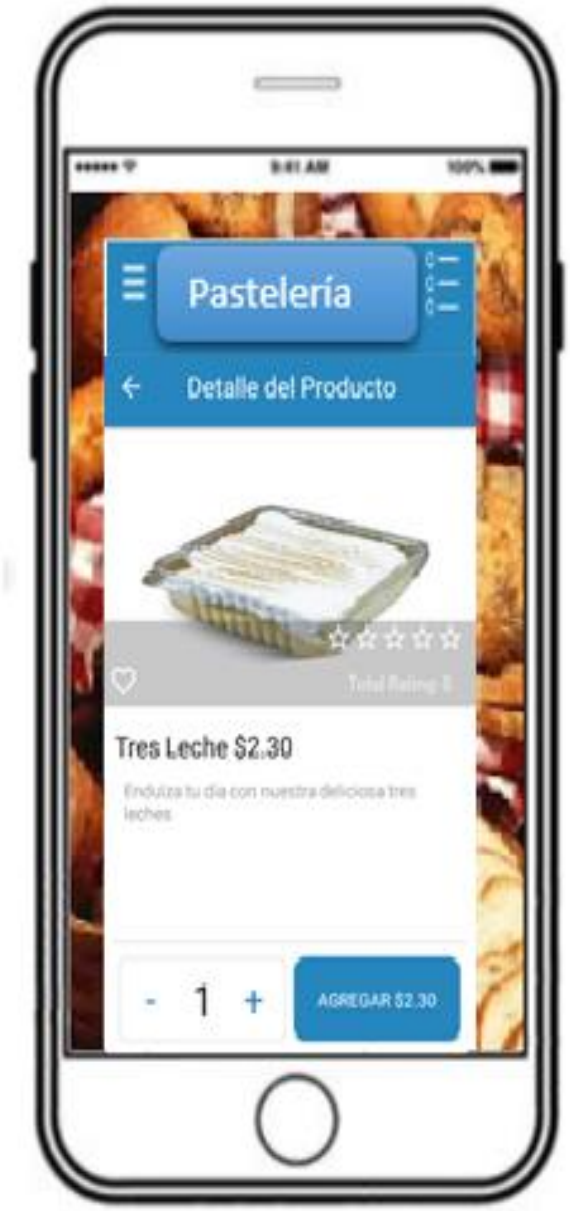
- Cuando ingrese al menú de los diferentes productos, ya sea de panadería o pastelería aparecerá la cantidad, sabores, promociones, combos de los productos que se ofrece.

Ilustración 28 Cantidad a solicitar

Realizado por: Quito Leonardo.

- En cada producto que seleccione tendrá la opción de ver el detalle de los productos, en donde se almacenará en un carrito de compras hasta el final del total a pagar.

Ilustración 29 Elección, detalle y pedido del producto



Realizado por: Quito Leonardo.

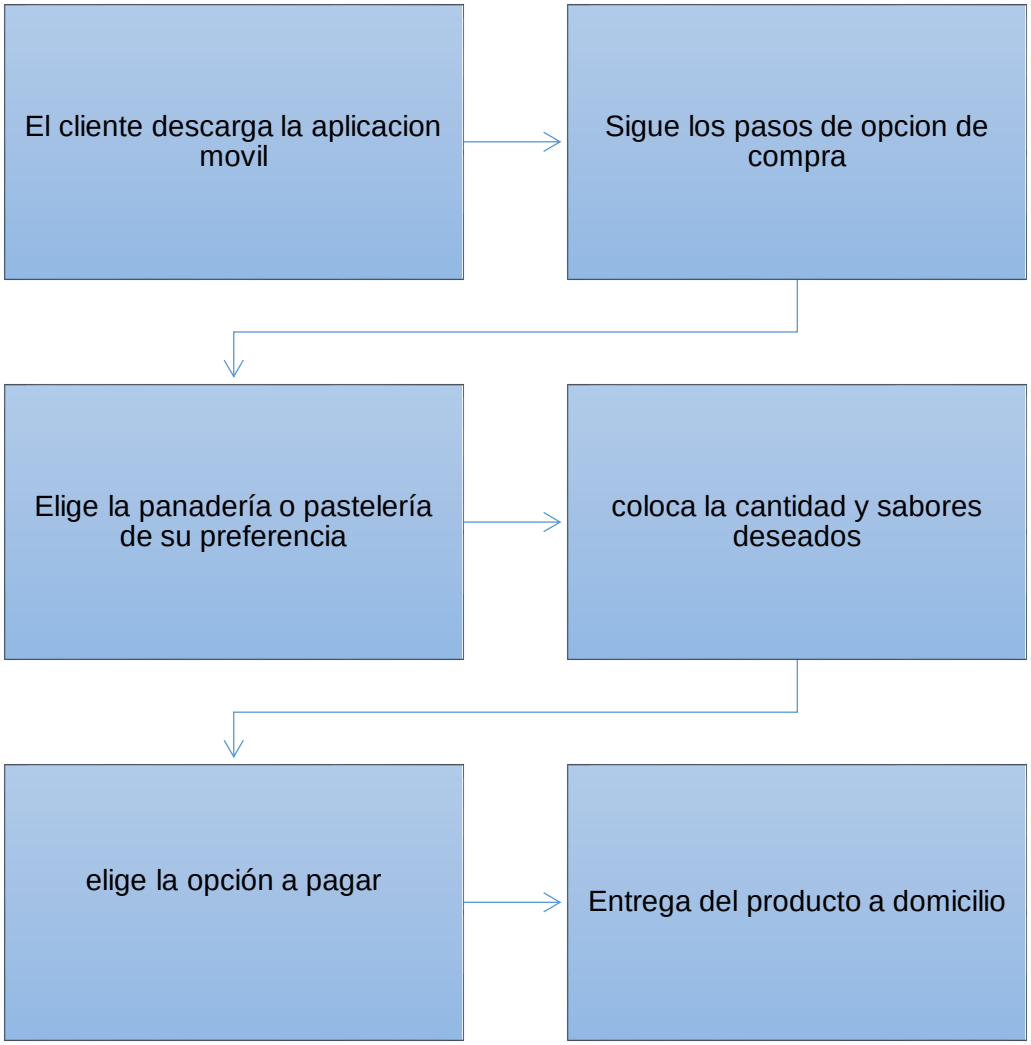
- Por ultimo cuando ya decida terminar su compra, se detallará el total a pagar y la opción de pago, además el lugar de entrega de los productos.

Ilustración 30 Opciones de pago y entrega.

Realizado por: Quito Leonardo.

Proceso del servicio: en este proceso se determinó los pasos orientados para el funcionamiento de la aplicación, que incluye la toma del pedido, hasta la entrega final del producto, el mismo que detalla a continuación:

Ilustración 31 Proceso del servicio



Fuente: análisis del proceso del servicio

Realizado por: Quito Leonardo.

3.1.3 Necesidades del proyecto

3.1.3.1 Maquinaria y Equipo

Para la implementación de la aplicación de la panadería y pastelería, la empresa necesita varias herramientas para poder ejecutar su misión, a continuación se presenta:

Tabla 23 Activos Fijos del Proyecto

Activos Fijos-Otros	
Descripción	**valor**
Equipos de computación	3300
Muebles, Maquinaria, Equipos y herramientas	9632
desarrollo de la aplicación	1355
Total activos Fijos	**14287**

Fuente: análisis del proyecto

Realizado por: Quito Leonardo.

- Para la inversión de este plan no es un valor muy alto, por el cual esta aspiración no sería riesgoso para poner en marcha, debido a que no se necesitaría de una gran cantidad de herramientas o equipos tecnológicos.

Tabla 24 Desglose Maquinaria, Equipos y Herramientas

Maquinaria, Equipos y Herramientas				
Articulo	**Cantidad**	**P. unitario**	**Valor total**	**Detalle**
computadoras	2	1100	2200	manejo de operaciones y información
modem	1	28	28	cobertura de señal
impresora	1	400	400	comprobantes y notas de pedido
software	1	1250	1250	servidor de información de los pedidos
motos	3	1200	3600	traslado del producto
cascos	3	80	240	protección del personal
uniformes	6	40	240	presentación personal
generador de energía	1	500	500	abastezca de una interrupción
pantalla	1	700	700	monitoreo
neveras térmicas	3	150	450	conservar el producto
guantes	12	2	24	manipulación del producto
TOTAL			**9632**	

Fuente: análisis del proyecto

Realizado por: Quito Leonardo.

Tabla 25 Desglose Equipos de computación.

Equipos de Computación			
Detalle	**Cantidad**	**Costo Unitario USD**	**Costo total USD**
Computadoras	2	1100	2200
Impresora	1	400	400
pantalla 50"	1	700	700
Total			**3300**

Realizado por: Quito Leonardo

Tabla 26 Desglose Desarrollo de la Aplicación

Descripción	**Valor**
desarrollo de la aplicación	1250
pago de publicidad en Play store	25
pago de publicidad en Apple store	80
Total	**1355**

Realizado por: Quito Leonardo.

Tabla 27 Costo Indirectos del Proyecto

Cosos Indirectos			
Descripción	**Cantidad**	**Egreso mensual**	**Costo Anual USD**
Suministros de oficina	1	51,40	616,80
Patente	1	280	3360
Servicios básicos	1	739	8868
Arriendo	1	300	3600
Mantenimiento de aplicación	1	250	3000
Permisos varios	1		150
Total			**19.594,80**

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo.

Desglose de los costos Indirectos del Proyecto:

Tabla 28 Suministro de oficina

Suministros de oficina			
Cantidad	**Descripción**	**valor unitario**	**valor total mes**
2	paquete de papel bond	2,8	5,6
12	Esferos	0,25	3
4	Engrapadoras	4	16
2	Perforadoras	3,5	7
4	cajas clips	0,75	3
4	cajas grapas	0,8	3,2
3	tinta impresora	4	12
4	cintas scotch	0,4	1,6
Total			**51,4**

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo.

Tabla 29 Patente de invención

Patente de invención	
Descripción	**Valor Anual**
pago patente invención	**280**

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo.

- Este pago de patente es un valor anual que se cancela por la marca registrada para realizar operaciones.

Tabla 30 arriendo local

Arriendo Local Comercial			
Descripción	**M2**	**Valor mensual**	**Valor anual**
local logística y comercialización	40	7300	300

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo.

- .este pago de arriendo corresponde para la logística y comercialización de la entrega de los productos.

Tabla 31 Mantenimiento de la aplicación

Mantenimiento de la aplicación	
Descripción	**valor mensual**
visita mensual mantenimiento	80

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo.

Tabla 32 Permisos varios

Permisos varios	
Descripción	**valor anual**
permiso bomberos	6
permiso de funcionamiento	14
Patente	30
Varios	100
Total	**150**

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo.

Tabla 33 Porcentaje de Depreciación Activos Fijos

Activos fijos	**vida útil**	**Depreciación %**
Maquinaria	10 años	10%
Herramientas	10 años	10%
muebles y enseres	10 años	10%
equipos de computación	3 años	33%
Vehículo	5 años	20%

Fuente: tabla depreciación de activos fijos

Realizado por: Quito Leonardo.

Tabla 34 Depreciación de activos fijos del Proyecto

Activos	Costo	% Depreciación	Total Anual
Equipos de Computación	**3300**	33,0%	**1089**
Muebles y Enseres	**9632**	10%	**963**
Desarrollo de la Aplicación	**1355**	33,0%	**447**
TOTAL	**14287**		**2499**

Fuente: Depreciación de activos fijos

Realizado por: Quito Leonardo.

3.1.3.2 Insumos

Tabla 35 gastos de movilización

GASTOS DE MOVILIZACION		
Detalle	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
combustible	30	360
aceite moto		60
Total		**420**

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo

- Son las materias primas necesarias para las entregas del producto, en este proceso son los entregadores motorizados.

3.1.3.3 Mano de Obra

En este proceso de servicio se requerirá de mano de obra, o intervención del factor humano requerido para la entrega a domicilio, en donde los vendedores serán los que estarán directamente encargados en la toma del pedido y las entregas a los clientes. A continuación se muestra el costo de la mano de obra directa.

Tabla 36 Descripción Rol de Pagos

Mano de Obra Directa	RMU	Aporte Patronal	XIII	XIV	vacaciones	Fondo de Reserva	Total a Pagar
vendedor	400	37,80	33,33	33,33	16,67	33,32	412,21
Entregador motorizados 1	400	37,80	33,33	33,33	16,67	33,32	412,21
Entregador motorizados 2	400	37,80	33,33	33,33	16,67	33,32	412,21
Total	**1200**	**113,40**	**100,00**	**100,00**	**50,00**	**99,96**	**1236,64**

Fuente: análisis de recurso humanos

Realizado por: Quito Leonardo.

Tabla 37 Total Costos Directos

RESUMEN	MENSUAL	TOTAL ANUAL
Insumos directos	35	420
Mano de Obra Directa	1200	14400
TOTAL COSTOS DIRECTOS		**14.820**

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo.

3.1.3.4 Servicios básicos

Los servicios básicos necesarios para que funcione un sistema de aplicación móvil y que son útiles para cualquier tipo de negocio esta detallado a continuación:

Tabla 38 Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo mensual USD	Costo Anual USD
Luz KW/h	25000	0.086	175,00	2100
Agua M3		20	20	240
internet	2 M	28	28	336
teléfono			16,00	192
Total			**739**	**8868**

Fuente: análisis de costos

Realizado por: Quito Leonardo.

3.2 Estudio Administrativo

3.2.1 Estructura Orgánica

La estructura organizativa contará de 3 personas para el inicio del servicio, en donde se describe a continuación:

- 1 Vendedor
- 2 vendedores motorizados.

Como dato importante con respecto al gerente y contador, anteriormente la panadería ya constituida ya cuenta con estos administrativos, en donde sí se llegaría ser factible este estudio, se reorganizaría para un mejor servicio oportuno.

3.2.2 ROL DE VENTAS Y LOGÍSTICA

Vendedor

Objetivo:

Realizar la toma de pedidos, según las peticiones de los clientes realizadas mediante la aplicación móvil.

Funciones:

- Tomar los pedidos de los clientes de acuerdo al lugar establecido.
- Asesorar a los clientes en la venta.
- Informar sobre precios a los clientes.
- Informar sobre promociones y descuentos.
- Responder sobre la entrega de los productos.

Perfil

- Edad de 18 a 35 años
- Sexo Indistinto
- Estado Civil Soltero
- Estudios Bachiller básico
- Experiencia mínima 6 meses
- Agilidad de palabra

Entregadores motorizados

Objetivo:

Realizar las entregas a domicilio, según los pedidos realizados mediante la aplicación móvil.

Funciones:

- Tomar los pedidos y direcciones de los clientes de acuerdo al lugar establecido.
- Entregar de forma adecuada y a tiempo acordado
- Informar sobre precios a los clientes.
- Realizar el cobro del producto.
- Reportar la entrega del producto.

Perfil

- Edad de 18 a 35 años
- Sexo Indistinto
- Estado Civil Soltero
- Estudios Bachiller básico
- Experiencia mínima 6 meses
- Licencia de conducir vigente

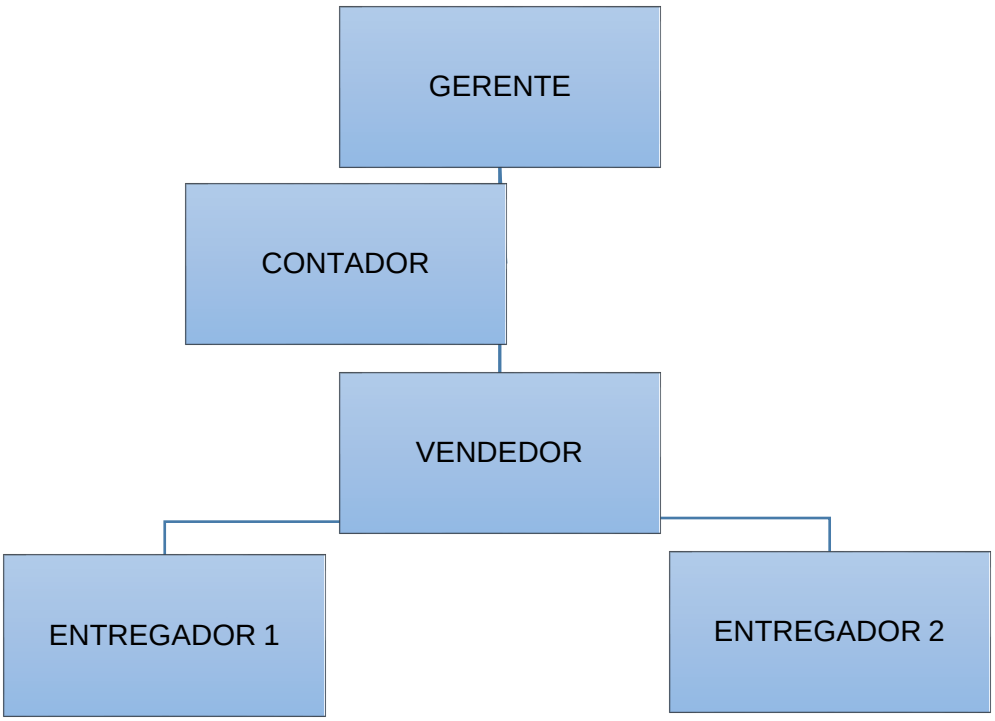
- Agilidad de palabra

Logística: para la distribución y entrega de los productos lo más importante que se tomará en cuenta esta detallado a continuación:

- Toma del pedido mediante la aplicación móvil.
- Las entregas a domicilio será mediante vendedores motorizados, para mejorar los tiempos y procesos.
- Coordinar el número de productos disponibles en los locales para la venta.
- Estar en contacto permanente tanto el que toma el pedido como el entregador para soluciones inmediatas.
- Los entregadores motorizados utilizarán un mapa para las entregas en donde se optimizaran las rutas en el tiempo debido.

3.2.3 Organigrama

Ilustración 33 Organigrama



Fuente: análisis de la estructura organizacional

Realizado por: Quito Leonardo.

3.3 Estudio Legal

En los aspectos legales se consideran la forma de organización, que adopte el modelo económico que podría desarrollar el proyecto, de hecho afectan de una manera u otra a la empresa encargada de la implementación del proyecto. Para analizar una correcta evaluación de proyecto se deberá conocer el marco normativo general y especifico.

En el caso del estudio legal y personería jurídica de la panadería ya existe, las leyes y normas están aprobadas hasta la actualidad, en cuanto al proyecto de la aplicación móvil se deberá seguir las normas y políticas de Google en caso de Android, y de iOS en el caso de Apple.

3.3.1 Constitución de la compañía

En Resumen:

La empresa es legalmente constituida, cumple con todos los derechos y obligaciones que en las leyes de Ecuador se establece nombrando así las siguientes:

- Acta de constitución de la empresa.
- Solicitud a la Superintendencia de Compañías para la aprobación de la denominación o razón social de la compañía.
- Solicitud de afiliación a la Cámara de la Pequeña Industria.
- Permiso de funcionamiento del Municipio de Cuenca
- Patente de invención
- Solicitud al Servicio de Rentas Internas para obtener el Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
- Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.
- Contrato de trabajo en base al Código del Trabajo.
- Permiso de funcionamiento Bomberos

3.3.2 Permisos de funcionamiento

Para la implementación y el uso de aplicación no se requiere permisos que otorgue las leyes ecuatorianas, no así, las de las plataformas en las que se va utilizar para su ejecución como son Android e iOS.

En estas se describen de cómo se puede evitar sanciones y también proteger la App y el trabajo de los programadores. Contar con las respectivas licencias bases de datos, elementos gráficos, melodías, textos, etc. Proteger el contenido para evitar plagios y fraudes, las condiciones de uso para personas menores de 14 años.

Siempre tenemos que utilizar medios lícitos, por lo que debemos tener claro que lo que no se pueda hacer offline o mediante campañas de marketing tradicional, no se podrá hacer desde nuestra App.

Los requisitos legales que debe cumplir una app se detalla a continuación:

- Permisos, licencia y condiciones de uso: es obligatorio desarrollar licencias y condiciones de uso.
- Derechos propios y de terceros: es obligatorio disponer de licencias de los recursos que se vayan a utilizar.
- Menores de edad: existe una regulación especial en materia de consumidores y usuarios, protección de datos, derecho de imagen etc.
- Privacidad y geolocalización: la recogida de información del usuario debe ser indispensable para el funcionamiento de la App.
- Información y cookies: es fundamental informar al usuario de los aspectos regulados en la ley y mostrar los datos sobre los creadores y sobre quienes se encuentran tas la App.

CAPITULO 4 ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO

En este capítulo se conocerá la parte financiera del proyecto, tomando en cuenta los costos, gastos, balances, y estados financieros. En esta parte podremos conocer si es factible o no el servicio que se pretende brindar.

Tabla 39 políticas de cobro

Políticas de cobro	
Detalle	**Días**
crédito a clientes	30
créditos proveedores	0
Total factor caja	**30**

Fuente: análisis políticas de cobro

Realizado por: Quito Leonardo.

- El plazo de crédito para los clientes será de 30 días, debido a que estos pagos se realizaran con tarjeta de crédito y débito.

Tabla 40 Capital de trabajo

Factor Caja (ciclo de caja)	DIAS	**30**
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO		
Costos directos		14.820,00
Costos indirectos		19.594,80
SUBTOTAL		34.414,80
Requerimiento diario		99,93
Requerimiento ciclo de caja		2.997,90
Inventario inicial		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO		**2.997,90**
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS		
Gastos administrativos y de ventas que representan desembolso		0

SUBTOTAL	0
Requerimiento diario	0
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS	0
CAPITAL DE TRABAJO	**2997,90**

Fuente: análisis del capital de trabajo.

Realizado por: Quito Leonardo

- El capital del trabajo se considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, y deben estar disponibles en el corto plazo para cubrir las necesidades únicamente para el funcionamiento de la aplicación móvil, estos recursos facilitará el financiamiento de la operación del negocio.

Tabla 41 Inversión Total del proyecto

Inversión total	**17.284,90**
activos fijos	14.287,00
capital de trabajo	2997,90

Fuente: análisis de la inversión del proyecto

Realizado por: Quito Leonardo.

- En este cuadro se muestra la inversión total que se necesita para poner en marcha la aplicación móvil con entrega a domicilio.

4.1 Fuente de Financiamiento

La fuente de financiamiento para este proyecto será con instituciones financieras y una parte con recursos propios. A continuación lo podemos ver en la siguiente tabla:

Tabla 42 Financiamiento del proyecto

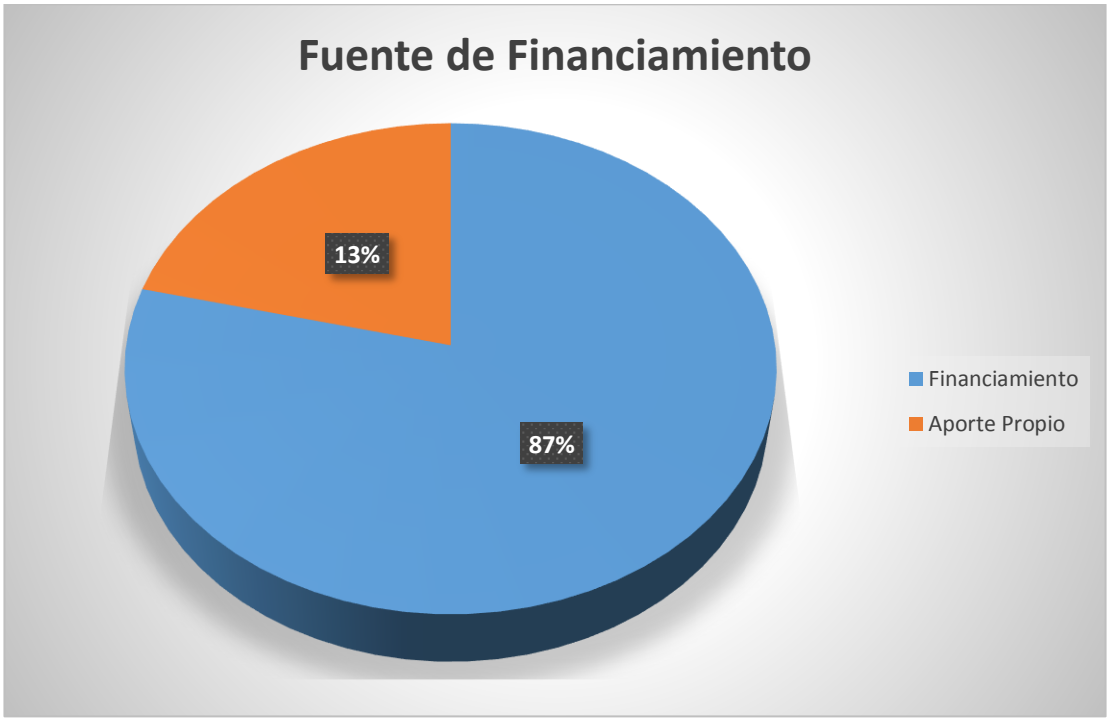
Inversión Total	**$**	**17.284,90**	**100%**
Financiamiento	$	15.000	87%
Aporte Propio	$	2.284,90	13%

Fuente: análisis del proyecto

Realizado por: Quito Leonardo

- El financiamiento de este proyecto será con un 87% a crédito a una institución financiera y el resto se cubrirá con aporte propio. Esta inversión será a mediano plazo ya que no se necesita de un monto muy alto para poner en ejecución.

Ilustración 32 Fuente de financiamiento



Realizado por: Quito Leonardo.

Tabla 43 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION	
Capital	**$15.000**
Tasa de interés anual	**15,00%**
Plazo en años	**4**
Forma de Pago	**MENSUAL**
Total Periodos	**48**
Periodos de Gracia	**0**
Periodos Normales	**48**
Valor Dividendo	**$ 417,46**

No. de Dividendo	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				*$15.000*
1	$187,50	$229,96	$417,46	$14.770,04
2	$184,63	$232,84	$417,46	$14.537,20
3	$181,72	$235,75	$417,46	$14.301,46
4	$178,77	$238,69	$417,46	$14.062,76
5	$175,78	$241,68	$417,46	$13.821,09
6	$172,76	$244,70	$417,46	$13.576,39
7	$169,70	$247,76	$417,46	$13.328,63
8	$166,61	$250,85	$417,46	$13.077,78
9	$163,47	$253,99	$417,46	$12.823,79
10	$160,30	$257,16	$417,46	$12.566,63
11	$157,08	$260,38	$417,46	$12.306,25
12	$153,83	$263,63	$417,46	$12.042,62
13	$150,53	$266,93	$417,46	$11.775,69
14	$147,20	$270,27	$417,46	$11.505,42
15	$143,82	$273,64	$417,46	$11.231,78
16	$140,40	$277,06	$417,46	$10.954,71
17	$136,93	$280,53	$417,46	$10.674,19
18	$133,43	$284,03	$417,46	$10.390,15
19	$129,88	$287,58	$417,46	$10.102,57
20	$126,28	$291,18	$417,46	$9.811,39
21	$122,64	$294,82	$417,46	$9.516,57
22	$118,96	$298,50	$417,46	$9.218,07
23	$115,23	$302,24	$417,46	$8.915,83
24	$111,45	$306,01	$417,46	$8.609,82
25	$107,62	$309,84	$417,46	$8.299,98
26	$103,75	$313,71	$417,46	$7.986,27
27	$99,83	$317,63	$417,46	$7.668,64
28	$95,86	$321,60	$417,46	$7.347,03
29	$91,84	$325,62	$417,46	$7.021,41
30	$87,77	$329,69	$417,46	$6.691,72
31	$83,65	$333,81	$417,46	$6.357,90

32	$79,47	$337,99	$417,46	$6.019,91
33	$75,25	$342,21	$417,46	$5.677,70
34	$70,97	$346,49	$417,46	$5.331,21
35	$66,64	$350,82	$417,46	$4.980,39
36	$62,25	$355,21	$417,46	$4.625,18
37	$57,81	$359,65	$417,46	$4.265,54
38	$53,32	$364,14	$417,46	$3.901,39
39	$48,77	$368,69	$417,46	$3.532,70
40	$44,16	$373,30	$417,46	$3.159,40
41	$39,49	$377,97	$417,46	$2.781,43
42	$34,77	$382,69	$417,46	$2.398,74
43	$29,98	$387,48	$417,46	$2.011,26
44	$25,14	$392,32	$417,46	$1.618,94
45	$20,24	$397,22	$417,46	$1.221,71
46	$15,27	$402,19	$417,46	$819,52
47	$10,24	$407,22	$417,46	$412,31
48	$5,15	$412,31	$417,46	$0,00
Totales	**$5.038,14**	**$15.000**	**$20.038**	

Fuente: análisis de tabla de amortización del proyecto.

Realizado por: Quito Leonardo.

- Cabe señalar que esta tabla de amortización fue realizada de acuerdo al método francés.

Ventas:

Tabla 44 Ventas

Productos	Unidades Mensuales	Unidades Anuales	Precio de Venta	Ventas Anuales
Panadería	23500	282000	0,15	42300
Pastelería	300	3600	1,00	3600
Totales	**23800**	**285600**		**45900**

Fuente: análisis de ventas del proyecto

Realizado por: Quito Leonardo.

- Estas unidades son las que se proyecta entregar al año, debido a que estas cantidades se venden en el local físico de la panadería y pastelería ya existente en los cuales se considera a los clientes frecuentes, sin embargo esto podría variar de acuerdo a la temporada en el año.

4.2 Balance General Proyectado

Tabla 45 balance general proyectado

Descripción		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Activos Corrientes		**$6.960**	**$11.482**	**$16.610**	**$22.391**	**$34.017**	**$46.714**	**$60.591**	**$75.766**	**$92.367**	**$110.537**
Caja - Bancos		$6.960	$11.482	$16.610	$22.391	$34.017	$46.714	$60.591	$75.766	$92.367	$110.537
Inventarios		$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0
Ctas por cobrar		$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0
Activos Fijos Netos		**$11.788**	**$9.288**	**$6.789**	**$4.290**	**$1.790**	**-$709**	**-$3.208**	**-$5.708**	**-$8.207**	**-$10.707**
Activos Fijos		$14.287	$14.287	$14.287	$14.287	$14.287	$14.287	$14.287	$14.287	$14.287	$14.287
(Depreciación acumulada)		-$2.499	-$4.999	-$7.498	-$9.997	-$12.497	-$14.996	-$17.495	-$19.995	-$22.494	-$24.994
TOTAL ACTIVOS		**$18.748**	**$20.770**	**$23.398**	**$26.680**	**$35.807**	**$46.005**	**$57.383**	**$70.058**	**$84.159**	**$99.831**
Préstamos Inst. Financieras		$12.043	$8.610	$4.625	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0
Cuentas por pagar		$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0
Pasivo		**$12.043**	**$8.610**	**$4.625**	**$0**	**$0**	**$0**	**$0**	**$0**	**$0**	**$0**

Patrimonio		**$6.705**	**$12.161**	**$18.773**	**$26.680**	**$35.807**	**$46.005**	**$57.383**	**$70.058**	**$84.159**	**$99.831**
Aporte Futura Capitalización		$2.285	$2.285	$2.285	$2.285	$2.285	$2.285	$2.285	$2.285	$2.285	$2.285
Utilidad del Ejercicio		$4.420	$5.455	$6.613	$7.907	$9.127	$10.199	$11.378	$12.675	$14.102	$15.671
Utilidades Retenidas		$0	$4.420	$9.876	$16.488	$24.395	$33.522	$43.720	$55.098	$67.773	$81.875
PASIVO + PATRIMONIO		**$18.748**	**$20.770**	**$23.398**	**$26.680**	**$35.807**	**$46.005**	**$57.383**	**$70.058**	**$84.159**	**$99.831**

Fuente: Balance general proyectado.

Realizado por: Quito Leonardo.

- Se puede observar que los activos corrientes tienen valores considerables en cada año y los activos fijos van reduciendo debido a que se deprecian al pasar de los años, los activos corrientes ayudan al flujo de caja de la empresa. Por otro lado se nota el incremento de las utilidades, esto permitirá a la empresa a cumplir con sus expectativas y ser mejor en sus servicios. 4.3 estado resultado proyecta

Tabla 46 Estado resultado proyectado

% Incremento Anual	10,0%

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas		$45.900	$50.490	$55.539	$61.093	$67.202	$73.922	$81.315	$89.446	$98.391	$108.230
(Costos Directos)		$14.820	$16.302	$17.932	$19.725	$21.698	$23.868	$26.255	$28.880	$31.768	$34.945
Utilidad Bruta		**$31.080**	**$34.188**	**$37.607**	**$41.367**	**$45.504**	**$50.055**	**$55.060**	**$60.566**	**$66.623**	**$73.285**
(Costos Indirectos)		$19.595	$21.554	$23.710	$26.081	$28.689	$31.558	$34.713	$38.185	$42.003	$46.204
Utilidad Operativa		**$11.485**	**$12.634**	**$13.897**	**$15.287**	**$16.815**	**$18.497**	**$20.347**	**$22.381**	**$24.620**	**$27.082**
Gastos de Administración y Ventas		$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0
Gastos Financieros		$2.052	$1.577	$1.025	$384	$0					
Depreciaciones y amortizaciones		$2.499	$2.499	$2.499	$2.499	$2.499	$2.499	$2.499	$2.499	$2.499	$2.499
Utilidad antes de Beneficios		**$6.934**	**$8.558**	**$10.373**	**$12.403**	**$14.316**	**$15.998**	**$17.847**	**$19.882**	**$22.120**	**$24.582**
15% Utilidades trabajadores		$1.040	$1.284	$1.556	$1.860	$2.147	$2.400	$2.677	$2.982	$3.318	$3.687
Utilidad antes de impuestos		**$5.894**	**$7.274**	**$8.817**	**$10.543**	**$12.169**	**$13.598**	**$15.170**	**$16.900**	**$18.802**	**$20.895**
25 % impuesto a la renta		$1.473	$1.818	$2.204	$2.636	$3.042	$3.400	$3.793	$4.225	$4.701	$5.224
Utilidad Neta		**$4.420**	**$5.455**	**$6.613**	**$7.907**	**$9.127**	**$10.199**	**$11.378**	**$12.675**	**$14.102**	**$15.671**

Fuente: Estado de resultado proyectado.

Realizado por: Quito Leonardo.

- Como podemos observar en la tabla de proyección de ventas con un incremento del 10%, la comparación del año 1 al 10, las ventas se incrementan, en donde podemos decir que son valores positivos a futuro para la empresa, en cuanto a los impuestos, gastos financieros, y depreciaciones tienen un costo bajo, ya que estos valores son aceptables que se pueden cubrir por la empresa.

Tabla 47 Flujo de Caja proyectado

Descripción	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**
Ventas		$45.900	$50.490	$55.539	$61.093	$67.202	$73.922	$81.315	$89.446	$98.391	$108.230
(Costos Directos)		$14.820	$16.302	$17.932	$19.725	$21.698	$23.868	$26.255	$28.880	$31.768	$34.945
(Costos Indirectos)		$19.595	$21.554	$23.710	$26.081	$28.689	$31.558	$34.713	$38.185	$42.003	$46.204
Gastos de Administración y Ventas		$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0	$0
Flujo Operativo		**$11.485**	**$12.634**	**$13.897**	**$15.287**	**$16.815**	**$18.497**	**$20.347**	**$22.381**	**$24.620**	**$27.082**
Ingresos no operativos	**$17.285**										
Crédito	$15.000										
Aporte Propio	$2.285										
Egresos no operativos		**$7.523**	**$8.112**	**$8.770**	**$9.506**	**$5.190**	**$5.799**	**$6.470**	**$7.207**	**$8.019**	**$8.911**

Inversiones	$17.285										
Activos Fijos	$14.287										
Capital de Trabajo	$2.998										
Pago de dividendos		$2.957	$3.433	$3.985	$4.625	$0					
Gastos Financieros		$2.052	$1.577	$1.025	$384	$0	$0	$0	$0	$0	$0
Impuestos		$2.513	$3.102	$3.760	$4.496	$5.190	$5.799	$6.470	$7.207	$8.019	$8.911
Flujo No Operativo	**$2.998**	**-$7.523**	**-$8.112**	**-$8.770**	**-$9.506**	**-$5.190**	**-$5.799**	**-$6.470**	**-$7.207**	**-$8.019**	**-$8.911**
FLUJO NETO	**$2.998**	**$6.960**	**$4.522**	**$5.127**	**$5.781**	**$11.626**	**$12.698**	**$13.877**	**$15.174**	**$16.601**	**$18.170**
Flujo Acumulado	**$2.998**	**$6.960**	**$11.482**	**$16.610**	**$22.391**	**$34.017**	**$46.714**	**$60.591**	**$75.766**	**$92.367**	**$110.537**
Flujo para VAN		**$8.972**	**$9.201**	**$9.912**	**$10.662**	**$16.815**	**$18.497**	**$20.347**	**$22.381**	**$24.620**	**$27.082**
Flujo para VAN 2		**$6.920**	**$7.955**	**$9.112**	**$10.406**	**$11.626**	**$12.698**	**$13.877**	**$15.174**	**$16.601**	**$18.170**

Fuente: Flujo de caja proyectado

Realizado por: Quito Leonardo

- En la tabla de flujo de caja proyectado se puede observar que del año 1 al 4 se obtiene que los gastos financieros se va reduciendo esto debido a que se paga el préstamo en el trascurso de esos años, y por otra parte los impuestos van aumentando cada año y esto representaría como no positivo para crecer la empresa a largo plazo.
- Con respecto al VAN 1 sin financiamiento y al VAN 2 con financiamiento son positivos, esto representaría que cualquiera de los dos casos son buenos para la empresa, es decir son mayores a 1.

- Estos resultados nos proyecta cifras positivas en cuanto al estudio económico, ya que con este estudio nos ayudaría a poner en marcha el funcionamiento de aplicación móvil.

4.5 evaluación del proyecto

Tabla 48 índices financieros

Descripción	**(Inv. Inicial)**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**
Flujos Inversionista	($ 17.285)	$ 8.972	$ 9.201	$ 9.912	$ 10.662	$ 16.815	$ 18.497	$ 20.347	$ 22.381	$ 24.620	$ 27.082
Flujo Acumulado		$ 8.972	$ 18.173	$ 28.085	$ 38.747	$ 55.562	$ 74.059	$ 94.406	$ 116.787	$ 141.407	$ 168.488
Tasa de descuento	**14,12%**										

Fuente: índices financieros

Realizado por: Quito Leonardo.

- Como se puede observar en la tabla el periodo de recuperación de la inversión se daría en el transcurso del año 2. La tasa de descuento corresponde a un 14,21%

Tabla 49 tasa de rendimiento promedio del proyecto

Sumatoria de Flujos	$168.488
Años	10
Inversión Inicial	$17.284,90
TRP	**97,5%**

Fuente: análisis de tasa de rendimiento promedio

Realizado por: Quito Leonardo.

- La tasa de rendimiento promedio es mayor a la tasa de descuento con un 97,5%

Tabla 50 Recuperación de la inversión

Año de Recuperación de la Inversión		**Año**	**1**	
Diferencia con Inversión Inicial		$17.285	**$8.972**	**$7.357**
Flujo Mensual Promedio Año Siguiente		**$9.201**	12	**$904**
Número de Meses		$7.357	$904	8,14
PAYBACK	**1**	**Año (s)**	**11**	**Mes(es)**

Fuente: análisis recuperación de la inversión

Realizado por: Quito Leonardo.

- En este cuadro nos muestra con datos más puntuales que en un año 11 meses se recuperaría la inversión del proyecto invertido.

4.5.1 VAN

Tabla 51 valor actual neto

Valor Actual Neto (VAN) proyecto	**(Positivo)**	**$57.921**

Fuente: análisis valor actual neto

Realizado por: Quito Leonardo

- El valor actual neto (VAN) con los datos presentados nos da positivo, es el valor que se tendrá en un futuro si se acepta el proyecto.

4.5.2 TIR

Tabla 52 Tasa interna de retorno

Tasa Interna de Retorno (Tir)	**(Mayor a la T. Dcto)**	**69,07%**

Fuente: análisis de la tasa interna de retorno

Realizado por: Quito Leonardo

- La tasa interna de retorno se compara con la tasa de descuento, lo que significa porcentajes positivos para ejecutar este proyecto y de ser el caso la aceptación del mismo.

Tabla 53 índice de rentabilidad

Índice de Rentabilidad (IR)	**(Mayor a 1)**	**4,35**

Fuente: análisis de índice de rentabilidad

Realizado por: Quito Leonardo

- Este índice de rentabilidad nos indica como el valor actual de las entradas de caja prevista para el futuro.

Tabla 54 rendimiento real

Rendimiento Real (RR)	**(Mayor a la T. Dcto)**	**335%**

Fuente: análisis del rendimiento real del proyecto

Realizado por: Quito Leonardo

- El rendimiento real de este estudio nos da positivo representado con un 335% que es mayor a la tasa de descuento y positivo para la empresa.

Conclusión capítulo 4:

Al finalizar este capítulo podemos concluir que la inversión total que se necesita para este proyecto es de $ 17.284,90, en el cual un 87% será financiado y otra parte por aporte propio. En cuanto a los estados financieros proyectados a futuro tenemos valores positivos que nos dan una ventaja debido al incremento de las ventas es así que los indicadores financieros tales como el valor actual neto(VAN), la tasa interna de retorno(TIR), el rendimiento real(RR) son mayores a la tasa de descuento que equivale a 14,12%. El tiempo en que se recuperará la inversión será en 1 año 11 meses por lo tanto son indicadores que refleja que si se podrá dar aceptación para la implementación de la creación de una aplicación móvil, por lo tanto con datos del estudio financiero el proyecto puede ser rentable y se puede poner en marcha.

Conclusiones Generales

Al terminar estos análisis de estudio de factibilidad para la creación de una aplicación móvil con entrega a domicilio de panadería y pastelería en sector urbano de Cuenca en estos cuatros capítulos se consiguió la siguiente conclusión, para poner en marcha este aplicativo no existen muchas leyes que pueda afectar el funcionamiento de las actividades, debido a que hoy en día hay un avance tecnológico y herramientas que beneficia al sector del servicio en el país ; por otra parte en el análisis FODA se encontraron estrategias sostenibles ante posibles cambios en el mercado.

Con respecto al estudio de mercado se dirigió a un nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto, de acuerdo a las encuestas realizadas estarían dispuestas a utilizar y a comprar mediante una aplicación móvil con entrega a domicilio y dando como positivo la aceptación del mercado, debido a que no existe una competencia directa, pero si una gran cantidad de competidores indirectos.

Dentro del estudio técnico los costos representativos serán los equipos, herramientas y desarrollo del aplicativo móvil, ya que es un proyecto tecnológico y no se necesita de muchos activos fijos; por otra parte dentro del estudio administrativo se vinculará la estructura organizativa con la empresa ya constituida que está en el mercado.

Finalmente en el estudio financiero la inversión que se necesitará es de $ 17.284,90, esta inversión será a mediano plazo ya que no es un monto muy alto para poner en ejecución, dado que en el análisis realizado el tiempo de recuperación de la inversión será de un año 11 meses, además se encontró datos positivos como el Valor Actual Neto (VAN) de $57.921, y la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 69,07%, lo que nos indica que el proyecto a largo plazo será rentable.

Este estudio nos da como resultados positivos las investigaciones de mercado, técnico y financiero para ejecutar la creación de una aplicación móvil con entrega a domicilio de panadería y pastelería en la ciudad de Cuenca.

Recomendaciones

La aceptación que tiene en el mercado este estudio de factibilidad y a la vez por ser un emprendimiento tecnológico de servicio con entrega de productos de primera necesidad y cumple con las condiciones, nos proporcionaría una ventaja en el mercado, es por esto se recomienda la creación de un aplicativo móvil con entrega a domicilio.

Se recomienda realizar una evaluación de los gastos de entrega debido a que varias de las personas no estaban dispuestos o seguros de pagar un valor adicional por la entrega del producto y a la vez una evaluación de satisfacción del cliente continuamente que permita conocer si se cumple con las expectativas.

Al no tener una competencia directa se recomienda crear estrategias diferenciadoras frente a la competencia y un mejoramiento de la calidad del producto y del servicio, debido a que empresas podrían fácilmente entrar o mejorarlo.

Se recomienda también realizar investigaciones de mercado que permita conocer sobre los cambios en los factores de compra de los consumidores y a la vez conocer los gustos y preferencias de los productos de panadería y pastelería que más se demanda en el mercado.

Otro punto que se debe considerar es el manejo de la publicidad y marketing, hoy en día el internet y las redes sociales es el medio más importante que tienen las personas, es por ello que se recomienda aprovechar al máximo la tecnología y de esta manera llegar al consumidor en donde se beneficien tanto la empresa como el cliente.

Referencias

Baca Urbina Gabriel. (2013), Evaluación de Proyectos. (7 ma. Ed.) México: McGraw-Hill.

Como desarrollar una app. (s.f). obtenido de www.ideascreativas.com.ec

Ecuador en cifras. (2019). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/

Fischer Laura, Alma Navarro. (2011). Introducción a la investigación de mercados. Recuperado de

http://www.casadellibro.com/libro-introduccion-a-la-investigacion-de-mercados/9789684518933/181272

Gallardo Cervantes Juan. (1999), formulación y evaluación de proyectos de inversión: un enfoque de sistemas. Recuperado de

http://biblioteca.unach.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=4770

Ipinza, Fernando D' Alessi. (2004), Enfoque Estratégico y de Calidad. Recuperado de http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/ciclo.html

KAZMIER, Leonard J. (1998), Estadística Aplicada a la Administración y a la Economía. México.

Kinnear, T y Taylor, J. (1998), Investigación de mercados. Bogotá: McGraw-Hill.

Meneses Álvarez Edilberto. (2001), Preparación y evaluación de proyectos. (5ta.Ed.). México.

Porter, M. (Harvard Business Review de Enero 2008). Obtenido de

https://utecno.files,wordpress,com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-michael_porter-libre.pdf

Revista líderes. Recuperado el 12 de septiembre del 2019, de https://www.revistalideres.ec/lideres/servicios-aplicaciones-expanden-ecuador.html.

Sapag Chain Nassir. (2007). Preparación y evaluación de proyectos. (5ta.Ed.).México: McGraw-Hill.

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta Piloto

1. **¿Posee usted un teléfono inteligente o Tablet?**

   SI ☐ NO ☐

2. **¿Tiene acceso de internet en algún momento del día?**

   SI ☐ NO ☐

3. **¿Dispone de internet en?**

Celular ☐ Casa ☐ Oficina ☐

4. **¿Usted ha manejado aplicaciones móviles en su celular o Tablet?**

SI ☐ NO ☐

5. **¿Ha comprado usted productos mediante una aplicación móvil?**

   SI ☐ NO ☐

6. **¿Conoce usted de alguna aplicación que brinde el servicio de compra en línea de panadería y pastelería?**

   SI ☐ NO ☐

7. **¿Qué atributos considera de mayor importancia en una aplicación móvil?**

Fácil manejo ☐

Filtros de búsqueda ☐

Variedad de productos ☐

Precios cómodos ☐

8. **¿Conoce de otras empresas que brinde un igual servicio?**

SI ☐ NO ☐

9. **¿Si hubiera una aplicación para la compra en línea de productos panadería y pastelería usted lo utilizaría?**

SI ☐ NO ☐

10. **¿Le gustaría que productos de panadería y pastelería sean entregados a domicilio?**

SI ☐ NO

11. **¿Cuánto tiempo esperaría por la entrega del servicio?**

5m a 15m ☐

15m a 30m ☐

30m a 45m ☐

45m a 60m ☐

12. **¿En dónde le gustaría se sean entregados los productos de panadería?**

Casa ☐ Trabajo ☐ Otros ☐

13. **¿Cuánto tiempo de anticipación usted haría su pedido?**

5m a 15m ☐

15m a 30m ☐

30m a 45m ☐

45m a 60m ☐

Más de 60m ☐

14. ¿Cuantos panes consumen usted o su familia al día?

1 a 5 ☐

5 a 10 ☐

10 a 15 ☐

15 o más ☐

15. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor adicional por la entrega a domicilio?

SI ☐ NO ☐

16. ¿A qué hora con frecuencia usted o su familia compran en una panadería?

6am-11am☐ 12pm-5pm ☐ 5pm-11pm☐ Distinto Horario ☐

17. ¿Qué método de pago utiliza con frecuencia?

Efectivo☐ tarjeta de débito☐ tarjeta de crédito ☐

18. ¿Por qué medio publicitario le gustaría conocer el servicio?

TV☐ Radio☐ Internet☐ periódico☐

ANEXO 2

ENCUESTA

Con el fin de conocer un estudio de factibilidad para la creación de una aplicación móvil para la compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería en el sector urbano de Cuenca. Por favor sírvase contestar lo siguiente:

18. ¿Posee usted un teléfono inteligente o Tablet?

SI ☐ NO ☐

- Si su respuesta es No pase a la pregunta 9.

19. ¿Tiene acceso a internet en algún momento del día?

SI ☐ NO ☐

- Si su respuesta es No pase a la pregunta 4.

20. ¿Dispone de internet en?

Celular ☐ Casa ☐ Oficina ☐

21. ¿Usted ha manejado aplicaciones móviles en su celular o Tablet?

SI ☐ NO ☐

22. ¿Ha comprado usted productos mediante una aplicación móvil?

SI ☐ NO ☐

23. ¿Conoce usted de alguna aplicación que brinde el servicio de compra en línea de panadería y pastelería?

SI ☐ NO ☐

24. ¿Qué atributos considera de mayor importancia en una aplicación móvil?

Fácil manejo ☐

Filtros de búsqueda ☐

Variedad de productos ☐

Precios cómodos ☐

25. ¿Conoce de otras empresas que brinde un igual servicio?

SI ☐ NO ☐

26. ¿Si hubiera una aplicación para la compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería usted lo utilizaría?

SI ☐ NO ☐

- Si su respuesta es No termina la encuesta.

27. ¿Cuánto tiempo esperaría por la entrega del servicio?

5m a 15m ☐

15m a 30m ☐

30m a 45m ☐

45m a 60m ☐

28. ¿En qué lugar le gustaría se sean entregados los productos de panadería y pastelería?

Casa ☐ Trabajo ☐ Otros ☐

29. ¿Cuánto tiempo de anticipación usted haría su pedido?

5m a 15m ☐

15m a 30m ☐

30m a 45m ☐

45m a 60m ☐

Más de 60m ☐

30. ¿Cuantos panes consumen usted o su familia al día?

1 a 5 ☐

5 a 10 ☐

10 a 15 ☐

15 o más ☐

31. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor adicional por la entrega a domicilio?

SI ☐ NO ☐

32. ¿En qué momento del día usted compra en la panadería?

Mañana ☐ Tarde ☐ Noche ☐ Distinto Horario ☐

33. ¿Qué método de pago utiliza con frecuencia?

Efectivo ☐ tarjeta de débito ☐ tarjeta de crédito ☐

34. ¿Por qué medio publicitario le gustaría conocer el servicio?

TV ☐ Radio ☐ Internet ☐ periódico ☐

GRACIAS POR SU COLABORACION

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 29 de marzo de 2019, conoció y aprobó la solicitud para realización del trabajo de titulación, presentada por:

Estudiante:	Quito Auquilla Leonardo Fabián con código 49152
Tema:	**Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca**
Para:	Previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial
Director:	Ing. Marco Piedra Aguilera
Tribunal:	Ing. Juan Francisco Alvarez Valencia e Ing. Carlos Terreros Brito

Plazo de presentación del trabajo de titulación: Se fijó como plazo para la entrega del trabajo de titulación, conforme a la Disposición Tercera del Reglamento de Régimen Académico, un período académico contado desde la fecha de aprobación del diseño del trabajo, esto es hasta el 29 de septiembre de 2019, debiendo el Director presentar a la Junta Académica, dos informes -uno cada dos meses- sobre los avances del trabajo de titulación.

Cuenca, 1 de abril de 2019

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Facultad Ciencias de la Administración
SECRETARIA

UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 02 de octubre de 2019, conoció la solicitud presentada con fecha 19 de septiembre de 2019 por el estudiante de la carrera de Administración de Empresas, señor Leonardo Fabián Quito Auquilla (cód.49152), en la cual pide se le conceda prórroga para la presentación de su trabajo de titulación "Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca", en razón de que la investigación resultó ser más amplia de lo que esperaba, debiendo haber presentado concluido el trabajo el 29 de septiembre de 2019. El Consejo de Facultad, tomando en cuenta la razón expuesta por el estudiante y el informe favorable del director del trabajo, resolvió concederle una prórroga de seis meses para la presentación final del trabajo, esto es hasta el 29 de marzo de 2020.

Cuenca, 15 de octubre de 2019

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
SECRETARIA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Facultad de Ciencias de la Administración
SECRETARÍA

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca,** presentado por el estudiante **Quito Auquilla Leonardo Fabián** con código 49152, previa a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, para el día, **Miércoles, 13 de marzo de 2019 a las 09h00.**

Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificaciones ni cambios en los documentos; únicamente, en caso de diseño aprobado con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.

Cuenca, 06 de marzo de 2019

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria de la Facultad

Ing. Marco Piedra Aguilera .....

Ing. Juan Francisco Alvarez Valencia .....

Ing. Carlos Terreros Brito .....

Comunicado OK.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

ACTA
SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

1. Nombre del estudiante: Quito Auquilla Leonardo Fabián
2. Código: 49152
3. Director sugerido: Ing. Marco Piedra Aguilera
4. Codirector (opcional): _____
5. Tribunal: Ing. Juan Francisco Alvarez Valencia e Ing. Carlos Terreros Brito
6. Título propuesto: **Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca**

7. Aceptado sin modificaciones: _____

8. Aceptado con las siguientes modificaciones:

Ampliar la muestra a la ciudad: Cuenca.
correcciones de redacción y ortografía.

9. No aceptado
10. Justificación:

Tribunal

Ing. Marco Piedra Aguilera

Ing. Juan Francisco Alvarez Valenci

Ing. Carlos Terreros Brito

Sr. Quito Auquilla Leonardo Fabián

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria de la Facultad

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN
(Tribunal)

1. Nombre del estudiante: Quito Auquilla Leonardo Fabián
2. Código : 49152
3. Director sugerido : Ing. Marco Piedra Aguilera
4. Codirector (opcional):
5. Título propuesto: **Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca**
6. Revisores tribunal: Ing. Juan Francisco Alvarez Valencia e Ing. Carlos Terreros Brito
7. Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple	No cumple
Problemática y/o pregunta de investigación		
1. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	✓	
2. ¿Tiene relevancia profesional y social?	✓	
Objetivo general		
3. ¿Concuerda con el problema formulado?	✓	
4. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	✓	
Objetivos específicos		
5. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?	✓	
6. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	✓	
Metodología		
7. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	✓	
8. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	✓	
9. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	✓	
10. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?	✓	
Resultados esperados		
11. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	✓	
12. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	✓	
13. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	✓	
14. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	✓	

Ing. Marco Piedra Aguilera

Ing. Juan Francisco Alvarez Valencia

Ing. Carlos Terreros Brito

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FECHA: 06 de Marzo de 2019

Estudiante: LEONARDO FABIAN QUITO AUQUILLA

Cuenca, 28 de Febrero de 2019
Oficio: EA-1948-2019-UDA

Ingeniero
OSWALDO MERCHÁN MANZANO
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
Su despacho

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por **Leonardo Fabián Quito Auquilla** con código **49152**, tema: **"Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca"**, informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la "Guía para elaboración y presentación de la denuncia/ protocolo de trabajo de titulación"

Director: Ing. Marco Piedra

Tribunal sugerido: Ing. Juan Francisco Álvarez
Ing. Carlos Terreros

Atentamente,

ING. MARÍA JOSÉ GONZÁLEZ
Coordinadora de la Junta de Administración
Universidad del Azuay

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Escuela Administración de Empresas

Oficio Estudiante: Aprobación diseño

Lugar de Almacenamiento	Retención	Disposición Final
F: Archivo Secretaría de la Facultad	5 años	Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 20 de febrero del 2019

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi/ nuestra consideración,

Estimado Señor Decano, yo **Leonardo Fabian Quito Auquilla** con C.I. **0105436802,** código estudiantil 49152; estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, solicito muy comedidamente a usted la aprobación del protocolo de trabajo de titulación con el tema **"Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca. "** previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial para lo cual adjunto la documentación respectiva.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipo mi agradecimiento/ anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente:

Leonardo Quito

Estudiante de la Escuela de Administración de Empresas

Edición Autorizada
N° 0890213

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DOCTORA MARÍA ELENA RAMÍREZ AGUILAR, SECRETARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

CERTIFICA:

Que, el señor **QUITO AUQUILLA LEONARDO FABIAN,** con número de cédula de identidad **0105436802,** código de estudiante Nro. **49152,** luego de haber cumplido con los requisitos reglamentarios y aprobado las asignaturas de los nueve niveles del pensum de estudios de la carrera de **ADMINISTRACION DE EMPRESAS** de la Facultad de Ciencias de la Administración, finalizó sus estudios el **28 de Julio de 2018.**

Puede el peticionario dar a la presente certificación el uso que en derecho le compete.

Cuenca, 20 de Septiembre de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
SECRETARIA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACION SECRETARIA

Derecho No. **001-002-000075602**

mjmr.-

Edición Autorizada 15.000 ejemplares 865.601 - 880.600 Nº 0868844

Cuenca, 19 de febrero del 2019

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Respetado Ingeniero,

Yo Julio Javier Bermejo Lozado, propietario de la panadería y pastelería "San Agustín", autorizo al estudiante Leonardo Quito de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay, a realizar su trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial en la empresa, misma que ayudará al estudiante proporcionándole los documentos e información requerida para el desarrollo de su trabajo.

Sin otro particular me suscribo,

Atentamente

Javier Bermejo

Propietario

Dirección: Camilo Ponce Y Jorge Carrera Andrade

Telf.: 2806732

Cel. 0992361534

Cuenca, 19 de febrero del 2019

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, **Marco Antonio Piedra Aguilera** informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación elaborado previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial denominado, **"Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca "**, realizado por el estudiante **Leonardo Fabián Quito Auquilla**, con código estudiantil **49152**, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente

Marco Piedra Aguilera

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Escuela Administración de Empresas

Protocolo de Trabajo de Titulación

Lugar de Almacenamiento	Retención	Disposición Final
F: Archivo Secretaría de la Facultad	5 años	Almacenar en repositorio digital de la Universidad

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca.

Nombre de Estudiante(s):

Quito Auquilla Leonardo Fabían

Director(a) sugerido(a):

Ing. Piedra Aguilera Marco Antonio

Cuenca - Ecuador

2019

Edición Autorizada 10.000 ejemplares 895.501 - 905.500 Nº 0895744

1. **Datos Generales**

1.1. Nombre del Estudiante

Quito Auquilla Leonardo Fabián

1.1.1. Código
Ua049152

1.1.2. Contacto

Quito Auquilla Leonardo Fabián

Teléfono: 2386265
Celular: 0986232281
Correo Electrónico: leo.quito666@hotmail.com

1.2. Director Sugerido: Piedra Aguilera Marco Antonio, ingeniero.

1.2.1. Contacto:
Celular: 0999744911
Correo Electrónico: mapiedra@uazuay.edu.ec

1.3. Co-director sugerido:

1.3.1. Contacto:

1.4. Asesor Metodológico:

1.5. Tribunal designado:

1.6. Aprobación:

1.7. Línea de Investigación de la Carrera:
5311 Organización y dirección de empresas

1.7.1. Código UNESCO: 5311.99 Otras: Emprendimiento

1.7.2. Tipo de trabajo:

a) Proyecto de investigación
b) Investigación formativa

1.8. Área de Estudio:
Evaluación y Gestión de proyectos

1.9. Título Propuesto:

Estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca.

1.10. Subtítulo:

Ninguno

1.11. Estado del proyecto

Nuevo

2. Contenido

2.1. Motivo de la Investigación:

Realizar un estudio de factibilidad para brindar el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería, mediante una aplicación móvil en el sector urbano de Cuenca, con el fin de atender las necesidades y mejorar el servicio a los clientes.

2.2. Problemática

En la ciudad de Cuenca la mayoría de panaderías ofrecen un servicio tradicional, brindando la exhibición a través de estantes para la venta de los productos en el local, sin embargo existen personas que buscan alternativas cómodas que les ahorre tiempo y evite la movilización para realizar sus compras. Por esta razón se pretende realizar un estudio de factibilidad para brindar un servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería mediante una aplicación móvil, que brinde un servicio con mayor confiabilidad para todos los clientes.

2.3. Pregunta de Investigación

¿Es factible la creación de una aplicación móvil que brinde el servicio de compra en línea y de entrega a domicilio de panadería y pastelería en el sector urbano de Cuenca?

2.4. Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para implementar una aplicación móvil para la compra en línea y un servicio de entrega a domicilio de panadería y pastelería en el sector urbano de Cuenca.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará una metodología que se fundamente en un estudio Político, Económico, Social, Tecnológico, Legal y Ambiental, que permitirá conocer si es factible ejecutar la aplicación, además se podrá tomar las decisiones y analizar los estudios necesarios para ejecutar el aplicativo. Esto se realizará de manera directa con la población urbana de Cuenca, con el fin de conocer sus necesidades.

Finalmente el estudio a realizar nos permitirá conocer la viabilidad de la idea de negocio y diseñar el aplicativo móvil para mejorar el servicio de panadería y pastelería.

Edición Autorizada 10.000 ejemplares 805.501 - 905.500 Nº 0895745

2.5. Estado del Arte y marco teórico

La propuesta del estudio de factibilidad para la implementación de una aplicación móvil de servicio de panadería y pastelería en el sector urbano de Cuenca. se iniciará de un estudio de mercado. en donde se analizaría la oferta. demanda. precios, estrategias de ventas, análisis de proveedores, ventajas competitivas, marketing, y luego continuar con la siguiente fase que es el estudio técnico, estudio administrativo y legal de tal manera que se pueda satisfacer las necesidades de consumo de pan en la población urbana.

Para el desarrollo del estudio nos guiaremos el cual según Sapag (2008), dice que el estudio de factibilidad se caracteriza por utilizar información primaria, un mínimo de variables cualitativas y cálculos financieros y económicos que justifiquen la valoración de los ítems, toda la información primaria que recoja es útil para lograr el estudio Económico del proyecto mediante la utilización de la información del estudio de mercado, Técnico y Administrativo.

También para Sapag (2008) Indica que cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología, o la tecnología por aplicar ella conlleva necesariamente la búsqueda de propósitos coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana.

Kinnear y Taylor (1998) encontraron que la principal característica del método de estudio es la flexibilidad para seleccionar o diseñar la metodología que más se ajuste al problema de estudio, requiriendo una investigación exploratoria, descriptiva o explicativa.

Baca (2010) nos indica que los hábitos alimenticios de la población están cambiando y con ellos las exigencias del consumidor. En el campo de la panificación este hecho se ha traducido en un aumento de la demanda de productos listos para su consumo. Uno de los aspectos fundamentales del estudio técnico de un proyecto es la definición de su tamaño. El estudio de mercado provee de información para la estimación de una demanda futura, que puede ser variable en el tiempo y que sirve como referencia para la determinación del tamaño más adecuado.

"La agrupación de consumidores de acuerdo con algún comportamiento similar en el acto de compra se denomina segmentación, la cual reconoce que el mercado consumidor está compuesto por individuos con diversidad de ingresos, edad, sexo, clase social,

educación y residencia en distintos lugares, lo que los hace tener necesidades y deseos también distintos" (Sapag, 2008).

Baca (2013) indica la evaluación de un proyecto de inversión busca determinar su rentabilidad tanto económica como social para que en el caso de que este resultado sea el esperado por los interesados en el proyecto, se proceda con la asignación de recursos.

Finalmente para Sapag (2008) previo a tomar la decisión de si invertir o no en un proyecto, se debe realizar un estudio de ventajas y desventajas que represente la implementación del mismo.

Terminado de realizar el estudio de mercado se iniciara con el estudio técnico en donde "el estudio técnico puede dividirse en 4 partes que son, determinar el tamaño óptimo de la planta, la localización optima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal" (Baca, 2010).

Al final de la investigación se puede afirman que:

La empresa es un todo y no solo una área, está constituida por tres columnas básicas que operan integral, Coordinada y racionalmente, que tienen en la misión y los objetivos de la Organización la brújula que orienta el uso de los recursos, y en la productividad, la herramienta de medición de la gestión. (Ipinza, 2004, p.43)

2.6. Hipótesis

Ninguno

2.7. Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un aplicativo móvil para el servicio de compra en línea y entrega a domicilio de panadería y pastelería en el sector urbano de Cuenca.

2.8. Objetivos Específicos

1. Analizar la situación actual del mercado.
2. Elaborar un estudio Político, Económico, Social, Tecnológico, Legal y Ambiental.
3. Conocer el valor de la inversión necesaria, y la rentabilidad del proyecto.

Edición Autorizada 40.000 ejemplares 995/507 - 995/500 N° 0895746

2.9. Metodología

El desarrollo del estudio de factibilidad para crear un aplicativo móvil, se realizará un análisis y el desarrollo de los siguientes estudios, (Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico y Estudio Administrativo y Legal), con el fin de obtener la información necesaria para la toma decisiones sobre la viabilidad del proyecto.

En el estudio de mercado se identificara tanto el precio al que los consumidores están dispuestos a comprar, los gustos y preferencias, la demanda, cuyo objetivo particular será ratificar la posibilidad real de colocar el servicio que elaboraría el proyecto en el mercado.

Seguidamente realizaremos el método cualitativo de investigación de mercados, en donde se realizará encuestas.

La muestra será determinada mediante la aplicación de la siguiente formula:

$$n = \frac{N \times Z_a^{\,2} \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z_a^{\,2} \times p \times q}$$

En la presente investigación realizaremos encuestas, con el fin de conocer el consumo de pan y la aceptabilidad de una aplicación móvil para la compra del producto, se medirán a través de encuestas realizadas a las familias que habitan en el sector urbano de Cuenca, "La encuesta es una técnica que consiste en obtener información de una parte de la población o muestra, mediante el uso de un cuestionario o entrevista."

Con la información obtenida en el estudio de mercado se analizaran los datos mediante tabulaciones y gráficos porcentuales en una hoja de Excel, o en el programa SPSS.

Adicionalmente se realizará un estudio Técnico, Administrativo y Legal utilizando diferentes métodos como el análisis Pestla, con el fin de identificar cuáles son los factores que afectan a la empresa para su desarrollo, además se llevará a cabo un estudio Económico-Financiero para saber cuál será el monto necesario para ejecutar el proyecto.

Finalmente se analizará un estudio de rentabilidad en donde mediremos si el proyecto a realizar es factible para poner en marcha en el mercado de Cuenca.

2.10. Alcances y resultados esperados

El alcance del proyecto busca determinar la factibilidad para la creación de una aplicación móvil a que estarían dispuestos a utilizarlo para comprar el producto con entrega a domicilio.

2.11. Supuestos y riesgos

Falta de información secundaria

Falta de tiempo para realizar la investigación

2.12. Presupuestos

Rubro	Costo (USD)	Justificación
Suministros y materiales	80	Para impresión de las encuestas
internet	40	Para búsqueda de información y consultas
Transporte	100	Para trasladarse a contactos con instituciones
llamadas	20	Para comunicarse
Memoria flash	16	Para almacenamiento de información
Derechos de graduación	100	Para tramites universitarios
Impresión de tesis	120	Impresión de proyecto final
TOTAL	**476**	

2.13. Financiamiento

La fuente de financiamiento del proyecto será propio.

2.14. Esquema tentativo

Introducción

Capítulo 1. ENTORNO EMPRESARIAL

1.1.Análisis de las fuerzas de Porter
1.2.Análisis Foda
1.3.Análisis PESTLA

Capítulo 2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1.Perfil de proyecto
2.2.Análisis del mercado
2.3.Producto

Edición Autorizada
10.000 ejemplares
895.501 - 905.500
Nº 0895747

2.4.Oferta
2.5.Demanda
2.6.Precio
2.7.Competencia por encuestas
2.8.Comercialización
2.9.Estrategias de marketing
2.10. Políticas de cobro
2.11. Segmentación de mercado
2.12. Tamaño de la muestra
2.13. Diseño del cuestionario

Capítulo 3. ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y LEGAL

3.1.Estudio técnico
3.1.1 Tamaño optimo
3.1.2 Análisis del servicio

3.2.Necesidades del proyecto
3.2.1 Maquinaria y equipo
3.2.2 Insumos
3.2.3 Mano de obra
3.2.4 Servicios básicos
3.3.Estudio administrativo
3.3.1 Estructura orgánica
3.3.2 Manual de funciones
3.3.3 Organigrama
3.4.Estudio legal
3.4.1 Constitución de la compañía
3.4.2 Permisos de funcionamiento

Capítulo 4. Estudio Económico-Financiero

4.1.Fuente de financiamiento
4.2.Balance general proyectado
4.3.Estado resultado proyectado
4.4.Flujo de caja proyectado
4.5.Evaluación del proyecto
4.5.1 VAN
44.5.2 TIR

Conclusiones

Recomendaciones

Referencias

Anexos

2.15. Cronograma

Objetivo Específico	Actividad	Resultado esperado	Tiempo (semanas)
Elaboración del proyecto. estudio de mercado.	Perfil del proyecto	Estructura del proyecto	2
Elaboración del proyecto, estudio de mercado.	análisis del mercado	Estructura del proyecto	3
Elaboración del proyecto, estudio de mercado.	segmentación de mercado	Estructura del proyecto	2
Elaboración del proyecto, estudio de mercado,administrativo,técnico y legal	Estudio técnico	Estructura del proyecto	4
Elaboración del proyecto, estudio de mercado,administrativo,técnico y legal	Necesidades del proyecto	Estructura del proyecto	3
Elaboración del proyecto, estudio de mercado,administrativo,técnico y legal	Estudio administrativo	Estructura del proyecto	3
Diseñar un estudio y evaluación económico-financiero del proyecto	fuente de financiamiento y balances proyectados	Determinar la viabilidad del proyecto	3
TOTAL EN SEMANAS			**20**

2.16. Referencias

Estilo utilizado: APA

Baca Urbina Gabriel. (2013), Evaluación de Proyectos.(7 ma. Ed.) México: McGraw-Hill.

Fischer Laura, Alma Navarro. (2011). Introducción a la investigación de mercados. Recuperado de

http://www.casadellibro.com/libro-introduccion-a-la-investigacion-de-mercados/9789684518933/181272

Gallardo Cervantes Juan. (1999), formulación y evaluación de proyectos de inversión: un enfoque de sistemas. Recuperado de

http://biblioteca.unach.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=4770

Ipinza, Fernando D' Alessi. (2004). Enfoque Estratégico y de Calidad. Recuperado de

http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/ciclo.html

0895748

KAZMIER, Leonard J. (1998), Estadística Aplicada a la Administración y a la Economía. México.

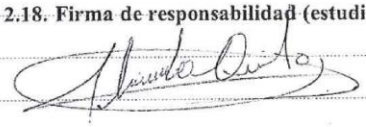
Kinnear, T y Taylor, J. (1998), Investigación de mercados. Bogotá: McGraw-Hill.

Meneses Álvarez Edilberto. (2001). Preparación y evaluación de proyectos. (5ta.Ed.). México.

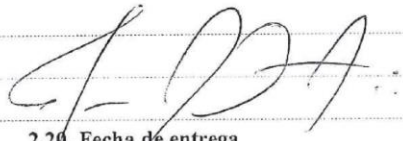
Sapag Chain Nassir. (2007). Preparación y evaluación de proyectos. (5ta.Ed.).México: McGraw-Hill.

2.17. Anexos
No aplica

2.18. Firma de responsabilidad (estudiante)



2.19. Firma de responsabilidad (director sugerido)



2.20. Fecha de entrega
20 de marzo de 2019