



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA**

CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**PLAN DE PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO (A) EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA TIENDA DE
BOCADITOS EN SAN ANTONIO DE PICHINCHA**

Autor: TANIA ELIZABETH FLORES GUAMANCURI

Tutora: Johanna Villavicencio

DMQ- marzo- 2024

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Tania Elizabeth Flores Guamancuri, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún Proyecto de Grado aquí o en otra institución o calificación profesional y son absolutamente originales, auténticos y personales; y que, además, he referido las fuentes bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo; para el aprovechamiento de futuras generaciones.

Tania Elizabeth Flores Guamancuri

Cédula de Identidad 1716996903

elizabethflores_83@hotmail.com

Teléfono móvil: 0997036814

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En el Instituto Superior Tecnológico Universitario Pichincha, es presentado por la ciudadana Tania Elizabeth Flores Guamancuri, optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, CERTIFICO que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considerado que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Atentamente

Johanna Villavicencio

jvillavicencio@tecnologicopichincha.edu.ec

Teléfono móvil: 0997365721

Cédula de identidad: 1717116501

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, que me permitió llegar a este momento tan importante en mi vida, de igual forma a mi padre, gracias a su amor que perdura en mi corazón, brindándome fuerza y motivación para alcanzar mis metas, a mi querida madre, por su amor incondicional y apoyo.

A mis amadas hijas y mi compañero de vida quienes con su comprensión me daban fuerzas a seguir avanzando hacia mis metas.

A mis hermanos quienes con su apoyo constante me animaban a seguir adelante. A mi gran amigo por su incondicional amistad y motivación.

A cada una de las personas que con sus palabras de apoyo me impulsaron a lo largo del camino hacia el logro de mis metas.

¡Gracias por ser parte de mi crecimiento académico!

Elizabeth Flores.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios, por su bendición y protección a lo largo de este camino por permitirme, hacer realidad uno de mis más grandes sueños, ser profesional.

Quiero agradecer a mi hermosa familia por su paciencia, amor y apoyo incondicional, han sido mi motor durante estos años de estudio

Doy gracias a mis amigos por su ánimo, sus consejos y su apoyo emocional, en cada uno de los procesos llevados a cabo durante estos años de estudio

Agradezco enormemente la orientación proporcionados por cada uno de los docentes, quienes con sabiduría y compromiso ayudaron en mi crecimiento profesional.

Agradezco al Instituto Universitario Pichincha por brindarme los recursos para lograr obtener mi título como tecnóloga en Administración de Empresas.

Mi más profundo agradecimiento a cada uno por ser piezas clave en este logro que hoy celebro y por su incondicional apoyo en mi desarrollo académico.

Elizabeth Flores.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	ii
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN.....	xi
IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVOS.....	3
General.....	3
Específicos	3
CAPITULO I.....	4
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	4
Marco Teórico.....	4
San Antonio de Pichincha	4
Plan de negocios	4
Fuente de ingresos.....	5
Estudio de mercado	5
Definición de Mercado	7
Análisis de macro y micro ambiente.....	7
Análisis de Microambiente	7
Análisis de macro ambiente.....	7
Análisis situacional	8
Matriz DOFA.....	8
CAPITULO II.....	11
DIAGNÓSTICO DESCRIPCIÓN METODOLOGICA	11

Documental	11
De campo.....	11
Población y muestra.....	12
Técnicas	14
Instrumento	15
Procedimientos para recopilar la información	15
CAPITULO III	29
ESTUDIO Y EVALUACIÓN TÉCNICA – ORGANIZACIONAL.....	29
Estudio Técnico	29
Área física	29
Capacidad	29
Proceso de producción o servicio	29
Planificación y aprovisionamiento	30
Localización.....	31
Ingeniería del proyecto	31
Requisitos legales.....	32
Filosofía empresarial	32
Estructura funcional	33
Cronograma de inversión y financiamiento	37
Tablas de amortización.....	39
Cronograma de depreciaciones	40
Costo ponderado de capital.....	42
Flujo de caja	43
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
BIBLIOGRAFÍA	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis situacional.....	8
Tabla 2 Población	12
Tabla 3 Muestra	13
Tabla 4 Resultados de la pregunta 1	16
Tabla 5 Resultados de la pregunta 2	17
Tabla 6 Resultados de la pregunta 3	18
Tabla 7 Resultados de la pregunta 4.....	19
Tabla 8 Resultados de la pregunta 5	20
Tabla 9 Resultados de la pregunta 6	21
Tabla 10 <i>Resultados de la pregunta 7</i>	22
Tabla 11 <i>Resultados de la pregunta 8</i>	23
Tabla 12 <i>Resultados de la pregunta 9</i>	24
Tabla 13 <i>Resultados de la pregunta 9</i>	25
Tabla 14 Matriz FODA	26
Tabla 15 Ventas anuales.....	35
Tabla 16 Inversión inicial.....	35
Tabla 17 Costos de Inversión	35
Tabla 18 Gastos	36
Tabla 19 Venta al finalizar vida útil del proyecto.....	36
Tabla 20 Capacidad de operación	36
Tabla 21 Fuentes de financiamiento	36
Tabla 22 Inversión inicial.....	37
Tabla 23 Financiamiento	37
Tabla 24 <i>Ingresos según estudio de mercado</i>	37

Tabla 25 Gastos según estudio de mercado	38
Tabla 26 Amortización.....	39
Tabla 27 Método: línea recta	40
Tabla 28 Costos	42
Tabla 29 Costo de la deuda bancaria	42
Tabla 30 Total inversión.....	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Consumo de bocaditos	16
Figura 2 Tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha	17
Figura 3 Tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha	18
Figura 4 Contratación de organizadores	20
Figura 5 Uso de redes sociales e internet	21
Figura 6 Opciones vegetarianas/vegas/gluten-free	22
Figura 7 Bebidas como acompañante	23
Figura 8 Servicios adicionales	24
Figura 9 Bocaditos salados	25
Figura 9 Bocaditos dulces	26
Figura 11 Estructura organizacional	33

RESUMEN

La presente investigación consistió en la evaluación y análisis de la información disponible mediante la utilización de las herramientas y conocimientos adquiridos, para la puesta en funcionamiento de una tienda de comercialización de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha del Cantón Quito, cuyo objetivo general es el diseño de un plan de negocios eficaz. Para la elaboración del mismo, se utilizó una metodología documental, con el fin de dar sustento a la investigación, además de una metodología diagnóstica, apoyados en el análisis que permite la matriz FODA y descriptiva. En cuanto a su población y muestra, se tomaron datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), que posteriormente fue sometida a una encuesta basada en un cuestionario de preguntas cerradas digitómicas. Los resultados de las encuestas se tabularon, representaron mediante gráficas que permitieron analizar los resultados de manera detallada. Se obtuvo como conclusión que en organizaciones, una inversión inteligente requiere un proyecto estructurado y evaluado, asignación de recursos, equiparar el poder adquisitivo de las monedas, evaluar la rentabilidad, clasificar los proyectos según su rentabilidad y tomar una decisión de aceptar o rechazar. Las proyecciones favorables del negocio hacen que la inversión inicial sea considerada, viable.

Palabras claves: plan de negocios, tienda de bocaditos, proyecciones financieras, evaluación económica.

ABSTRAC

The present investigation consisted of the evaluation and analysis of the information available through the use of the tools and knowledge acquired, for the implementation of a snack marketing store in the San Antonio de Pichincha parish of the Quito Canton, whose general objective is designing an effective business plan. To prepare it, a documentary methodology was used, in order to support the research, in addition to a diagnostic methodology, supported by the analysis allowed by the SWOT and descriptive matrix. Regarding its population and sample, official data was taken from the National Institute of Statistics and Censuses (INEC), which was subsequently subjected to a survey based on a questionnaire of closed digital questions. The results of the surveys were tabulated and represented using graphs that allowed the results to be analyzed in detail. The conclusion was obtained that in organizations, an intelligent investment requires a structured and evaluated project, allocation of resources, equating the purchasing power of currencies, evaluating profitability, classifying projects according to their profitability and making a decision to accept or reject. Favorable business projections make the initial investment considered viable.

Keywords: business plan, sandwich shop, financial projections, economic evaluation.

IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, el mundo empresarial evoluciona cada vez más, aumentando el grado de complejidad para tener éxito en los negocios, en el cual los clientes y/o consumidores generan mayor competencia y establecen los estándares a cumplirse. La gastronomía del Ecuador muestra una nueva tendencia en innovación de productos, reflejando cambios culturales donde la información, recetas y hábitos relacionados con los alimentos se filtran fácilmente debido a la revolución informativa provocada por la globalización. Además, al combinar técnicas e ingredientes de cocina tradicionales con elementos regionales únicos como sucede en el Ecuador, se han desarrollado nuevos productos para satisfacer los gustos de los consumidores.

Por lo antes mencionado, es importante diseñar un producto o servicio atractivo que cumpla con las exigencias de los consumidores. El propósito de la propuesta del plan de negocios es crear un pequeño negocio de elaboración de bocaditos, especiales para reuniones sociales. Los negocios surgen de la creación o innovación de bienes, productos y/o servicios, como es el caso de los proyectos empresariales basados en conceptos presentes. Encontrar la introducción de productos y oportunidades de marketing es una de las exploraciones que se debe realizar. La investigación de mercado es uno de los primeros pasos para definir un consumo claro y dar pasos para establecer una presencia en el mercado, de los bocaditos para la parroquia de San Antonio de Pichincha.

Un plan de negocios ayuda a descubrir lo que se quiere lograr, permite reflejar el direccionamiento que se debe tomar para lograr los objetivos para finalmente hacer realidad las ideas. Mediante la utilización de datos reales e información oficial, la investigación permite determinar qué métodos y estrategias se deben utilizar para que el negocio sea exitoso. Para efectos de este estudio, se desarrollará un servicio de Catering, específicamente de bocaditos a proporcionar en eventos sociales y empresariales,

ofreciendo alternativas innovadoras, como utilizar recursos útiles para elaborar los productos ofrecidos.

Formulación del problema

Principal

¿Cuál es el plan estratégico a establecer, que permita operar con éxito una tienda de bocaditos en la parroquia de San Antonio de Pichincha, considerando el mercado local, los costos operativos, la competencia y las estrategias de marketing?

Formulación de los problemas específicos

1. ¿Cuál es la demanda potencial de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha?
2. ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrentará la tienda de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha, según el análisis FODA?
3. ¿Cuál es el costo inicial y los gastos operativos previstos para la tienda, así como las proyecciones de ingresos?

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, en Ecuador, la innovación en la gastronomía para eventos sociales se caracterizan por el sabor y la elegancia que ofrecen los bocaditos salados o dulces. Esta investigación, tiene como objetivo diseñar un plan de negocios para una tienda de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha que permita desarrollar estrategias para la puesta en funcionamiento de manera eficaz.

Crecimiento, creatividad y artesanía, respeto al medio ambiente y la combinación perfecta de todo, son los factores más importantes que esta investigación son el producto, la calidad, la presentación y el precio. Se trata de deleitar a los clientes y acompañarlos en los momentos más significativos, por medio de ideas innovadoras que generen valor agregado, la competitividad para la supervivencia de cualquier micro y pequeña empresa que quiera permanecer en el mercado.

Es por ello, que el iniciar una empresa de bocaditos, a través de un plan de negocios, permite crear una empresa con estructura, procesos operativos prediseñados que funcione con una adecuada gestión, que ayuda a mejorar los procesos, la calidad y los servicios ofertados.

OBJETIVOS

General

Diseñar un plan de negocios que permita poner en funcionamiento una tienda de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha.

Específicos

- Analizar el mercado potencial y el mercado objetivo, al que se dirigirá el producto ofertado de la tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual, en base a la utilización de la herramienta de análisis, matriz FODA.
- Realizar una evaluación económica y financiera del negocio de comercialización de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha.

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Marco Teórico

San Antonio de Pichincha

San Antonio, originalmente llamado Lulubamba (Llanura de los Frutos Maduros), permaneció así hasta 1901, cuando fue cambiado a San Antonio de Pomaski. A petición de los vecinos y a raíz de su elevación a parroquia civil, se cambió su nombre actual a San Antonio de Pichincha en 1901. Lugar con clima seco, de temperaturas que oscilan los 24 °C durante el día y los 12 °C durante la noche. Curiosamente, el asentamiento de los Incas en esta región, refleja sin duda el excelente conocimiento que tenían los pueblos andinos sobre los movimientos de los astros y su uso en su agricultura ancestral.

Aquí, Kiris, gobernante del antiguo reino de Quito, construyó el observatorio del dios sol para identificar su paso y tratar de determinar su aproximación, comprobando los cambios entre el día y la noche en los puntos de los solsticios de primavera e invierno. De camino al sol. En 1936, se erigió el Monumento a la Línea Ecuatorial en el sitio creado por los genios de la flota geodésica francesa en el siglo XVIII. El constructor del monumento es el Ing. Luis Toupiné. Latitud derecha 0°0'0" desde Cerro Catechilla hasta Cerro Padre Rumi (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Antonio de Pichincha, 2024).

Plan de negocios

Un plan de negocios es una herramienta importante y fundamental para el éxito de emprendedores y empresarios. Es un documento estratégico importante porque es imposible iniciar o hacer crecer un negocio con éxito sin un plan detallado. Una serie de actividades interconectadas para iniciar o desarrollar un negocio con un sistema de planificación para lograr metas y objetivos específicos (Fleitman, 2021).

En el mismo orden de ideas, es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, estudia su viabilidad técnica, económica y financiera y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarios para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial real (Fleitman, 2021).

Para muchas personas emprender es una forma de ganar dinero, pero en realidad también se trata de divertirse haciéndolo, que quizás no sea lo más importante. Sin embargo, no todo el mundo disfruta de su negocio y el único objetivo es el beneficio. No es solo una introducción a su empresa, sino también una herramienta de planificación y gestión para respaldar su idea y atraer nuevos accionistas. Este plan define la estructura, misión, visión, objetivos y estrategia del restaurante. La investigación de mercado se utiliza para identificar competidores, grupos objetivos y sus necesidades (Hernández Y. , 2023)

Fuente de ingresos

Los ingresos son un aumento del patrimonio debido a un aumento de los beneficios económicos obtenidos durante un período contable en forma de retención o aumento del valor de los activos o reducción de pasivos, en lugar de aportes de los propietarios (Roldán, 2020). Los negocios surgen como resultado de identificar una necesidad que puede ser satisfecha con un producto o servicio en particular. Luego, la empresa busca formas de proporcionar esos bienes o servicios de manera más eficiente.

Estudio de mercado

La investigación de mercado es la recopilación y análisis de datos por parte de una empresa u organización para determinar su posición en su sector en comparación con sus competidores con el fin de mejorar su estrategia comercial y aumentar la competitividad (Questionpro, 2021)

Un plan de negocios es muy importante, especialmente si se basa en un análisis de mercado, puede ayudarle a construir un negocio rentable y sostenible en el tiempo. En el

mundo de las ventas, la investigación de mercados tiene una función importante. Garantiza una puntería adecuada antes de disparar. Esto significa que antes de lanzar un producto o servicio, necesita conocer los conceptos básicos sobre su público objetivo para saber cómo satisfacer sus gustos y expectativas. La investigación de mercado puede ayudarte a evaluar la viabilidad del producto o servicio que planeas lanzar (Bóveda et al. 2015). La investigación de mercados es una iniciativa que se desarrolla dentro de una estrategia de marketing cuando una empresa busca estudiar y comprender actividades económicas específicas. Analice y controle sectores específicos a través de la investigación de mercado con transacciones de la empresa que desean participar en un excelente rendimiento o servicio.

Hay personas en todas las áreas del mundo que quieren probar los alimentos, por lo que las especies y el aroma son diferentes. El arte juega un papel importante en el desarrollo de eventos, incluidos los canapés y bocadillos, por lo que debe tener un efecto razonable en la excelente gestión de la textura y perfume en el desarrollo experimental. El desarrollo se evalúa para encontrar otro elemento característico que da prioridad a la cena (Bóveda et al. 2015).

En Ecuador puedes encontrar pueblos que se destacan por su producción de panaderías y pastelería. Un ejemplo es la región de Tungurahua, que cuenta con una variedad de panes con diferentes sabores y preparaciones. Otra es la provincia de Chimborazo, donde destacan las "cholas de guano" y los "bizcochos de agua" en pequeños pueblos como Guano. La provincia de Pichincha contaba con muchas panaderías y pastelerías, que no solo eran pan, sino también emprendimientos básicos de la industria alimentaria y tenían gran reputación por preparar pasteles y postres que deleitaba a los clientes (Ministerio de Turismo, 2015). (Kotler, 2013)

Definición de Mercado

En base a Kloter (2013), el mercado puede definirse a la biodiversidad de técnicas de instrumentos para obtener información adecuada ante la toma de decisiones.

Análisis de macro y micro ambiente

Análisis de Microambiente

De acuerdo a Billene (2010) dependerá del ámbito de negocios por lo que se debe focalizar si la empresa opera en una región geográfica determinada. Existen una de tasa cinco fuerzas para determinar:

- Competencia
- Participación en el mercado
- Diferenciación e imagen
- Costos y precios
- Productos sustitutos.

Análisis de macro ambiente

El microambiente es considerado según Gutiérrez (Gutiérrez, 2017) son todas aquellas variables que rodean y condicionan a los emprendimientos asociativos y a las cuales no es posible modificar.

Las variables que contemplan el estudio

- Demográfico
- Económico
- Natural
- Tecnológico
- Político
- Cultural.

Análisis situacional

Con la ayuda de esta herramienta se lograr identificar, clasificar, asignar, priorizar y evaluar desafíos, fallas, oportunidades y riesgos para que se puedan tomar acciones efectivas de acuerdo con criterios y/o planes establecidos.

Matriz DOFA

El análisis DOFA incluye evaluar factores internos compuestos por fortalezas y debilidades, diagnosticar la situación desde adentro de la organización en su conjunto y evaluar el exterior a través de oportunidades y amenazas. Si lo que se pretende es evaluar la situación actual de una organización para saber cuál es su nivel estratégico en ese momento esta es una excelente forma de lograrlo.

Por lo tanto, el análisis situacional a través de una matriz DOFA busca que las estrategias logren un ajuste entre las capacidades internas de la organización y su situación externa; es decir, oportunidades y amenazas (Chiavenato, 2019). Esto está representado por una matriz, como se describe a continuación.

Tabla 1

Análisis situacional

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	FO	DO
AMENAZAS	FA	DA

Nota. Modelo de la matriz FODA, tomado de Chiavenato (2019)

PESTEL

Es una herramienta que permite a las organizaciones identificar y evaluar factores que pueden afectar su negocio ahora y en el futuro, permite a las organizaciones identificar y evaluar factores que pueden afectar su negocio ahora y en el futuro (Peiró, 2020). El

propósito de desarrollar los siguientes factores en la investigación actual es poder lograr el análisis de la situación actual, además de formar parte en el proceso de toma de decisiones.

Factores según Peiró (2020):

- **Política:** políticas gubernamentales locales, estatales y federales, regulaciones comerciales, normas fiscales, otros.
- **Economía:** tasa de desempleo, tasa de crecimiento económico, tipo de cambio, inflación, tasa de interés, etc.
- **Social:** tendencias demográficas, patrones de compra de los consumidores, distribución de la riqueza, actitudes y opiniones, conocimiento de la marca, etc.
- **Tecnológico:** nuevas innovaciones y productos tecnológicos, tendencias de investigación y desarrollo, incentivos tecnológicos, otros.
- **Legal:** Normativas de seguridad y salud en el trabajo, leyes laborales, estándares de productos, tarifas, otros.
- **Ambiental:** Condiciones climáticas y meteorológicas, estándares de consumo energético, políticas medioambientales, otros.

Marco Legal

Requisitos para constituir una microempresa

El autor Flores (2018) señala que las industrias de pequeña escala en Ecuador tienen muchas oportunidades desconocidas y sin explotar. Estas oportunidades están relacionadas principalmente con los elementos clave del bienestar y el empleo. El autor también menciona los siguientes requisitos para iniciar una pequeña empresa:

- Emisión de un registro unificado de contribuyentes.
- Solicitud de registro mercantil.
- Miembro de la Cámara de Comercio.
- Inscripción en el registro integrado MYPIMES.

- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.
- Obtenga su licencia de comerciante del gobierno local.
- Tarifas de licencia o activación.

Ver Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero (2011).

Artículo 1, 2, 3, 17

Ver Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2019). Artículo 53.

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO DESCRIPCIÓN METODOLOGICA

La metodología es el camino que se va a seguir para alcanzar conocimientos seguros, confiables y demostrables, la presente investigación se considera de campo, debido a que recopila datos del mundo real, los llamados datos primarios, cuyo valor es que le permite determinar las circunstancias reales en las que se obtuvieron (Tamayo & Tamayo, 2019)

Enfoque Cuantitativo

Incluyen información implícita, como la información utilizada para medir relaciones, como escalas de calificación. El análisis de este tipo de datos requiere un estudio estadístico de las puntuaciones recopiladas a través de encuestas para responder preguntas de investigación o probar hipótesis (Hernández et al, 2019).

Tipo y nivel de estudio

Documental

Los estudios documentales, se ferien a documentos, libros, revistas, grabaciones, películas, periódicos, bibliografías (Arias, 2016).

De campo

Se describe como aquellas donde la información recolectada es producto de los hechos del fenómeno investigado (Arias, 2016).

Exploratoria

Es un tipo de investigación que se utiliza para investigar un problema que no está claramente definido. Esto se hace para una mejor comprensión pero no para el resultado final (Hernández et al, 2019).

Diagnostica

Es un proceso mediante el cual los trabajadores sociales recopilan información para identificar la causa y la posibilidad de un problema e implementar una intervención social eficaz y eficiente (Hernández et al, 2019).

Descriptiva

Es una investigación que busca el "qué" de lo que se estudia en lugar del "por qué". Como sugiere el nombre, intenta describir y explicar qué se está estudiando, pero no por qué sucede. En esta publicación, te diremos todo lo que necesitas saber sobre la investigación técnica con ejemplos, así que sigue leyendo (Hernández et al, 2019).

Población y muestra

Asimismo, todo trabajo de investigación debe estimar una población total o universo a estudiar, la cual estará conformada por todos aquellos individuos interrelacionados directa o indirectamente al problema considerado. Para determinar la población la investigadora se basará en el concepto emitido por Ramírez (2010) quien define a la población, como aquella que concentra, el universo, al individuo, objetos, que parten a una misma clase por tener similares características, y a su vez con la diferencia que se tiene a un conjunto limitado el ambiente del estudio a realizar. En este sentido, se tomara en cuenta el total de la población de la parroquia San Antonio de Pichincha, distribuida en la siguiente tabla:

Tabla 2

Población

Grupo edad	Hombre	Mujeres	Año 2022
85 Año o más	6216	6679	12896
De 80-84	7155	7690	14845

De 75-79	11376	12226	23602
De 70-74	16253	17466	33719
De 65-69	22402	24076	46478
De 60-64	27598	29660	57258
De 55-59	32505	34933	67438
De 50-54	37272	40056	77328
De 45-49	42511	45686	88197
De 40-44	51057	54871	105928
De 35-39	55596	59749	115345
De 30-34	57284	61563	118847
De 25-29	60286	64789	125075
De 20-24	63148	67865	131013
De 15-19	63167	67885	131053
De 10-14	63342	68073	131415
De 5-9	56017	60201	116218
De 0-4	45260	48642	93902
	718445	772110	1490555

Nota. información obtenida del último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), (2022)

Con relación a la muestra se tomara un extracto por conveniencia de la población, debido a que representa la mayoría en etapa de adultez económicamente estable, descrita a continuación:

Tabla 3

Muestra

Grupo edad	Hombre	Mujeres	Año 2022
De 50-54	37272	40056	77328
De 45-49	42511	45686	88197
De 40-44	51057	54871	105928

De 35-39	55596	59749	115345
De 30-34	57284	61563	118847
De 25-29	60286	64789	125075
	304006	326714	630720

Nota. datos extraídos de la población económicamente activa

Adicionalmente, se tomara al azar un porcentaje de la estratificación para efectos de este estudio, con el fin de hacer una muestra más pequeña y representativa, bajo el 95% comprobable con un margen de error de 5%, tomando en cuenta la formula siguientes:

$$n = \frac{x^2 * N * P * q}{e^2 * (N-1) + X^2 * 0.5 * 0.5}$$

α = coeficiente de nivel de confianza

N = Total de la población

$x = 1.96$

P= Probabilidad a favor

N= 630720

q= Probabilidad en contra

P= 50%

n= tamaño de la muestra

q = 50%

e= error de estimación

e= 0.5

$$n = \frac{(1.96)^2 * 630720 * 0.5 * 0.5}{(0.5)^2 * 630720 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

Resultado: 385 es igual a la muestra objeto al estudio.

Técnicas e instrumentos

Técnicas

Para recolectar la información y que esta sea válida y relevante que conduzca al logro de los objetivos es necesario tal como lo define Ander-Egg (2020) que la técnica posee ciertas características donde se explica la forma o procedimientos y condiciones de la recopilación de la información. Este hecho es la manifestación donde el diseño de la investigación, abarcará las especificaciones más importantes. Asimismo, se considera

como técnica más apropiada para la recolección de la información la encuesta, la cual permitirá recolectar los datos requeridos en la investigación con relación a los objetivos propuestos.

Instrumento

Resulta de gran importancia emplear el instrumento en toda investigación en este caso, se utilizara un cuestionario, que permite recoger la información ajustada a las variables objetivo de la encuesta, brindando instrucciones similares para todos los encuestados, con una idéntica formulación de las interrogantes, lo que faculta realizar comparaciones intragrupalas (Hernández et al. 2019).

Procedimientos para recopilar la información

Se recauda la información empleando hojas de cálculo en Excel, para la obtención de resultados y por último la elaboración del informe de los datos obtenidos. Para la recolección de los datos de manera gráfica se utilizarán los diagramas circulares o también llamados gráficos de torta, en donde la muestra se distribuirá de manera porcentual. Esta distribución permitirá visualizar de una manera más llamativa al lector y los resultados obtenidos en él, además de la precisión porcentual del mismo. Con el fin de sustentar el desarrollo de la investigación mediante los objetivos específicos, concluyendo el logro del objetivo general.

Por tanto, los resultados del análisis basado en técnicas estadísticas descriptivas se obtendrán de la siguiente manera:

- Tabular los datos según la frecuencia de cada alternativa según una escala establecida.
- Calcular el porcentaje de cada artículo.
- Elaborar gráficos correspondientes.
- Calcular las puntuaciones de ambas variables para cada asignatura de la muestra.

Informe de la encuesta

Seguidamente, se presentarán cada una de las preguntas realizadas, su cuadro y gráfico estadístico, con un análisis de los datos tabulados de la encuesta implementada.

Pregunta 1 ¿Le gusta consumir bocaditos?

Tabla 4

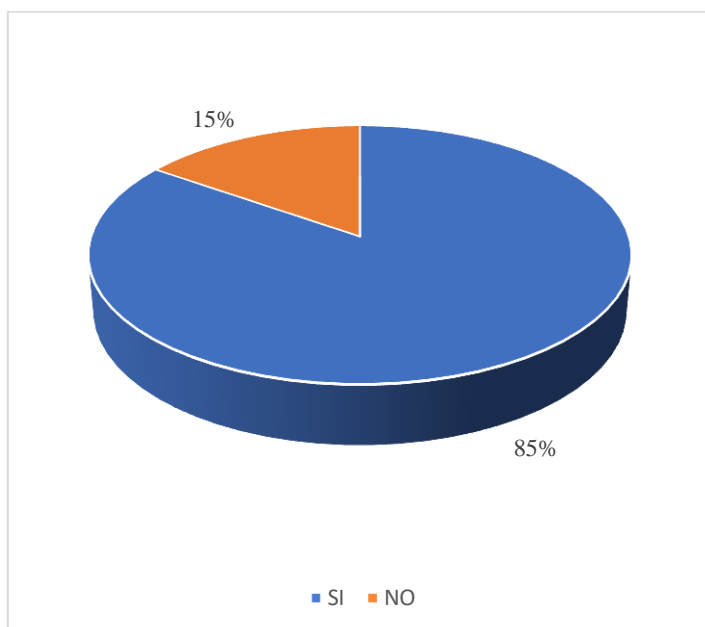
Resultados de la pregunta 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	326	85
NO	59	15
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 1

Consumo de bocaditos



Nota. Tabla 4, pregunta 1.

En esta interrogante, de 385 encuestados, 326 que representan el 85%, afirman gustarles los bocaditos, mientras que 59 representados en un 15% no lo consideran así.

Pregunta 2. ¿Le gustaría contar con una tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha?

Tabla 5

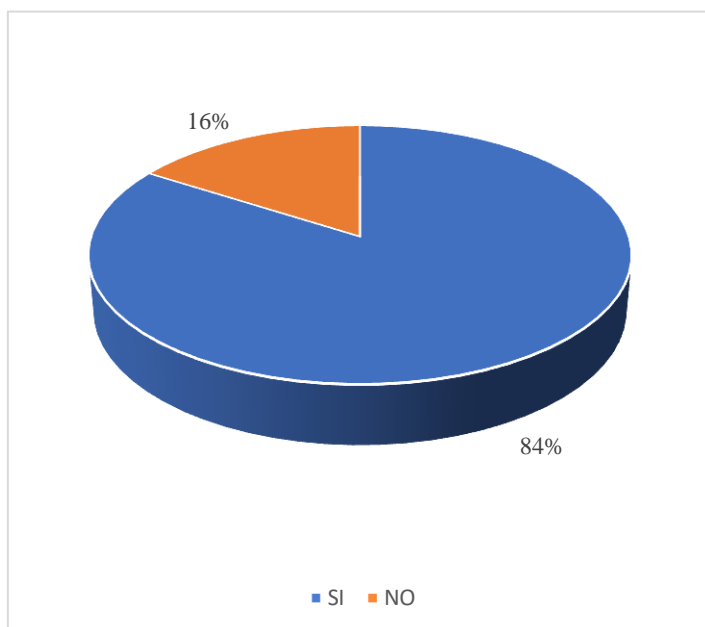
Resultados de la pregunta 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	310	84
NO	75	16
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 2

Tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha



Nota. Tabla 5, pregunta 2.

En esta interrogante, de 385 encuestados, 310 que representan el 84%, afirman que le gustaría contar con una tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha, mientras que 75 representados en un 16% no lo consideran así.

Pregunta 3. ¿Está dispuesto a pagar por un bocadito en una tienda local?

Tabla 6

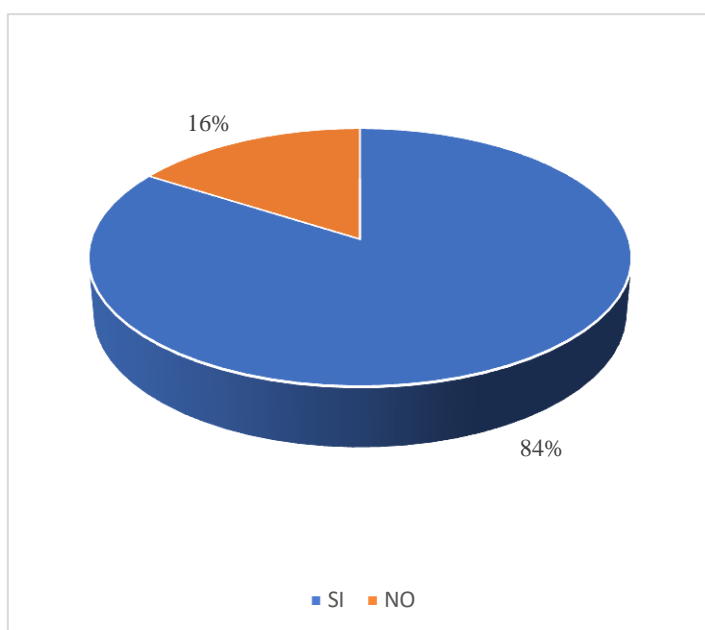
Resultados de la pregunta 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	310	84
NO	75	16
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 3

Tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha



Nota. Tabla 6, pregunta 3.

En esta interrogante, de 385 encuestados, 310 que representan el 84%, afirman que están dispuestos a pagar por un bocadito en una tienda local, mientras que 75 representados en un 16% no lo consideran así.

Pregunta 4. ¿Contrataría organizadores de eventos para celebrar los cumpleaños de su familia?

Tabla 7

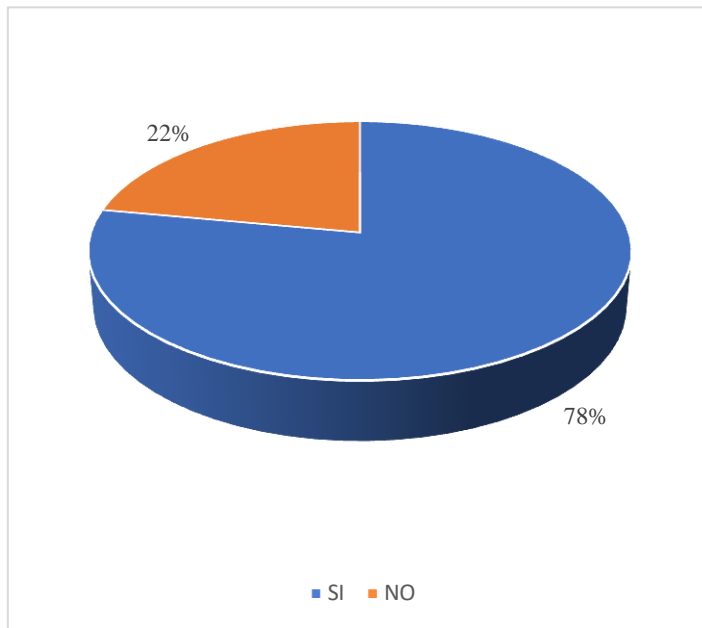
Resultados de la pregunta 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	300	78
NO	85	22
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 4

Contratación de organizadores



Nota. Tabla 7, pregunta 4.

En esta interrogante, de 385 encuestados, 300 que representan el 78%, afirman que contratarían los servicios de organizadores de eventos para celebrar los cumpleaños de su familia, mientras que 85 representados en un 22 % no lo consideran así.

Pregunta 5. ¿Ha adquirido este tipo de servicios a través de alguna red social o página web?

Tabla 8

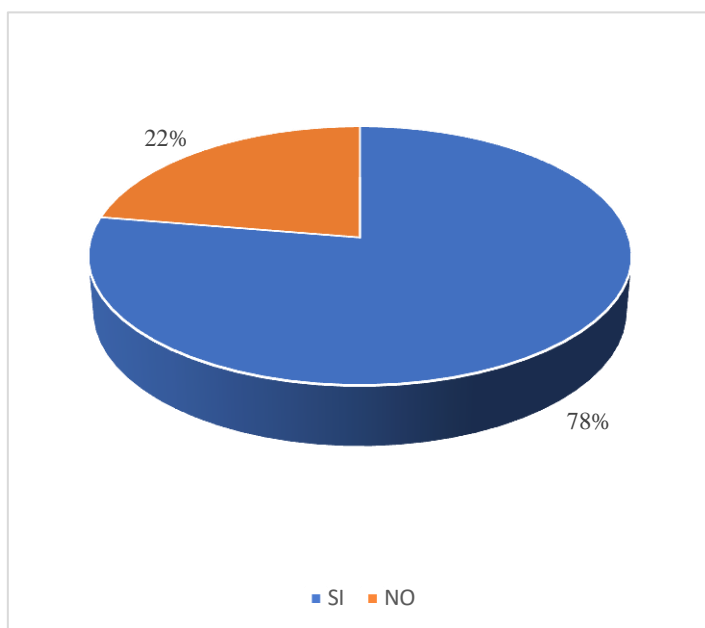
Resultados de la pregunta 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	260	78
NO	125	22
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 5

Uso de redes sociales e internet



Nota. Tabla 8, pregunta 5.

En esta interrogante, de 385 encuestados, 260 que representan el 78%, afirman que han adquirido este tipo de servicios a través de alguna red social o página web, mientras que 125 representados en un 22% no lo consideran así.

Pregunta 6. ¿Consideras importante que la tienda de bocaditos ofrezca opciones vegetarianas/veganas/gluten-free u otras opciones especiales?

Tabla 9

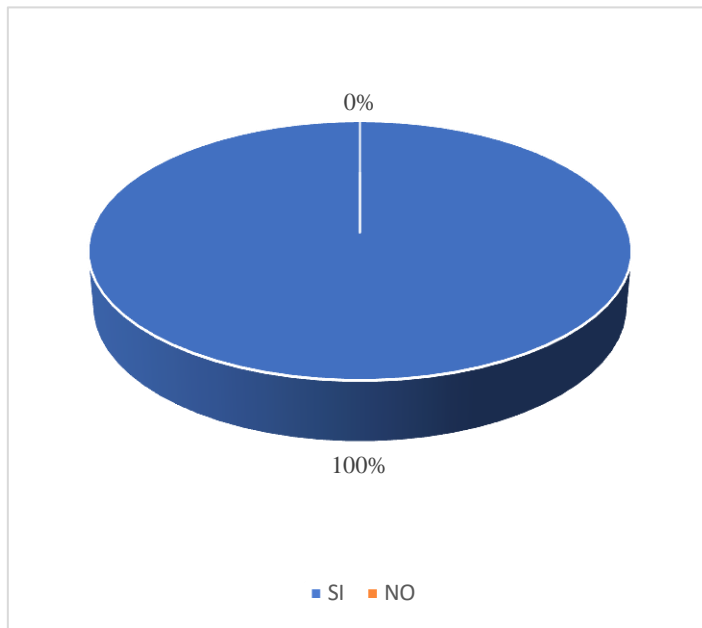
Resultados de la pregunta 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	385	100
NO	0	0
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 6

Opciones vegetarianas/veganas/gluten-free



Nota. Tabla 9, pregunta 6.

En esta interrogante, la totalidad de los encuestados 385, representan un 100% consideran importante que la tienda de bocaditos ofrezca opciones vegetarianas/veganas/gluten-free u otras opciones especiales.

Pregunta 7. ¿Le gustaría que la tienda ofrezca algunos tipos de bebidas para acompañar los bocaditos?

Tabla 10

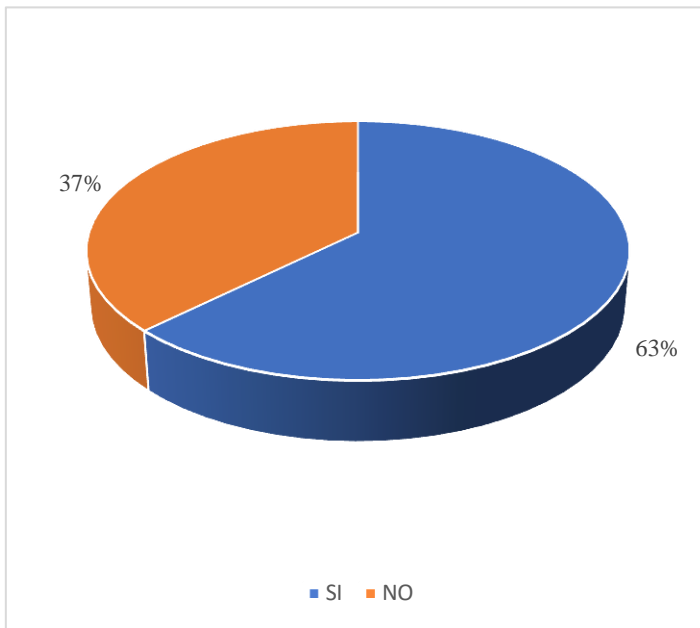
Resultados de la pregunta 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	210	63
NO	175	37
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 7

Bebidas como acompañante



Nota. Tabla 10, pregunta 7.

En esta interrogante, de 385 encuestados, 210 que representan el 63%, afirman que les gustaría que la tienda ofrezca algunos tipos de bebidas para acompañar los bocaditos, mientras que 175 representados en un 37 % no lo consideran así.

Pregunta 8. ¿Te gustaría que la tienda ofreciera servicios adicionales como entrega a domicilio o catering para eventos especiales?

Tabla 11

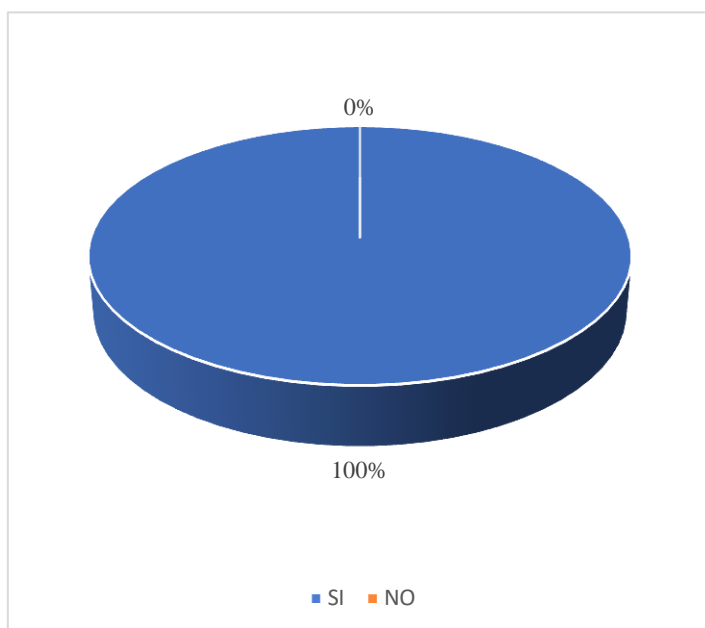
Resultados de la pregunta 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	385	100
NO	0	0
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 8

Servicios adicionales



Nota. Tabla 11, pregunta 8.

En esta interrogante, la totalidad de los encuestados conformados por 385 consideran que si les gustaría que la tienda ofreciera servicios adicionales como entrega a domicilio o catering para eventos especiales

Pregunta 9. ¿Tus gustos por bocaditos se inclinan a los salados?

Tabla 12

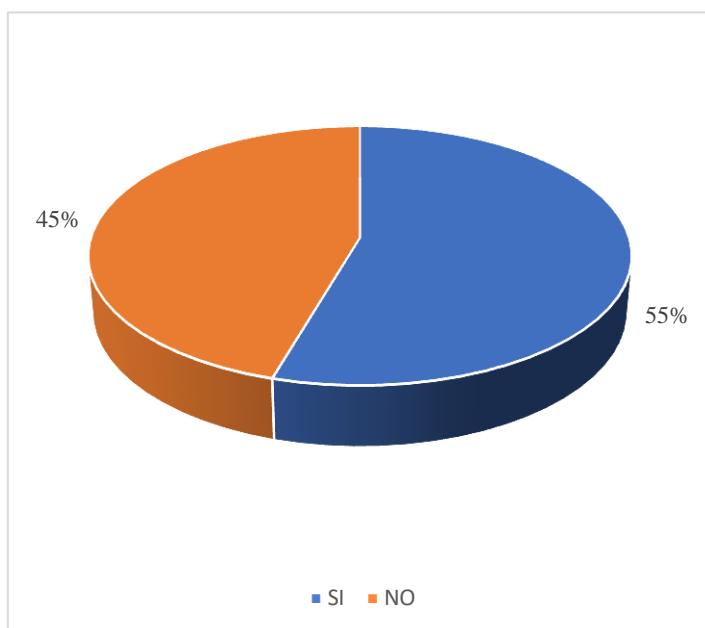
Resultados de la pregunta 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	210	55
NO	175	45
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 9

Bocaditos salados



Nota. Tabla 12, pregunta 9.

En esta interrogante, de 385 encuestados, 210 que representan el 55%, afirman que sus gustos por bocaditos se inclinan a los salados, mientras que 175 representados en un 45% no lo consideran así.

Pregunta 10. ¿Tus gustos por bocaditos se inclinan a los dulces?

Tabla 13

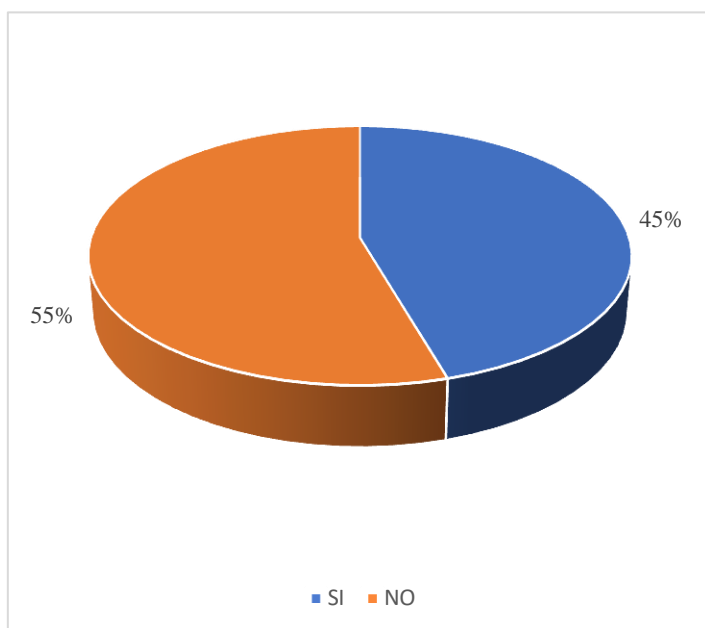
Resultados de la pregunta 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	175	37
NO	210	63
Total	385	100

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 10

Bocaditos dulces



Nota. Tabla 12, pregunta 9.

En esta interrogante, de 385 encuestados, 210 que representan el 55%, afirman que sus gustos por bocaditos no se inclinan a los dulces, mientras que 175 representados en un 45 % consideran que sí.

A continuación se presenta la matriz FODA, con el fin de analizar la situación de tu plan de negocios para una tienda de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha:

Tabla 14

Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Experiencia en la preparación y comercialización de bocaditos.• Excelente ubicación geográfica en San Antonio de Pichincha.	<ul style="list-style-type: none">• Dificultades en la solicitud de financiamiento inicial para la apertura del negocio.• Limitada experiencia en gestión

<ul style="list-style-type: none"> • Amplia selección de productos de alta calidad. • El establecimiento se comunica con proveedores locales para conseguir ingredientes frescos. • Conoce el mercado objetivo y sus preferencias por los bocaditos. 	<p>empresarial y administración financiera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dependencia inicialmente del boca a boca para promover el negocio.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor afluencia turística local y extranjera en San Antonio de Pichincha. • No hay competidores cercanos. • Posibilidad de establecer alianzas con otros negocios locales, como cafeterías o tiendas 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia indirecta, como restaurantes o tiendas que también venden bocaditos. • Fluctuaciones económicas que puedan afectar el poder adquisitivo del mercado objetivo.

Nota. Elaboración de matriz FODA

Elaboración de un análisis de PESTEL para la elaboración de plan de negocios para una tienda de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha, considerando el aspecto político, económico, social, tecnológico, legal y ambiental

Aspecto Político

- Verificar que no existan conflictos políticos que puedan perjudicar el negocio en la parroquia San Antonio de Pichincha.
- Examinar las políticas fiscales y comerciales a nivel local y nacional, tales como impuestos, aranceles y regulaciones sobre alimentos.

Aspecto Económico

- Evaluar la tasa de crecimiento económico en San Antonio de Pichincha para decidir sobre el establecimiento de una tienda de bocaditos.
- Evaluar los ingresos promedio en la área para saber si los habitantes pueden comprar bocaditos regularmente.
- Inflación impacta los costos operativos del negocio.

Aspecto Social

- Preferencias alimentarias locales y tendencias actuales (¿Hay demanda por bocaditos? ¿Hay interés en opciones saludables?).
- Estudiar la población local (edad, género, tamaño familiar)

Aspecto Tecnológico

- Evaluar la infraestructura tecnológica de San Antonio de Pichincha para determinar su adecuación al funcionamiento del negocio.
- Investigar optimización de procesos operativos mediante la implementación de tecnologías como pedidos en línea, otros.

Aspecto Legal

- Conocer las normas sanitarias y alimentarias locales sobre seguridad e higiene en los alimentos.
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos legales del negocio.

Aspecto Ambiental

- Consideraciones medioambientales: Buscar formas de reducir los daños al medio ambiente, como el uso de envases biodegradables o la promoción de prácticas sostenibles en la producción o transporte.

CAPITULO III

ESTUDIO Y EVALUACIÓN TÉCNICA – ORGANIZACIONAL

Estudio Técnico

Área física

El tamaño estimado de la tienda de bocaditos puede ser determinado por varias consideraciones, como el espacio disponible en el local comercial. Por lo general, una tienda pequeña de bocaditos podría tener un área física estimada entre 20 y 50 metros cuadrados.

Capacidad

Esta depende del diseño y la distribución interna de la tienda. La cantidad máxima de clientes que se pueden atender simultáneamente puede variar, pero se recomienda planificar un espacio suficiente para recibir a un número razonable de clientes y permitirles disfrutar cómodamente los productos ofrecidos.

Número estimado de empleados

Dependerá del tamaño y la demanda esperada en el negocio. Para una tienda pequeña, puedes considerar tener al menos dos o tres empleados para cubrir las funciones básicas, como atención al cliente, preparación y servicio rápido.

Proceso de producción o servicio

En este espacio se describe detalladamente el proceso que seguirá la tienda para producir o servir los bocaditos. Incluye información sobre ingredientes, métodos y equipos necesarios. Sin embargo, el proceso de producción o servicio de bocaditos en una tienda puede variar dependiendo del tipo específico de bocadito que se esté preparando. A continuación se presenta el proceso a seguir:

Planificación y aprovisionamiento

La tienda debe planificar los bocaditos a ofrecer y asegurarse de tener todos los ingredientes necesarios. Esto puede implicar la compra de productos frescos como carnes, vegetales, panes y otros ingredientes.

- **Preparación de ingrediente:** deben ser lavados, pelados y cortados según sea necesario. Por ejemplo, si se están haciendo bocaditos con carne asada, se debe marinar y cocinar la carne antes de cortarla en rebanadas.
- **Preparación del relleno:** pueden variar ampliamente según el tipo de bocadito que se esté preparando.
- **Armado del bocadito:** una vez que todos los ingredientes estén listos, se procede a armar el bocadito.
- **Empaque y presentación:** una vez armado el bocadito, se procede a empacar, colocar en una caja o bolsa para su transporte si es necesario.

De igual manera, es necesario considerar una serie de equipos de cocina y utensilios básicos necesarios para el proceso de producción o servicio:

- Cuchillos, platos, cucharones, paletas, espumaderas, otros.
- Termómetros, pesos.
- Sartenes y ollas de diversos tamaños.
- Tablas de cortar.
- Mesa de preparación o de trabajo.
- Licuadora.
- Cocina
- Horno
- Microondas
- Lavavajillas.

Localización

San Antonio de Pichincha se encuentra en una ubicación muy conveniente en términos de cercanía a clientes potenciales. Está situado en las afueras de Quito, la capital del Ecuador, lo que permite acceder a un gran número de residentes locales y turistas que visitan la zona. Además, hay una alta densidad poblacional en los alrededores, lo que significa que hay una gran cantidad de personas viviendo cerca y con acceso fácil a la tienda.

Ingeniería del proyecto

Para establecer una tienda de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha, es importante tener en cuenta los aspectos técnicos relacionados con la construcción o adaptación del local. A continuación, se presenta de manera un poco más detallada:

- **Licencias y permisos:** antes de iniciar cualquier construcción o adaptación del local, debes obtener los permisos y licencias necesarios de las autoridades municipales correspondientes. Estos permisos pueden incluir el permiso de construcción, licencia comercial y otros requisitos específicos para tu negocio.
- **Diseño y distribución del espacio:** es fundamental planificar el diseño y la distribución del espacio de la tienda de bocaditos. Esto incluye considerar la ubicación adecuada para mostradores, área de preparación de alimentos, zona para clientes y cualquier otro requisito específico que se tenga en mente. Además, se deberá asegurar el cumplimiento de las regulaciones locales sobre accesibilidad para personas con discapacidad.
- **Instalaciones eléctricas y sanitarias:** es necesario contar con instalaciones eléctricas adecuadas que cumplan con las normativas locales que garanticen un suministro eléctrico continuo para los equipos e iluminación.

Requisitos legales

Para operar un negocio en la parroquia San Antonio de Pichincha, es importante cumplir con ciertos requisitos legales. A continuación, se describen algunos de los principales:

- Registro Mercantil: Debe registrarse el negocio en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS) como una empresa individual o una sociedad.
- RUC: Debe obtener un Registro Único de Contribuyentes (RUC) emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Esto permitirá tener una identificación tributaria y cumplir con las obligaciones fiscales.
- Licencia municipal: Es necesario obtener una licencia municipal para operar un negocio en San Antonio de Pichincha.
- Permiso sanitario: obtener un permiso sanitario emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).
- Zonificación: asegurarse que la ubicación cumple con las regulaciones zonales y las restricciones correspondientes al tipo de actividad comercial que se desea desarrollar.

Filosofía empresarial

Misión: somos una empresa que produce variedad de alimentos que conservan la delicadeza y el sabor para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Visión: En el mediano y largo plazo, queremos convertirnos en un líder a nivel local produciendo alimentos que satisfagan a todos los clientes que consumen nuestros productos.

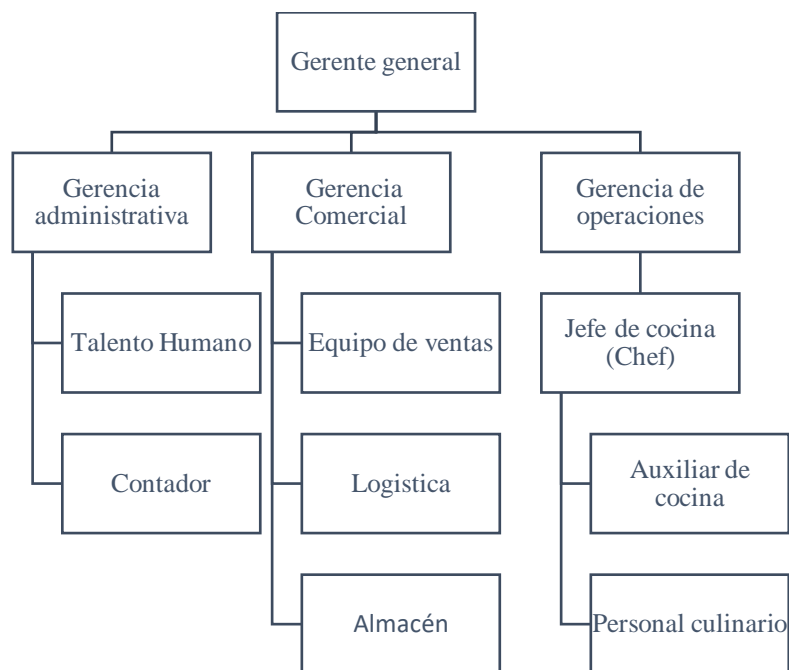
Valores

- Honestidad
- Integridad.

- Ética.
- Innovación.
- Responsabilidad

Figura 11

Estructura organizacional



Nota. organigrama de elaboración propia

Estructura funcional

Es otra forma común de organizar una empresa de bocaditos. En este tipo de estructura, los empleados se agrupan según su función o especialidad, y cada departamento se encarga de llevar a cabo tareas específicas, tales como se describen a continuación:

Departamento de Administración

- Gerente de Administración
- Contador
- Recursos Humanos

Departamento Comercial

- Gerente Comercial
- Equipo de Ventas
- Logística
- Personal encargado del abastecimiento y gestión del inventario

Departamento Operativo

- Chef Ejecutivo o Jefe de Cocina
- Personal culinario (cocineros)
- Personal auxiliar en cocina

CAPITULO IV

ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

Elaboración de presupuesto de costos estimados para la puesta en marcha del proyecto

Tabla 15

Ventas anuales

Producción al 100%	Precio de venta por sservicio
S150 c/servicio	\$ 3,700

Nota: se reflejan las ventas anuales

Tabla 16

Inversión inicial

	Monto en \$	Depreciación línea recta
Maquinaria y equipos	\$8,000,000	10 años
Vehículos	\$4,000,000	5 años
Muebles y Enseres	\$3,000,000	10 años
Gastos de capital previos a la producción	\$2,500,000	

Nota: se observa la inversión inicial

Tabla 17

Costos de Inversión

Costos	Unitarios
Costo estimado de materiales e insumos	\$75
Mano de obra	\$120

Nota: se reflejan los costos estimados de materiales, insumos y la mano de obra

Tabla 18*Gastos*

Gastos generales de fabricación no relacionados con la producción	\$40	
Gastos generales de administración		45% de las ventas anuales
Gastos generales de distribución		10% de las ventas anuales
Impuestos Legislación ecuatoriana		

Nota: se reflejan los gastos generales de fabricación no relacionados con la producción, administrativos, de distribución e impuestos.

Tabla 19*Venta al finalizar vida útil del proyecto*

Maquinaria y equipos	Valor en libros al 6to año
Vehículos	Valor en libros al 6to año
Muebles y Enseres	Valor en libros al 6to año

Nota: Vida útil del proyecto 6 años.

Tabla 20*Capacidad de operación*

Año 1	60%
Año 2	80%
Año 3 en adelante	100%

Nota: se reflejan la capacidad de operación por tres años consecutivos

Tabla 21*Fuentes de financiamiento*

		Interés	Plazo	
Préstamo bancario para cubrir inversión fija	70%	15%	5 años	Cuotas iguales de capital

Los socios respaldan el resto de la inversión exigiendo una rentabilidad del 20% sobre sus fondos aportados

Nota: se reflejan las fuentes de financiamiento

Cronograma de inversión y financiamiento

Tabla 22

Inversión inicial

Inversión en bienes	Costo Histórico	Vida útil	Depreciación anual	Valor Venta Año 6
Maquinaria y equipos	\$ 8,000,000	10 años	\$ 800,000	3,200,000.00
Vehículos	\$ 4,000,000	5 años	\$ 800,000	-
Muebles y Enseres	\$ 3,000,000	10 años	\$ 300,000	1,200,000.00
Inversión inicial para operación fija	\$ 15,000,000			
Gastos de capital previos a la producción	\$ 2,500,000			\$ 2,500,000
TOTAL INVERSIÓN	\$ 17,500,000		\$ 1,900,000	

Nota: se reflejan el total de la inversión a realizar

Tabla 23

Financiamiento

ACCIONISTAS	\$ 7,000,000
PRESTAMO para cubrir 70% operación fija	\$ 10,500,000

Nota: refleja a los involucrados en el financiamiento

Tabla 24

Ingresos según estudio de mercado

Años de vida del proyecto	Unidades estimadas	% Operación	Unidades vendidas	Precio unitario	Total Ventas anuales
Año 1	\$50,000	60%	30,000	\$3,700	\$111,000,000
Año 2	\$50,000	80%	40,000	\$3,700	\$148,000,000
Año 3	\$50,000	100%	50,000	\$3,700	\$185,000,000
Año 4	\$50,000	100%	50,000	\$3,700	\$185,000,000
Año 5	\$50,000	100%	50,000	\$3,700	\$185,000,000
Año 6	\$50,000	100%	50,000	\$3,700	\$185,000,000

Nota: refleja los ingresos por 6 años consecutivos

Tabla 25*Gastos según estudio de mercado*

Años de vida del proyecto	Unidades vendidas	Costo unitario			De la venta anual			Total Gastos Anuales
		Costo estimado de materiales e insumos	Mano de obra	Gastos generales de fabricación no relacionados con la producción	Gastos generales de administración	Gastos de Venta	Gastos generales de distribución	
		\$75	\$120	\$40	45%	25%	10%	
Año 1	30,000	\$2,250,000	\$3,600,000	\$1,200,000	\$49,950,000	\$27,750,000	\$11,100,000	\$95,850,000
Año 2	40,000	\$3,000,000	\$4,800,000	\$1,600,000	\$66,600,000	\$37,000,000	\$14,800,000	\$127,800,000
Año 3	50,000	\$3,750,000	\$6,000,000	\$2,000,000	\$83,250,000	\$46,250,000	\$18,500,000	\$159,750,000
Año 4	50,000	\$3,750,000	\$6,000,000	\$2,000,000	\$83,250,000	\$46,250,000	\$18,500,000	\$159,750,000
Año 5	50,000	\$3,750,000	\$6,000,000	\$2,000,000	\$83,250,000	\$46,250,000	\$18,500,000	\$159,750,000
Año 6	50,000	\$3,750,000	\$6,000,000	\$2,000,000	\$83,250,000	\$46,250,000	\$18,500,000	\$159,750,000
	270,000	\$20,250,000	\$32,400,000	\$10,800,000	\$449,550,000	\$249,750,000	\$99,900,000	\$862,650,000

Nota: refleja los gastos de estudio de mercado

Tablas de amortización

Tabla 26

Amortización

Monto	\$36,400,000.00			
Plazo	5 años			
Tasa	15%			
Pago igual de capital	\$7,280,000.00			
Año	Capital de Inicio	Pago interés	Pago Capital	Pago Cuota
1	\$36,400,000	\$5,460,000	\$7,280,000	\$12,740,000
2	\$29,120,000	\$4,368,000	\$7,280,000	\$11,648,000
3	\$21,840,000	\$3,276,000	\$7,280,000	\$10,556,000
4	\$14,560,000	\$2,184,000	\$7,280,000	\$9,464,000
5	\$7,280,000	\$1,092,000	\$7,280,000	\$8,372,000
Total		\$16,380,000	\$36,400,000	
Cuota	\$10,858,686.11			

Nota: refleja los desembolsos que deben realizarse en los próximos 5 años.

Cronograma de depreciaciones

Tabla 27

Método: línea recta

Activo	Costo Histórico	Vida útil	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6	Año7	Año8
Maquinaria y equipos	\$8,000,000	10 años	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00
Vehículos	\$4,000,000	5 años	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$3,000,000	10 años	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00
Total	\$ 40,000,000		\$3,150,000	\$3,150,000	\$3,150,000	\$3,150,000	\$3,150,000	\$ 2,350,000	\$2,350,000	\$2,350,000

Activo	Año9	Año10	Año12	Año13	Año14	Año15	Año16	Año17	Año18	Año19
Maquinaria y equipos	\$800,000.00	\$800,000.00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Vehículos	\$ -	\$ -	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Muebles y Enseres	\$300,000.00	\$300,000.00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Total	\$2,350,000	\$2,350,000	\$1,250,000	\$1,250,000	\$1,250,000	\$1,250,000	\$1,250,000	\$1,250,000	\$1,250,000	\$1,250,000

Activo	Año 20	Total	Costo en libros al año 6	
Maquinaria y equipos	\$-	\$8,000,000.00		\$8,000,000.00
Vehículos	\$-	\$4,000,000.00		\$4,000,000.00
Muebles y Enseres	\$-	\$3,000,000.00		\$3,000,000.00
Total	\$1,250,000	\$40,000,000		

Nota: refleja la depreciación acumulada de nueve años consecutivos

Costo ponderado de capital

Tabla 28

Costos

	Valor	% Participación	Costo después de impuestos KD	Costo ponderado de capital WAAC
Accionistas	7,000,000	40%	20%	8.00%
Prestamo	10,500,000	60%	9.56%	5.74%
INVERSIÓN TOTAL	17,500,000.00	100%		13.74%
Escudo fiscal	$Kd=Y*(1-t)$	9.56%		
Tasa de Crédito Y	15%			

Nota: refleja el costo ponderado de capital.

Tabla 29

Costo de la deuda bancaria

Y	15%		
Y	15%		
$Kd=Y(1-t)$			TASA IMPOSITIVA
UT ANTES IMP			100.00
PART TRAB	15%		15.00
UT ANT IM RENTA			85.00
IMP RENTA	25%		21.25
UT NETA			63.75
	t		36.25
			36.25%
$Kd=Y(1-t)$	9.56%		
Y	15%		12%

Nota: se evidencian los costos de la deuda bancaria

Flujo de caja

Tabla 30

Total inversión

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ingresos por ventas		\$111,000,000	\$148,000,000	\$185,000,000	\$185,000,000	\$185,000,000	\$185,000,000
Total ingresos		\$111,000,000	\$148,000,000	\$185,000,000	\$185,000,000	\$185,000,000	\$185,000,000
Costo Insumos y materiales		\$ 2,250,000	\$3,000,000	\$3,750,000	\$3,750,000	\$3,750,000	\$3,750,000
Mano de obra		\$3,600,000	\$4,800,000	\$6,000,000	\$6,000,000	\$6,000,000	\$6,000,000
Gastos Generales de Fabricación		\$1,200,000	\$1,600,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000
Gastos Generales de Administración		\$ 49,950,000	\$66,600,000	\$83,250,000	\$83,250,000	\$83,250,000	\$83,250,000
Gastos de Venta		\$27,750,000	\$37,000,000	\$46,250,000	\$46,250,000	\$46,250,000	\$46,250,000
Gastos Generales de Distribución		\$11,100,000	\$14,800,000	\$18,500,000	\$18,500,000	\$18,500,000	\$18,500,000
Depreciaciones		\$3,150,000	\$3,150,000	\$3,150,000	\$3,150,000	\$3,150,000	\$2,350,000
Gastos Financieros		\$5,460,000	\$4,368,000	\$3,276,000	\$2,184,000	\$1,092,000	\$-
Total egresos		\$104,460,000	\$135,318,000	\$166,176,000	\$165,084,000	\$163,992,000	\$162,100,000
Flujo antes de impuestos		\$6,540,000	\$12,682,000	\$18,824,000	\$19,916,000	\$21,008,000	\$22,900,000
Impuestos							
15% Participación Trabajadores		\$981,000	\$1,902,300	\$2,823,600	\$2,987,400	\$3,151,200	\$3,435,000
Utilidad antes de Impuesto a la Renta		\$5,559,000	\$10,779,700	\$16,000,400	\$16,928,600	\$17,856,800	\$19,465,000
25% Impuesto a la Renta		\$1,389,750	\$2,694,925	\$4,000,100	\$4,232,150	\$4,464,200	\$4,866,250
Flujo después de impuestos		\$4,169,250	\$8,084,775	\$12,000,300	\$12,696,450	\$13,392,600	\$14,598,750
(+) Depreciación		\$11,100,000	\$14,800,000	\$18,500,000	\$18,500,000	\$18,500,000	\$18,500,000

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Maquinaria y equipos	\$8,000,000						3,200,000.00
Vehículos	\$4,000,000						-
Muebles y Enseres	\$3,000,000						1,200,000.00
Gastos de capital previos a la producción	\$2,500,000						2,500,000.00
Pago Capital préstamo		\$-7,280,000	\$-7,280,000	\$-7,280,000	\$-7,280,000	\$-7,280,000	\$-
FLUJO DE CAJA	\$ - 17,500,000	\$ 18,750,000	\$ 25,669,375	\$ 32,588,750	\$ 32,588,750	FLUJO DE CAJA	\$ -17,500,000
FLUJO ACUMULADO		\$ 18,750,000	\$ 44,419,375	\$ 77,008,125	\$ 109,596,875	FLUJO ACUMULADO	
PERIODO DE RECUPERACIÓN	0.95					PERIODO DE RECUPERACIÓN	0.95
VALOR ACTUAL VNA	\$ 94,518,399						VALOR ACTUAL VNA
TASA EXIGIDA POR ACCIONISTAS	20%						
VAN =VA-Io	\$ 77,018,399	Es menor a la inversión inicial					
TIR	131%	TIR superior a tasa exigida por accionistas se considera viable					

Nota: se presenta en flujo de inversión con financiamiento, más el cálculo del TIR y el VAN

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para elaborar un proyecto de inversión se requiere hacer un estudio técnico, un estudio de mercado y un estudio financiero, teniendo en cuenta los recursos, las inversiones y la tasa de rendimiento deseada. Cada estudio se compone de un minucioso desarrollo y procedimientos específicos para obtener datos interrelacionados.

Analizar el mercado potencial y el mercado objetivo al que se dirigirá la tienda de bocaditos en la parroquia San Antonio de Pichincha. Se establecieron como objetivos específicos: analizar el mercado potencial y el mercado objetivo al que se dirigirá la tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha, realizar un diagnóstico de la situación actual, por medio de un análisis FODA y realizar una evaluación económica y financiera del negocio.

Es por ello que se hizo crucial analizar y evaluar el proyecto de inversión para determinar el costo de las inversiones sin financiamiento a través de un estudio económico financiero, utilizando las técnicas y procedimientos adecuados para tomar decisiones eficientes.

Además se logró evaluar la rentabilidad económica y social de un proyecto de inversión que busca resolver eficientemente una necesidad humana, asignando de forma rentable los recursos disponibles a la mejor alternativa. En organizaciones, una inversión inteligente necesita un proyecto estructurado y evaluado, asignación de recursos, igualar valor adquisitivo de monedas, rentabilidad de la inversión, ordenar proyectos según rentabilidad y tomar decisión de aceptación o rechazo. Obteniendo como resultados que la inversión inicial se considera viable, debido a que las proyecciones del negocio arrojaron resultados favorables para su puesta en marcha. Esto permite recomendar a el análisis exhaustivo de la competitividad de la empresa y el

aprovechar las fortalezas en cuanto a su ubicación y experiencia para ofrecer un servicio de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg. (2020). *Aprender a investigar. Nociones básicas para la investigación social*. Brujas. Obtenido de https://www.sancristoballibros.com/libro/aprender-a-investigar_7898
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Episteme. Obtenido de <https://es.slideshare.net/SheilaGalindez1/el-proyectodeinvestigacionfidiasarias7maedic2016pdf-compress>
- Billene, R. A. (2008). *Analisis de costos*. Ediciones Jurídicas Cuyo.
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. (02 de 2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocio*. Obtenido de https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf
- Chiavenato. (2019). *Gestión del Talento Humano*,. 5ta. Edición Mc Graw – Hi 474 páginas.
- Código Orgánico de la Producción, C. e. (31 de 12 de 2019). *Ley 0. Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic.-2010. Ultima modificación: 31-dic.-2019*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>
- Fleitman, J. (2021). *Plan de negocios y planeación estratégica empresarial en el siglo XXI*. Obtenido de <https://ciemsa.mx/assets/c%C3%B3mo-elaborar-un-plan-de-negocios.pdf>
- Flores, J. (10 de 07 de 2018). *Microempresa*. Obtenido de <https://derechoecuador.com/microempresa/>

- Gobierno Autónomo Descentralizado de San Antonio de Pichincha. (2024). *Conoce nuestra historia*. Obtenido de <https://gadsap.gob.ec/nuestra-historia/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2019). *Fundamentos de metodología de la investigación*. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.
- Hernández, Y. (2023). El Plan de Negocios. *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/675168668/El-Plan-de-Negocios>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). *Ecuador cuenta conmigo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimo tercera edicion ed.). Pearson.
- Ley orgánica de economía popular y solidaria del sistema financiero. (10 de 05 de 2011). *Ley 0. Registro Oficial 444* . Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_econ.pdf
- Ministerio de Turismo. (22 de 05 de 2015). *San Antonio de Pichincha, un singular destino turístico en el centro del planeta*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/san-antonio-de-pichincha-un-singular-destino-turistico-en-el-centro-del-planeta/>
- Peiró, R. (01 de 07 de 2020). *Análisis PEST*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>
- Questionpro. (2021). *Estudio de mercado*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>
- Ramírez, T. (2010). *Cómo hacer un proyecto de Investigación*. Caracas: Panapo.
- Rodriguez, M. (1996). *El mercado en los emprendimientos asociativos de pequeños productores rurales*. Buenos Aires- Argentina: IICA.

Roldán, P. (01 de 07 de 2020). *Negocio*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>

Tamayo, & Tamayo. (2019). *El proceso de Investigación Científica* (Quinta edición

ed.). México: Editorial Limusa. Obtenido de

<https://es.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica>

Anexos

Anexo A. Encuesta

No	Preguntas	SI	NO
1	¿Le gusta consumir bocaditos?		
2	¿Le gustaría contar con una tienda de bocaditos en San Antonio de Pichincha?		
3	¿Está dispuesto a pagar por un bocadito en una tienda local?		
4	¿Contrataría organizadores de eventos para celebrar los cumpleaños de su familia?		
5	¿Ha adquirido este tipo de servicios a través de alguna red social o página web?		
6	¿Consideras importante que la tienda de bocaditos ofrezca opciones vegetarianas/veganos/gluten-free u otras opciones especiales?		
7	¿Le gustaría que la tienda ofrezca algunos tipos de bebidas para acompañar los bocaditos?		
8	¿Te gustaría que la tienda ofreciera servicios adicionales como entrega a domicilio o catering para eventos especiales?		
9	¿Tus gustos por bocaditos se inclinan a los salados?		
10	¿Tus gustos por bocaditos se inclinan a los dulces?		