



“Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de costillas al horno en la ciudad de Quito para el año 2023”

Pablo Mauricio Vásquez Piedra

Directora

Ing. Nelly Armas

Modelo de Negocio de grado previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Marketing.

Instituto Superior Universitario Internacional

Carrera de Marketing

D.M. Quito, 6 de diciembre de 2023

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto de negocio a Dios, por darme la fuerza necesaria para poder cumplir con esta meta tan importante.

A mis padres, aunque ya no están junto a mí, siempre fueron mi guía y con su amor supieron dejarme un legado de valores y de constancia que siempre los estaré agradecido.

A mi hija, que está junto a mí siempre en todo momento y es mi apoyo moral y con su amor me ayudan a tener la motivación necesaria para realizar mi trabajo diario y ahora emprender en este proyecto que seguro será algo importante para nuestras vidas.

Pablo Mauricio Vásquez Piedra

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero al Instituto Tecnológico Universitario y a muchos de sus docentes que han sido parte de mi camino universitario, y a todos ellos lo quiero agradecer por compartirme los conocimientos necesarios para hoy poder cumplir con éxito el fin de esta etapa de estudiante.

Le agradezco profundamente a mi tutora la Ing. Nelly Armas por su dedicación y paciencia, sin sus palabras y correcciones precisas no hubiese podido lograr esta instancia tan anhelada.

Gracias por su guía y sus consejos, los llevaré grabados para siempre en la memoria y en mi futuro profesional.

A mi familia y amigos que estuvieron presentes en este proceso y ayudaron con su aliento y fueron la energía día a día para alcanzar este importante objetivo en mi vida.

Pablo Mauricio Vásquez Piedra

AUTORÍA

Yo, Pablo Mauricio Vásquez Piedra, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Pablo Mauricio Vásquez Piedra

Quito, 6 de diciembre de 2023

Ing. Nelly Armas

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.



Ing. Nelly Armas

Quito, 6 de diciembre de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La Ing. Nelly Armas y por sus propios derechos en calidad de directora del trabajo fin de carrera; y el Sr. Pablo Mauricio Vásquez Piedra, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. -

El Sr. Pablo Mauricio Vásquez Piedra realizó el trabajo fin de carrera titulado: **DISEÑAR UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE QUITO PARA EL AÑO 2023**, para optar por el título de Tecnólogo Superior en Marketing en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la Ing. Nelly Armas.

DOS. -

Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA:

Los comparecientes, Ing. Nelly Armas, en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Sr. Pablo Mauricio Vásquez Piedra, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **DISEÑAR UN PROYECTO DE**

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE QUITO PARA EL AÑO 2023, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA:

Aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.



ING. NELLY ARMAS

PABLO VÁSQUEZ

Quito, 6 de diciembre de 2023

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	9
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	11
ÍNDICE DE FIGURAS	21
RESUMEN	22
ABSTRACT	23
INTRODUCCIÓN	24
Nombre del proyecto.....	24
CAPÍTULO I.....	26
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	26
Nombre de la Empresa.....	26
Descripción de la empresa.....	26
Características de la empresa	26
Innovación.....	26
Seguridad.....	27
Servicio.....	27
Tipo de empresa	27
Selección	28
Producción.....	28
Comercialización	28
Post Venta.....	28
Tamaño de la empresa	28
Localización de la empresa	30

Parroquias del norte de Quito.....	31
Filosofía empresarial.....	31
Misión.....	33
Visión.....	33
Valores corporativos.....	33
Planificación estratégica empresarial.....	34
Definir la visión y misión.....	35
Objetivos estratégicos.....	35
Estrategias y planes de acción.....	35
Segmentación del mercado y posicionamiento.....	35
Desarrollo de productos.....	35
Marketing y comunicación.....	36
Gestión de recursos humanos.....	36
Implementación y control.....	36
Sostenibilidad y responsabilidad social.....	36
Estructura organizacional.....	37
Mano de obra requerida.....	38
Gerente general.....	38
Chef o cocinero.....	38
Personal de ventas.....	38
Personal de atención al cliente.....	38
Personal de marketing y comunicación.....	39
Personal administrativo.....	39
Funciones específicas del puesto.....	39

Gerente general o propietario	39
Chef.....	42
Definición del puesto	42
Funciones del chef o cocinero.....	42
Personal de ventas	44
Definición del puesto	44
Funciones del personal de ventas.....	44
Personal de marketing y comunicación	46
Definición del puesto	46
Funciones del personal de marketing y comunicación	46
Personal administrativo	48
Definición del puesto.....	48
Funciones del personal administrativo y financiero	48
Objetivo del proyecto.....	50
Objetivos.....	51
Objetivo general.....	51
Objetivos específicos	52
CAPÍTULO II:	53
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	53
Investigación de mercado	53
Definir el objetivo.	53
Objetivo general.....	53
Objetivos específicos	53

Determinar la demanda del producto costillas al horno tanto en su frecuencia y cantidad.....	54
Tipo de estudio	54
Estudio descriptivo	54
Tipo de información.....	54
Cualitativa	54
Cuantitativa	55
Fuentes de información.....	55
Fuentes de información primarias.....	55
Fuentes de información secundarias	55
Técnicas de investigación	56
Población	57
Método de muestreo.....	58
División por cuotas	59
Selección intencionada	59
Recopilación de datos	59
Análisis de datos	59
Modelo de cuestionario.....	60
Encuesta.....	60
Tabulación de datos	60
Síntesis de resultados de la encuesta.....	74
Plan de introducción al mercado utilizando las 4P	76
Distribución y puntos de ventas (Plaza)	76
Plataformas de entrega de comida	77

Comunicación y Seguimiento.	77
Promoción del producto o servicio (Promoción)	77
Identificación de la marca y mensaje clave.....	78
Identidad corporativa	78
Marca y logotipo	78
Estrategia en redes sociales	78
Alianzas con influencers locales	79
Degustaciones y eventos.....	79
Programas de fidelización	79
Ofertas y promociones especiales.....	79
Marketing de contenido.....	80
Descuentos y promociones.....	80
Servicio de delivery destacado.....	80
Fijación y políticas de precios (Precio)	81
Costos de producción y margen de ganancia.	81
Análisis de precios de competidores.....	81
Valor percibido por el cliente.....	81
Segmentación de precios.	81
Estrategia de precios premium o económicos.	82
Política de precios a largo plazo.	82
Monitoreo y ajuste	82
Especificaciones del producto (Producto).....	83
Ingredientes	83
Preparación y marinada	83

Cocción.....	84
Sabor y condimentos.....	84
Presentación	84
Valor nutricional	84
Alergénos.....	84
Instrucciones de almacenamiento	84
Fecha de vencimiento	84
Instrucciones de calentamiento	85
Embalaje.....	85
Certificaciones y etiquetas	85
Plan de introducción del mercado.....	85
Desarrollo de marca y mensaje	85
Pruebas de producto.....	86
Creación de un menú atractivo.....	86
Estrategia de precios competitivos	86
Diseño de empaque atractivo	86
Marketing en redes sociales	86
Evento de lanzamiento.....	86
Servicio de delivery destacado.....	87
Programas de fidelización	87
Obtención de comentarios	87
Monitoreo y ajuste	87
Riesgos y oportunidades del negocio.....	87
Riesgos	87

Oportunidades	88
Sistema y plan de ventas.....	90
Segmentación del mercado.....	90
Estrategia de posicionamiento	90
Canales de distribución.....	90
Equipo de ventas	90
Estrategia de precios y promociones	90
Plan de generación de leads y prospección	90
Estrategia de marketing digital	91
Relaciones con clientes existentes	91
Plan de atención al cliente	91
Análisis y mejora continua	91
Alianzas estratégicas.....	91
Eventos y degustaciones.....	91
Medición de resultados	92
Adaptación y flexibilidad	92
Objetivos del área de producción	92
Eficiencia en la producción	92
Calidad del producto.....	92
Capacidad de producción	93
Cumplimiento de normativas sanitarias y de seguridad	93
Innovación en productos.....	93
Gestión de inventarios	93
Planificación de la producción	93

Eficiencia energética y sostenibilidad	93
Desarrollo del equipo.....	94
Investigación y mejora continua	94
Cumplimiento de cronogramas	94
Control de costos.....	94
Colaboración interdepartamental	94
Capacidad instalada.....	94
Demanda del mercado	95
Tipo de operación	95
Tamaño de las instalaciones.....	95
Capacidad de producción diaria/semanal	95
Equipamiento y personal	95
Turnos de trabajo	95
Estacionalidad	96
Eficiencia y procesos de producción	96
Proveedores y cadena de suministro.....	96
Crecimiento futuro.....	96
Diseño y distribución de la planta y oficinas	96
Diseño de la planta.....	97
Recepción y almacenamiento de materias primas.	97
Preparación y marinado.....	97
Cocción y horneado.	97
Embalaje y etiquetado.	97
Almacenamiento de producto terminado	97

Área de congelación o refrigeración	98
Oficinas y administración.....	98
Área de ventas y atención al cliente	98
Área de marketing y promoción	98
Instalaciones sanitarias y vestuarios	98
Distribución y flujo de trabajo	98
CAPÍTULO III	100
PROPUESTA PROCESO FINANCIERO	100
4.1. Objetivo de la inversión.....	100
4.3 Estados financieros proyectados	102
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	104
Conclusiones	104
Recomendaciones.....	105
Bibliografía	106
ANEXOS	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Localización de la empresa	30
Tabla 2. Parroquias del Norte de Quito.....	31
Tabla 3. Población por parroquias en la ciudad de Quito	57
Tabla 4. Variable Género	60
Tabla 5. Variable Edad.....	61
Tabla 6. Ingresos promedio familiar	62
Tabla 7. Miembros del hogar.....	63
Tabla 8. Factores de motivación de compra	63
Tabla 9. Beneficios de consumo.....	65
Tabla 10. Información sobre Carnes	66
Tabla 11. Lugar de preferencia para comprar.....	68
Tabla 12. Disposición de compra	69
Tabla 13. Frecuencia de Compra.....	70
Tabla 14. Peso de costillas.....	71
Tabla 15. Preferencia de Salsas	72
Tabla 16. Preferencia de entrega	73
Tabla 17. Lista de ingredientes.....	83
Tabla 18. Inversión de capital.....	100
Tabla 19. Estados financieros proyectados.....	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Imagen Georreferenciación	31
Figura 2. Diagrama Objetivo del Proyecto	50
Figura 3. Pregunta uno	60
Figura 4. Pregunta dos	61
Figura 5. Pregunta tres	62
Figura 6. Pregunta cuatro	63
Figura 7. Pregunta cinco.	64
Figura 8. Pregunta seis.	66
Figura 9. Pregunta siete.	67
Figura 10. Pregunta ocho	68
Figura 11. Pregunta nueve.	69
Figura 12. Pregunta diez.	70
Figura 13. Pregunta once	71
Figura 14. Pregunta doce	72
Figura 15. Pregunta trece.	73
Figura 16. Diseño del Logo de la empresa	78

“Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de costillas al horno en la ciudad de Quito para el año 2023”

Autor: Pablo Vásquez

Director: Ing. Nelly Armas

RESUMEN

El siguiente proyecto investigativo, se trata de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de costillas al horno, un producto popular y delicioso en la industria de alimentos. Empresa que operará bajo el nombre "Domevalu", se enfocó en ofrecer costillas de alta calidad y sabrosas a los consumidores, a nivel local. Este documento resalta los principales aspectos de nuestro proyecto y destaca las oportunidades y ventajas competitivas que se espera capitalizar. Teniendo una filosofía empresarial enfocada en el crecimiento en el mercado para convertirse en un principal proveedor de costillas al horno, ofreciendo una experiencia gastronómica única y satisfactoria, a través de las deliciosas costillas al horno, elaboradas con ingredientes frescos, teniendo el mercado objetivo a los amantes de la comida, entusiastas de las costillas y clientes potenciales que buscan experiencias culinarias auténticas, enfocándose en el mercado local como en el turismo regional, aprovechando eventos locales, festivales gastronómicos y colaboraciones con restaurantes. Es una empresa de producción y comercialización de costillas al horno, ofrece una oportunidad en el mercado de alimentos. El enfoque en la calidad, el sabor y la diferenciación permitirá establecerse como una opción preferida entre los amantes de las costillas y aquellos que buscan experiencias gastronómicas auténticas. Con una estrategia sólida y un equipo apasionado, está seguro de que "Costillas artesanales" será un éxito en el mercado.

ABSTRACT

The following summary presents a business plan for the creation of a company dedicated to the production and commercialization of baked ribs, a popular and delicious product in the food industry. The company, which will operate under the name "Dmomevalu", will focus on offering high quality and tasty ribs to consumers at the local level. This document highlights the main aspects of our project and highlights the opportunities and competitive advantages that we hope to capitalize on. Having a business philosophy focused on growing in the market to become a leading provider of baked ribs, offering customers a unique and satisfying dining experience through our delicious baked ribs, made with fresh ingredients and exceptional culinary techniques, with the target market being food lovers, rib enthusiasts and potential customers looking for authentic culinary experiences, focusing on the local market as well as regional tourism, taking advantage of local events, food festivals and restaurant collaborations.

The creation of "Domevalu", a company that produces and markets baked ribs, offers an exciting opportunity in the food market. Our focus on quality, flavor and differentiation will allow us to establish ourselves as a preferred choice among rib lovers and those seeking authentic dining experiences. With a solid strategy and a passionate team, we are confident that "Costillas al hormo" will be a success in the marketplace.

INTRODUCCIÓN

Nombre del proyecto

“Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de costillas al horno en la ciudad de Quito para el año 2023”

En un mundo donde el placer gastronómico es una experiencia valorada y buscada por los amantes de la buena comida, surge la idea de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimentos procesados. Con gran entusiasmo el inicio del proyecto de creación de la empresa, "Domevalu", una marca que promete deleitar a los comensales con la exquisitez y el sabor inigualable de costillas al horno.

En "Domevalu", la misión es clara: ofrecer al cliente una experiencia culinaria única y satisfactoria a través de costillas al horno de la más alta calidad, preparadas con ingredientes frescos y técnicas culinarias excepcionales. Con enfoque de búsqueda constante de la perfección, de cada bocado de costillas para transportar a los paladares a un viaje de sabores intensos y auténticos.

En esta propuesta de proyecto, explorar en detalle los fundamentos y planes estratégicos que respaldan la creación y operación de "Domevalu". Analizar el mercado objetivo, las oportunidades competitivas, la estrategia de producción, comercialización y distribución, así como las proyecciones financieras para el crecimiento sostenible del negocio.

"Domevalu" tiene el potencial de convertirse en una referencia en la industria alimentaria local y regional. Con el compromiso hacia la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente, hay que hacer realidad este sueño culinario y brindar al cliente momentos inolvidables en cada mordisco. El viaje es apasionante mientras se presenta nuestra visión para crear una empresa en la ciudad de Quito, exitosa y sabrosa, donde las costillas al horno se convierten en una auténtica expresión de placer gastronómico.

CAPÍTULO I

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Nombre de la Empresa

La empresa de elaboración de alimentos “Domevalu”, es creada para producir alimentos no tradicionales especialmente costillas al horno en varias salsas, esto nace de la afición y pasión por la cocina. Es por eso que en Quito se empieza con el reto de satisfacer necesidades alimenticias a muchas personas.

Descripción de la empresa

El sector de alimentos y bebidas es uno de los más grandes en el país debido a su aporte económico y social, la relevancia es evidente ya que representa una participación del 6.6% del PIB en el Ecuador, y este sector representó el 42.8% de los ingresos generados en el país (Banco Central del Ecuador, 2023b).

Este proyecto tendrá base en la ciudad de Quito, lugar donde el consumo de alimentos para llevar o delivery es muy alto, sin embargo, se ve que la competencia es muy grande no hay variedad en el producto que se desarrollará previo la investigación de pre factibilidad. Esta idea de tener un producto alimenticio, será el inicio de completar un sueño desde hace algún tiempo y al ver de la necesidad de producir algo innovador y diferente a lo tradicional hacen que las ideas vayan madurando día tras día.

Características de la empresa

Innovación

No hay nada mejor que brindar algo distinto al cliente, el tipo de producto más el servicio que se va a entregar van a ser diferenciados, El dueño se considera un

chef que siempre he estado investigando hábitos de consumo y al ver que la tendencia de ser innovador es el diferencial que ahora está ganando espacio en la ciudad, nuestra apuesta por esta característica como base fundamental del negocio será la más importante.

Seguridad

Al trabajar con alimentos una parte fundamental es la seguridad tanto en la elaboración de los mismos, las materias primas deben ser de óptima calidad y los procesos de producción de la misma forma teniendo controles en todas las partes del proceso productivo.

Servicio

Parte fundamental es pre y la post venta. Este producto tiene una característica básica, brindar asesoría en el manejo del mismo cuando el cliente lo haya adquirido en nuestro canal de venta. Llevará indicaciones de calentado recomendaciones básicas en la manipulación del mismo para su óptimo consumo.

Tipo de empresa

Domevalu será constituida como Rimpe emprendedor, creada para cambiar la materia prima e insumos en un potencial producto y con un servicio diferenciado tengan una cualidad apta para su producción y comercialización, y su característica sea valorada y genere competitividad dentro de su segmento.

La empresa Domevalu es una empresa de tipo productora y comercializadora en el sector alimenticio.

Y sus actividades principales son:

Selección

La materia prima básica en esta empresa en las costillas de cerdo, es por eso que el proveedor será Pronaca, esta actividad es muy importante ya que es la base de la idea de negocio, la selección de proveedores es importante ya que brindarán la calidad del producto a producir y la materia prima es fundamental en este proceso.

Producción

En esta etapa tanto la materia prima que sería las costillas de cerdo e insumos la mano de obra se junta, toda esta etapa tiene un proceso muy definido que va desde seleccionar el corte adecuado realizar el respectivo marinado del producto, cabe indicar que esto no es en un solo día sino en dos días antes de llevar al horno y hasta el día de la cocción del producto. La Producción será diaria y según la demanda.

Comercialización

Esta etapa tendrá un rol importante, ya que abarca la promoción en redes sociales, y varios servicios de delivery, los planes diarios de promoción son importantes al igual que la comunicación promocional y difusión de marca.

Post Venta

Es muy importante para recibir la retroalimentación adecuada e importante para mejorar cualquiera de los procesos anteriores.

Tamaño de la empresa

De acuerdo con lo establecido por la ley ecuatoriana, las microempresas pueden ser administradas por individuos, una familia o grupo de escasos recursos, el responsable o propietario presenta un criterio autónomo en relación con el diseño y precio del producto. Esta representa una gran fuente de ingresos, entre ellos: las

entidades económicas populares, familiares, individuales, barriales o comunitarias, las unidades de micro producción, las casas, los comercios, los talleres y las pequeñas empresas que integran la economía popular y se levantarán con criterios de apoyo estableciendo y desarrollando programas de penetración de conformidad con la Ley de Economía Popular y Solidaria.

Entre las opciones de producción, la Ley establece que una microempresa se compone de acciones:

- **Manufactura.** Se encarga de convertir las materias primas para la venta en productos terminados.
- **De servicios.** ofrece soluciones a los usuarios utilizando conocimientos técnicos o científicos.
- **Trading.** La compra y venta de productos, este es el intercambio de productos que son vendidos por intermediarios en lugares formales o informales, se puede realizar entre uno o más individuos que hacen del trading una forma de vida (Gómez y Brito, 2019).

Domevalu es una empresa de producción y comercialización y contará con un gerente propietario y Chef. Una persona encargada de logística y promoción, una persona responsable de delivery y una persona encargada de contabilidad auditoría y compras.

Gerente propietario. Es la persona encargada del manejo del negocio, producción, marketing. Planifica, controla, organiza todo lo referente al negocio.

Logística. desarrolla en plan de abastecimiento, manejo de canal de venta y distribución.

Responsable delivery y manejo de canal de distribución. Es el encargado de la distribución entregas del producto en un canal directo de entrega al consumidor.

Auditor. Maneja la contabilidad del negocio, compras.

Localización de la empresa

Tabla 1.

Localización de la empresa

Variable	Definición
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	San Isidro
Barrio	Monteserrin
Calles Y Numeración	De Los Laureles N47-149 Y De Los Mortiños
Coordenadas	-0.1558921,-78.4684519, 15

Nota. Referencia geográfica de localización exacta con coordenadas de ubicación.

La empresa se ubicará en el sector norte de Quito en la parroquia de San isidro del Inca. y su rango de acción será el sector norte de la ciudad. Teniendo una cobertura de las siguientes parroquias.

Figura 1.*Imagen Georreferenciación*

Nota. Basado en la ubicación geográfica del Edificio Platinum Plaza 2023.

Parroquias del norte de Quito

Tabla 2.

Parroquias del Norte de Quito

Parroquias En El Sector Norte De Quito Con Cobertura Por La Empresa		
Ponciano	Rumipamba	El Inca
Belisario Quevedo	San Isidro Del Inca	Carcelén
Cochapamba	Concepción	El Condado
Iñaquito	Jipijapa	Kennedy

Nota. Referencia obtenida de la Base de datos de (INEC, 2021).

Filosofía empresarial

La filosofía empresarial de la empresa de producción y comercialización de costillas al horno Domevalu va a reflejar los valores, principios y objetivos fundamentales que guiarán todas las acciones y decisiones de la organización.

Calidad y sabor superior. La empresa se compromete a ofrecer costillas al horno de la más alta calidad y con un sabor excepcional. Se utilizan ingredientes

frescos y seleccionados cuidadosamente para garantizar una experiencia culinaria única para los clientes.

Innovación y creatividad. Buscar constantemente innovar en las recetas y procesos de producción para ofrecer opciones y sorprender a los clientes. La creatividad será parte esencial del enfoque para que se mantenga a la vanguardia del mercado.

Sostenibilidad y responsabilidad. La empresa está comprometida con prácticas empresariales sostenibles y responsables con el medio ambiente. Buscar reducir la huella ecológica, minimizar el desperdicio y utilizar materiales y envases eco-amigables siempre que sea posible.

Atención al cliente. El principal objetivo es satisfacer a los clientes. Brindar un servicio al cliente excepcional, escuchando sus necesidades y comentarios, y mejorando continuamente para superar sus expectativas.

Talento y desarrollo. Reconocer que el equipo humano es el pilar fundamental del éxito. Es importante fomentar un ambiente de trabajo respetuoso, inclusivo y motivador, donde se promueva el desarrollo profesional y personal de los empleados.

Integridad y ética. También actuar con integridad y ética en todas las operaciones. Es importante tener altos estándares de transparencia, honestidad y cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

Colaboración y alianzas. Se buscará establecer alianzas estratégicas con proveedores, distribuidores y otras empresas para fortalecer la cadena de valor y expandir el alcance en el mercado.

Compromiso con la comunidad. Se trabajará activamente en iniciativas que contribuyan al desarrollo de las comunidades. Se buscará generar un impacto positivo en la sociedad mediante acciones sociales y solidarias.

Rentabilidad y crecimiento sostenible. El objetivo es ser una empresa financieramente sólida y rentable, asegurando un crecimiento sostenible a lo largo del tiempo para garantizar la estabilidad y el éxito a largo plazo.

Pasión por la excelencia. La pasión por lo que se va hacer y el esfuerzo constantemente por alcanzar la excelencia en todas las áreas del negocio.

Misión

Ofrecer a los clientes una experiencia gastronómica única y satisfactoria a través de deliciosos productos alimenticios, elaboradas con ingredientes frescos y técnicas culinarias excepcionales

Visión

Ser reconocidos en la ciudad de Quito como el principal proveedor de costillas al horno, famosas por su sabor, calidad y consistencia en los próximos tres años.

Valores corporativos

Los valores son principios fundamentales que guían las acciones y decisiones de la empresa.

Innovación. Fomento de la creatividad y la innovación en la elaboración de nuevas recetas, técnicas de cocción y presentación, siempre buscando destacar en el mercado.

Sostenibilidad. Compromiso con prácticas empresariales sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, reduciendo el impacto ambiental y promoviendo el uso responsable de recursos.

Integridad. Actuar con honestidad, ética y transparencia en todas las operaciones de la empresa, manteniendo altos estándares de conducta y cumplimiento de las normas legales.

Orientación al cliente. Poner al cliente en el centro de todas las decisiones y acciones, brindando un servicio al cliente excepcional y asegurándose de que su satisfacción sea la máxima prioridad.

Trabajo en equipo. Fomento de un ambiente de trabajo colaborativo, donde se valore la diversidad, se promueva el respeto mutuo y se trabaje en conjunto para alcanzar los objetivos comunes.

Orientación a resultados. Enfocarse en alcanzar resultados y metas establecidas, manteniendo una mentalidad proactiva y orientada al logro.

Planificación estratégica empresarial

La planificación estratégica empresarial para la empresa Domevalu de es un proceso esencial que establece la dirección y el rumbo del negocio. A continuación, se presenta un resumen de los pasos clave para la planificación estratégica de esta empresa:

Análisis de la Situación Actual: Realizar un análisis interno y externo de la empresa para comprender sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Evaluar la competencia, el mercado, las tendencias del consumidor y los recursos disponibles.

Definir la visión y misión

Establecer la visión a largo plazo de la empresa y la declaración de misión que refleje su propósito y enfoque en el mercado de las costillas al horno.

Objetivos estratégicos

Definir los objetivos a largo plazo que la empresa desea alcanzar. Estos objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo determinado (SMART).

Estrategias y planes de acción

Desarrollar estrategias claras para alcanzar los objetivos establecidos. Esto incluye definir cómo la empresa se diferenciará de la competencia, cómo abordará el mercado, las acciones para mejorar la calidad y la innovación, y cómo expandirá su presencia en el mercado.

Segmentación del mercado y posicionamiento

Identificar segmentos de mercado específicos a los que se dirigirá la empresa y establecer una propuesta de valor clara para posicionar la marca en la mente de los consumidores.

Desarrollo de productos

Continuar innovando en las recetas y variedades de costillas al horno para mantenerse actualizado con las preferencias del mercado y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

Marketing y comunicación

Definir una estrategia de marketing integral que incluya promoción, publicidad, presencia en línea y otras tácticas para dar a conocer la empresa y atraer clientes.

Gestión de recursos humanos

Desarrollar un plan de gestión de talento que permita atraer, retener y desarrollar a los empleados clave para impulsar el crecimiento y la excelencia en la producción y comercialización.

Implementación y control

Establecer un sistema de seguimiento y control para asegurarse de que las estrategias y los planes de acción se estén llevando a cabo según lo previsto. Evaluar periódicamente el progreso y realizar ajustes cuando sea necesario.

Sostenibilidad y responsabilidad social

Integrar prácticas sostenibles y responsables en todas las áreas de la empresa para contribuir positivamente al medio ambiente y la comunidad.

La planificación estratégica debe ser un proceso participativo e involucrar a todas las partes interesadas dentro de la empresa para lograr un compromiso y alineación en la ejecución de la estrategia. Además, es esencial revisar y actualizar regularmente el plan para adaptarse a cambios en el mercado y mantener la relevancia y el éxito continuo de la empresa de producción y comercialización de costillas al horno.

Estructura organizacional

La estructura organizacional de la empresa Domevalu puede ser sencilla y flexible, adaptada a su tamaño y alcance. A continuación, se presenta una posible estructura organizacional para esta empresa:

Propietario o gerente general. El propietario o gerente general es la persona que lidera y toma decisiones estratégicas para el negocio. En una microempresa, es común que el propietario también cumpla el rol de gerente general.

Producción y cocina. Este departamento se encarga de la preparación de las costillas al horno y la gestión de la cocina. Puede estar compuesto por un chef o cocinero y ayudantes de cocina.

Ventas y atención al cliente. El equipo de ventas se encarga de promocionar los productos, atender a los clientes, tomar pedidos y asegurarse de que se cumplan las expectativas de los clientes. En una microempresa, esto puede ser responsabilidad directa del propietario o un pequeño equipo.

Marketing y comunicación. Este departamento se enfoca en la promoción de la empresa y sus productos, incluyendo estrategias de marketing digital, publicidad local y presencia en redes sociales.

Administración y finanzas. Se encarga de la gestión financiera, contabilidad, control de inventario, compras y pagos. En una microempresa, esta área también puede ser administrada por el propietario o un contador externo.

Recursos humanos. Aunque pequeña, la empresa puede contar con una persona encargada de la gestión del personal, como contratación, nóminas y cumplimiento de regulaciones laborales.

Es importante destacar que, en una microempresa, algunas funciones pueden ser asumidas por una misma persona o compartidas entre pocos empleados. La flexibilidad y la colaboración entre los miembros del equipo son fundamentales para el éxito de la empresa. A medida que la empresa crezca, es posible que se requiera una estructura organizacional más completa.

Mano de obra requerida

El requerimiento de mano de obra para la empresa Domevalu dependerá del tamaño y volumen de operaciones del negocio, así como de las tareas involucradas en el proceso de producción y venta. A continuación, se enumeran algunos roles clave que podrían ser necesarios:

Gerente general

Encargado de la dirección estratégica del negocio, toma de decisiones, coordinación de actividades y supervisión del personal.

Chef o cocinero

Responsable de la preparación de las costillas al horno y otros platos, asegurando la calidad y consistencia en los productos.

Personal de ventas

Encargado de atender a los clientes, tomar pedidos, ofrecer asesoramiento sobre los productos y promocionar la empresa en eventos o en el local de venta.

Personal de atención al cliente

Personas que se encargan de brindar un excelente servicio al cliente, atender consultas, resolver problemas y asegurarse de que los clientes estén satisfechos con su experiencia.

Personal de marketing y comunicación

Se encargarán de gestionar la presencia en línea, las redes sociales, campañas de publicidad local y estrategias de marketing para promover el negocio.

Personal administrativo

Responsable de tareas administrativas como la contabilidad, registro de ventas, gestión de inventario, compras y pagos.

En una microempresa, es común que algunas de estas funciones sean desempeñadas por el propio propietario, especialmente al inicio del negocio para reducir costos. Con el tiempo y el crecimiento del negocio, podría ser necesario contratar más personal para cubrir las diferentes áreas de operación. La clave es asegurarse de contar con el personal adecuado para mantener la calidad del producto y el servicio al cliente, sin sobrepasar la capacidad financiera del negocio en sus etapas iniciales.

Funciones específicas del puesto

En una microempresa de producción y comercialización de costillas al horno, las funciones específicas del puesto pueden variar según el tamaño y las necesidades del negocio. Sin embargo, a continuación, se presentan las funciones típicas de algunos puestos clave en esta empresa:

Gerente general o propietario

Un gerente en una empresa de producción y comercialización de costillas al horno es un líder clave que desempeña un papel esencial en la operación y el éxito del negocio. Su función abarca diversas responsabilidades para asegurarse de que todas las áreas operativas funcionen de manera eficiente y efectiva.

Un gerente en una empresa de producción y comercialización de costillas al horno es un profesional encargado de supervisar y dirigir todas las actividades relacionadas con la producción, calidad, comercialización, ventas y operaciones del negocio. Su objetivo principal es asegurar que el proceso de producción sea eficiente, que el producto cumpla con los estándares de calidad y que se logren los objetivos comerciales de la empresa.

Gestión de producción. Supervisar y coordinar las operaciones de producción, asegurando que las costillas al horno se preparen de acuerdo con las especificaciones y estándares de calidad establecidos.

Control de calidad. Establecer y mantener los estándares de calidad para garantizar que las costillas al horno cumplan con los requisitos de sabor, textura, presentación y seguridad alimentaria.

Gestión de recursos. Administrar los recursos humanos, financieros y materiales para optimizar la eficiencia en la producción y la comercialización.

Planificación y programación. Desarrollar planes de producción a corto y largo plazo, programar los procesos de producción y asegurarse de que los productos estén disponibles según la demanda del mercado.

Desarrollo de productos. Trabajar con el equipo de desarrollo de productos para introducir nuevas variedades de costillas al horno y mejorar las recetas existentes.

Gestión de personal. Contratar, capacitar y supervisar al equipo de producción, cocina y ventas para garantizar una operación fluida y un servicio al cliente de alta calidad.

Ventas y comercialización. Colaborar con el equipo de ventas y marketing para promocionar las costillas al horno, establecer estrategias de precios y alcanzar los objetivos de ventas.

Control de costos. Monitorear y controlar los costos de producción, ingredientes y otros gastos para mantener márgenes de beneficio saludables.

Gestión de inventarios. Supervisar los niveles de inventario para asegurarse de que haya suficiente producto disponible para satisfacer la demanda sin excesos.

Relaciones con proveedores. Establecer y mantener relaciones con proveedores de ingredientes y suministros para garantizar la disponibilidad constante de materiales de alta calidad.

Cumplimiento de regulaciones. Asegurarse de que todas las operaciones cumplan con las regulaciones y normativas locales de seguridad alimentaria y salud.

Resolución de problemas. Abordar problemas operativos, de calidad o de servicio al cliente de manera efectiva y proactiva.

Análisis de datos. Utilizar datos de ventas, producción y otros indicadores para tomar decisiones informadas y mejorar los procesos.

Liderazgo y motivación. Inspirar y motivar al equipo para trabajar de manera colaborativa y eficiente hacia los objetivos de la empresa.

Innovación y mejora continua. Identificar oportunidades para mejorar la eficiencia, la calidad del producto y las operaciones en general.

El rol de un gerente en una empresa de producción y comercialización de costillas al horno es multifacético y desempeña un papel clave en la entrega de productos de alta calidad y el éxito general del negocio.

Chef

Definición del puesto

El chef o cocinero en una empresa de producción y comercialización de costillas al horno es el profesional encargado de la preparación, cocinado y presentación de las costillas al horno de manera consistente y de alta calidad. Este rol es esencial para asegurar que el producto final cumpla con los estándares de sabor, textura y presentación establecidos por la empresa.

Funciones del chef o cocinero.

Preparación de ingredientes. Se encarga de la selección y preparación de los ingredientes necesarios para la elaboración de las costillas al horno, incluyendo la carne, las marinadas y los condimentos.

Marinado y saborización. Aplica las marinadas y los condimentos adecuados a las costillas para realzar su sabor y mejorar la calidad del producto final.

Cocción. Realiza el proceso de cocción de las costillas al horno siguiendo las recetas y los estándares establecidos para garantizar la textura y el sabor deseado.

Control de calidad. Supervisa la calidad de las costillas al horno durante el proceso de cocción para asegurarse de que cumplan con los estándares de la empresa en términos de sabor, textura y presentación.

Cumplimiento de normas. Asegura el cumplimiento de las normativas y regulaciones locales de seguridad alimentaria y salud durante todo el proceso de preparación y cocción.

Gestión de tiempo. Administra el tiempo de cocción y preparación de manera eficiente para cumplir con los pedidos y las demandas de manera puntual.

Innovación en recetas. Colabora con el equipo de desarrollo de productos para crear y mejorar recetas de costillas al horno, experimentando con nuevos sabores y técnicas.

Mantenimiento de equipos. Se encarga de mantener y limpiar adecuadamente los equipos de cocina utilizados en la preparación de las costillas al horno.

colaboración interdepartamental. Trabaja en conjunto con otros departamentos, como ventas y gerencia, para asegurarse de que la producción esté alineada con las demandas del mercado y los objetivos de la empresa.

Mejora continua. Identifica oportunidades para mejorar los procesos de cocción y preparación, así como la eficiencia en la cocina.

Consistencia del producto. Asegura que las costillas al horno tengan un sabor y una presentación consistentes, independientemente de quién las prepare.

Higiene y saneamiento. Mantiene los estándares de higiene y saneamiento en la cocina para garantizar la seguridad alimentaria y la calidad del producto.

Creatividad en presentación. Colabora en la presentación visual de las costillas al horno para garantizar una experiencia atractiva y apetitosa para los clientes.

Comunicación. Mantiene una comunicación clara con el equipo y los líderes de la empresa para garantizar una operación fluida y eficiente.

El chef o cocinero en una empresa de producción y comercialización de costillas al horno desempeña un papel fundamental en la entrega de productos de alta

calidad y en la satisfacción de los clientes. Su experiencia culinaria, atención al detalle y pasión por la comida son esenciales para el éxito del negocio.

Personal de ventas

Definición del puesto

El personal de ventas en una empresa de producción y comercialización de costillas al horno es responsable de promover y vender los productos de la empresa a los clientes. Su objetivo principal es generar ingresos y aumentar las ventas mediante la identificación de oportunidades de mercado, el establecimiento de relaciones con los clientes y la satisfacción de sus necesidades.

Funciones del personal de ventas

Prospección de clientes. Identificar y contactar a posibles clientes que puedan estar interesados en las costillas al horno, ya sea a nivel minorista o mayorista.

Generación de leads. Buscar activamente nuevos clientes potenciales y recopilar información de contacto para futuras comunicaciones.

Presentación de productos. Explicar las características y los beneficios de las costillas al horno a los clientes, destacando su calidad, sabor y valor nutricional.

Negociación de ventas. Negociar los términos y condiciones de venta con los clientes, incluyendo precios, volúmenes de pedido y plazos de entrega.

Cierre de ventas. Concluir las transacciones de venta asegurándose de que se cumplan todos los detalles acordados y que se satisfagan las necesidades del cliente.

Atención al cliente. Brindar un servicio amable y eficiente a los clientes, responder a sus preguntas y resolver cualquier inquietud que puedan tener.

Gestión de relaciones. Establecer y mantener relaciones sólidas con los clientes existentes, fomentando la lealtad y la repetición de compras.

Análisis de mercado. Monitorear las tendencias del mercado y la competencia para identificar oportunidades y ajustar las estrategias de ventas en consecuencia.

Elaboración de cotizaciones. Preparar cotizaciones precisas y detalladas para los clientes basados en sus necesidades y requisitos.

Seguimiento de pedidos. Coordinar con el equipo de producción para garantizar que los pedidos se cumplan según lo acordado y que los clientes reciban sus productos a tiempo.

Reportes de ventas. Mantener registros precisos de las ventas realizadas, los clientes contactados y otros datos relevantes para la gestión de ventas.

Participación en eventos. Representar a la empresa en eventos de promoción y degustación, interactuando con los clientes y generando interés en los productos.

Comunicación interna. Mantener una comunicación constante con otros departamentos, como producción y logística, para asegurarse de que las operaciones se ajusten a las demandas del mercado.

Educación del cliente. Educar a los clientes sobre las características y los beneficios de las costillas al horno, brindando información sobre sus ingredientes, preparación y formas de consumo.

Crecimiento de la cartera de clientes. Trabajar en la expansión de la base de clientes a través de estrategias de adquisición de nuevos clientes y retención de los existentes.

El personal de ventas juega un papel crucial en la generación de ingresos y el crecimiento de una empresa de producción y comercialización de costillas al horno. Su capacidad para identificar oportunidades, construir relaciones y brindar un servicio al cliente excepcional son factores determinantes para el éxito del negocio.

Personal de marketing y comunicación

Definición del puesto

El personal de marketing y comunicación en una empresa de producción y comercialización de costillas al horno es responsable de planificar y ejecutar estrategias de marketing para promocionar los productos de la empresa, construir la marca y comunicarse de manera efectiva con el público objetivo. Su función es crucial para aumentar la visibilidad de la empresa, atraer a los clientes y aumentar las ventas.

Funciones del personal de marketing y comunicación

Desarrollo de estrategias de marketing. Diseñar planes de marketing que incluyan objetivos, estrategias y tácticas para promover las costillas al horno y alcanzar los objetivos de ventas.

Investigación de mercado. Realizar análisis de mercado para comprender las tendencias, necesidades y comportamiento de los consumidores relacionados con las costillas al horno.

Segmentación de mercado. Identificar los segmentos de clientes más adecuados para las costillas al horno y desarrollar mensajes y estrategias específicas para cada grupo.

Creación de contenido. Desarrollar contenido creativo y atractivo, como imágenes, videos, blogs y publicaciones en redes sociales, para promocionar las costillas al horno.

Gestión de redes sociales. Administrar las cuentas de redes sociales de la empresa, publicando contenido regularmente, interactuando con seguidores y respondiendo a preguntas.

Campañas de publicidad. Planificar y ejecutar campañas de publicidad en línea y fuera de línea para aumentar la visibilidad de las costillas al horno y atraer nuevos clientes.

Relaciones con medios. Establecer relaciones con medios de comunicación y periodistas para obtener cobertura en medios de comunicación relevantes.

Desarrollo de marca. Participar en la creación y el mantenimiento de la identidad de la marca, incluido el diseño de logotipos, eslogan y elementos visuales.

Organización de eventos. Planificar y ejecutar eventos de promoción, degustación o lanzamiento de productos para interactuar con los clientes y generar interés en las costillas al horno.

Email marketing. Gestionar campañas de email marketing para mantener a los clientes informados sobre promociones, novedades y eventos.

Optimización de sitio web. Colaborar con el equipo de tecnología para asegurarse de que el sitio web de la empresa esté actualizado y optimizado para la búsqueda y la navegación del usuario.

Análisis de datos. Utilizar herramientas de análisis para evaluar el rendimiento de las campañas y ajustar las estrategias según los resultados.

Relaciones públicas. Gestionar la imagen pública de la empresa, responder a preguntas de los medios y mantener una comunicación coherente con el público.

Colaboración interdepartamental. Trabajar en conjunto con otros departamentos, como ventas y producción, para asegurarse de que las estrategias de marketing estén alineadas con los objetivos de la empresa.

Investigación de la competencia. Monitorear y analizar las estrategias de marketing de la competencia para identificar oportunidades y mantenerse a la vanguardia.

El personal de marketing y comunicación desempeña un papel fundamental en la creación de una imagen positiva de la empresa, la promoción de los productos y la generación de interés entre los consumidores. Sus habilidades en la planificación estratégica, la creatividad y la comunicación son esenciales para el éxito de la empresa.

Personal administrativo

Definición del puesto

El personal administrativo y financiero en una empresa de producción y comercialización de costillas al horno es responsable de gestionar las operaciones diarias, financieras y administrativas del negocio. Este equipo se encarga de mantener los registros financieros, administrar los recursos y garantizar la eficiencia en las operaciones internas.

Funciones del personal administrativo y financiero

Gestión financiera. Supervisar las finanzas de la empresa, incluyendo la contabilidad, presupuesto, flujo de efectivo y reportes financieros.

Facturación y cobros. Emitir facturas a los clientes y garantizar la cobranza puntual de los pagos.

Compras y Suministros. Gestionar las adquisiciones de ingredientes, suministros y equipos necesarios para la producción de costillas al horno.

Nómina y recursos humanos. Administrar el proceso de nómina, gestionar las políticas de recursos humanos y mantener los registros de los empleados.

Gestión de inventarios. Supervisar los niveles de inventario y asegurarse de que haya suficientes ingredientes y empaques para satisfacer la demanda.

Regulaciones y cumplimiento. Asegurarse de que la empresa cumpla con todas las regulaciones legales y fiscales, así como con los requisitos de seguridad alimentaria.

Gestión de riesgos. Identificar y gestionar los riesgos financieros y operativos que puedan afectar el negocio.

Análisis financiero. Analizar los datos financieros para tomar decisiones informadas y planificar estrategias de crecimiento.

Presupuesto y planificación. Desarrollar y monitorear el presupuesto de la empresa, asegurando un uso eficiente de los recursos financieros.

Relaciones bancarias. Gestionar las relaciones con instituciones bancarias y asegurar la disponibilidad de fondos para las operaciones.

Contabilidad y auditoría. Mantener registros contables precisos y preparar informes financieros para la dirección y los inversores.

Gestión de pagos. Administrar los pagos a proveedores y asegurarse de que las obligaciones financieras se cumplan a tiempo.

Documentación legal. Gestionar la documentación legal de la empresa, incluidos contratos, acuerdos y permisos.

Eficiencia operativa. Identificar oportunidades para mejorar la eficiencia en las operaciones, reduciendo costos y aumentando la productividad.

Reportes y comunicación. Proporcionar informes regulares a la dirección y otros equipos sobre el estado financiero y administrativo de la empresa.

Planificación tributaria. Gestionar las obligaciones fiscales de la empresa y buscar oportunidades de optimización fiscal.

Control interno. Establecer políticas y procedimientos internos para garantizar el control y la seguridad de los activos y las operaciones.

El personal administrativo y financiero desempeña un papel crítico en la gestión y la estabilidad financiera de la empresa, asegurando que las operaciones se realicen de manera eficiente y que se cumplan las obligaciones legales y financieras. Su experiencia en contabilidad, gestión financiera y administración es esencial para el funcionamiento exitoso del negocio.

Objetivo del proyecto

Figura 2.

Diagrama Objetivo del Proyecto

Tema	Inexistente	Oportunidad del Negocio
Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa producción y		Inexistente oferta de alternativas en la producción de costillas al horno en el segmento alimenticio solo hay una

comercialización de costillas al horno en la ciudad de Quito para el año 2023	receta o producto básico que son las costillas BBQ, además el consumo per cápita de carne de cerdo en el Ecuador es de 10.90 kilos, siendo este alimento el de mayor crecimiento diferente a sus similares de pollo y carne. es por eso la necesidad y la investigación se centra en obtener información de nuevas alternativas en este segmento de producto alimenticio. y además de saber si es un negocio fiable comercialmente. además, el 95 % de consumo de costillas de cerdo son en una receta tradicional.
---	---

Nota. Detalle de la determinación del objetivo del proyecto en base al tema establecido.

Objetivos

Objetivo general

Evaluar la viabilidad económica, técnica y comercial para el establecimiento de una empresa dedicada a la producción y comercialización de costillas al horno en la ciudad de Quito en el año 2023.

Objetivos específicos

- Identificar el tamaño del mercado objetivo para las costillas al horno, incluyendo segmentos de consumidores y preferencias.
- Estudiar a la competencia existente en el mercado de costillas al horno.
- Evaluar las tendencias y demandas actuales en la industria de alimentos preparados.
- Determinar los requisitos de producción, equipamiento y tecnología necesarios para la elaboración de costillas al horno a escala comercial.
- Calcular el punto de equilibrio y el período de retorno de la inversión.
- Identificar los permisos, licencias y regulaciones necesarios para operar una empresa de producción de alimentos.
- Identificar posibles riesgos y obstáculos que podrían afectar el éxito del negocio y desarrollar planes de mitigación.
- Resumir los hallazgos y conclusiones del estudio en un informe que respalde la toma de decisiones sobre la creación de la empresa de costillas al horno.
- Considerar prácticas sostenibles en la producción y distribución de costillas al horno.

CAPÍTULO II:

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Investigación de mercado

Realizar una investigación de mercado es fundamental para evaluar la viabilidad de crear una microempresa de producción de costillas al horno y para comprender las necesidades y preferencias de los clientes potenciales. A continuación, se presentan algunos pasos clave para llevar a cabo esta investigación:

Definir el objetivo.

Objetivo general

Recopilar datos sobre el comportamiento de compra de la población económicamente activa entre 25 a 60 años en relación al consumo de costillas del sector norte de Quito en el año 2023.

Objetivos específicos

- Conocer las características de las personas entre 25 y 60 años económicamente activas en el sector norte de Quito.
- Identificar los motivos por los que las personas de 25 a 60 años de la ciudad de Quito consumen carnes preparadas. COSTILLAS AL HORNO.
- Conocer el beneficio buscado por las personas de 25 a 60 años cuando van a comprar carnes preparadas.
- Identificar el proceso de decisión de compra del cliente de 25 a 60 años cuando desean consumir carnes preparadas.

Determinar la demanda del producto costillas al horno tanto en su frecuencia y cantidad.

Tipo de estudio

El tipo de estudio de investigación de mercado para la creación de una empresa de producción y comercialización de costillas al horno puede ser de naturaleza descriptiva.: En este caso se usará un estudio:

Estudio descriptivo

Este tipo de estudio tiene como objetivo recopilar datos específicos y medibles sobre el mercado objetivo, como el tamaño del mercado, el perfil del cliente, la demanda del producto, los precios promedio, entre otros. Los estudios descriptivos suelen utilizar encuestas cuantitativas estructuradas y técnicas estadísticas para obtener datos precisos y representativos que permitan tomar decisiones basadas en datos concretos.

Es importante adaptar el diseño de la investigación a las necesidades y recursos disponibles de la microempresa, asegurándose de obtener información relevante y precisa para la toma de decisiones en el proceso de creación y lanzamiento del negocio de producción y comercialización de costillas al horno.

Tipo de información

Cualitativa

La investigación cualitativa se centra en la comprensión en profundidad de las percepciones, opiniones, actitudes y comportamientos de los consumidores y otros actores clave en relación con las costillas al horno. Algunos métodos comunes de investigación cualitativa incluyen:

Cuantitativa

La investigación cuantitativa se enfoca en recopilar datos numéricos y estadísticas objetivas para medir tendencias, patrones y preferencias en una muestra representativa de la población. Algunos métodos comunes de investigación cuantitativa incluyen:

Encuestas. Realizar encuestas estructuradas y estandarizadas a una muestra significativa de clientes potenciales para obtener datos numéricos.

Fuentes de información

En un estudio de mercado para la creación de una empresa productora y comercializadora de costillas al horno, se puede utilizar fuentes de información primaria y secundaria para obtener datos relevantes.

Fuentes de información primarias

Las fuentes de información primarias son aquellas que recopilas directamente para el estudio de mercado. Implican la recolección de datos específicos y actualizados para abordar los objetivos de investigación.

Encuestas a clientes potenciales: Diseñar y administrar encuestas a personas que puedan ser los futuros clientes, preguntándoles sobre sus preferencias, hábitos de consumo y disposición a comprar costillas al horno.

Fuentes de información secundarias

Las fuentes de información secundarias son datos que ya han sido recopilados y publicados por otras fuentes para otros propósitos. Estos datos pueden ser de acceso

público y que ayudan a contextualizar y respaldar el estudio de mercado. Algunos ejemplos de fuentes de información secundarias podrían ser:

Informes de investigación de mercado: Utilizar informes de empresas de investigación de mercado que contengan datos relevantes sobre el segmento de alimentos, tendencias de consumo y preferencias del cliente.

Bases de datos gubernamentales: Acceder a datos económicos, demográficos y estadísticas de consumo proporcionadas por agencias gubernamentales.

informes financieros y anuales de empresas competidoras: Analizar los informes financieros y anuales de empresas que ofrecen productos similares para comprender su participación en el mercado y estrategias.

Al combinar datos de fuentes de información primaria y secundaria, se obtendrá una visión más completa y precisa del mercado para la empresa de costillas al horno.

Técnicas de investigación

En el estudio de mercado para la creación de una empresa de producción y comercialización de costillas al horno, existen varios tipos de investigación que se pueden utilizar para recopilar y analizar la información necesaria.

En la investigación, se pueden utilizar diversas técnicas de investigación para recopilar datos y obtener información relevante. Las técnicas a utilizar serán

Encuestas: Las encuestas son cuestionarios estructurados que se administran a una muestra de la población objetivo. Pueden ser presenciales, telefónicas o en línea.

Las encuestas permiten recopilar datos cuantitativos sobre las preferencias del consumidor, hábitos de compra y opiniones sobre las costillas al horno.

Población

Según el Instituto nacional de estadísticas y censos, la proyección de población de 25 a 60 años de edad para el año 2024 para el Cantón Quito es de 1'320.395 habitantes (INEC, 2023).

Para la investigación de mercado se tomará una muestra de 200 personas de la zona norte de Quito económicamente activas.

Tabla 3.

Población por parroquias en la ciudad de Quito

Parroquia	De 25 a 29 Años	De 30 A 34 Años	De 35 A 39 Años	De 40 A 44 Años	De 45 A 49 Años	De 50 A 54 Años	De 55 A 59 Años	Total
Carcelén	5223	4820	4282	3516	3135	2621	2396	25993
El Condado	8471	7061	5813	4892	4377	3328	2605	36547
Ponciano	5286	4920	3978	3380	3343	2881	2409	26197
San Isidro	4152	3676	3266	2670	2502	1766	1339	19371
Del Inca								
Kennedy	6547	5934	5185	4623	4318	3688	3329	33624
Concepción	2850	2615	2403	2161	2199	1878	1610	15716
Cochapamba	5624	4875	4189	3442	3192	2414	1809	25545
Rumipamba	2755	2686	2258	1918	2112	2096	1740	15565

Jipijapa	3562	3101	2504	2151	2158	2053	1721	17250
Iñaquito	4368	4201	3331	2833	2955	2773	2533	22994
Belisario	4484	3668	3076	2736	2820	2438	2097	21319
Quevedo								
Total	53322	47557	40285	34322	33111	27936	23588	26012

1

Nota. Tabla obtenida de la base de datos del (Banco Central del Ecuador, 2023a).

Según el INEC dentro de estas parroquias de Quito, esta es la segmentación por edades económicamente activas.

Método de muestreo

Para la investigación de este proyecto se usará el muestreo no probabilístico por cuotas, con una muestra $n= 200$ potenciales clientes, ya que la necesidad que tiene el investigador a la información interna de los posibles clientes. Así de esta manera el análisis es más claro para una correcta toma de decisiones en la investigación de mercado.

El muestreo no probabilístico por cuotas es una técnica de muestreo utilizada en investigaciones y encuestas cuando no es posible o práctico realizar un muestreo probabilístico, pero aún se busca obtener una muestra representativa de la población de interés. En este método, la población se divide en subgrupos o "cuotas" en función de ciertas características o variables de interés, como la edad, el género, la ubicación geográfica, los ingresos, la educación, etc.

A continuación, se explica cómo funciona el muestreo no probabilístico por cuotas:

División por cuotas

Se decide de antemano cuántas observaciones o entrevistas se deben realizar en cada una de las categorías o cuotas definidas. Por ejemplo, si se investiga la demanda de costillas al horno en una ciudad, podríamos establecer cuotas basadas en la edad (por ejemplo, 18-24 años, 25-34 años, 35-44 años, etc.) y el género (hombres y mujeres).

Selección intencionada

En lugar de seleccionar aleatoriamente a los participantes de la población, se eligen intencionadamente participantes que se ajusten a las cuotas previamente establecidas. Esto significa que los investigadores seleccionarán a las personas de manera deliberada hasta que se cumplan las cuotas establecidas para cada categoría.

Recopilación de datos

Se llevará a cabo la recopilación de datos, a través de encuestas, enfocándose en asegurarse de que se cumplan las cuotas predefinidas.

Análisis de datos

Una vez que se han recopilado los datos, se analizan teniendo en cuenta las cuotas. Esto puede implicar la ponderación de los datos para reflejar la distribución de la población en las categorías de cuotas.

El muestreo no probabilístico por cuotas tiene algunas ventajas, como la conveniencia y la capacidad de obtener información de grupos específicos de interés.

Modelo de cuestionario

Encuesta

Modelo de encuesta (**Ver Anexo 1**)

En esta presente encuesta se tendrá como objetivo tener una información clara de géneros, segmentación de edades, tendencias de consumo, preferencias de compra que lleven a aclarar las dudas y necesidad de información que se tiene en este momento.

Tabulación de datos

1. Género

Tabla 4.

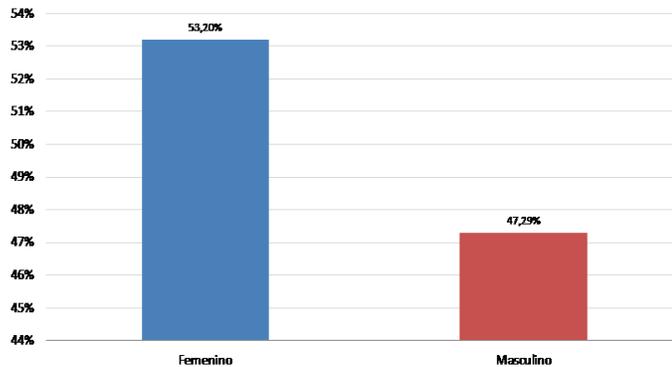
Variable Género

Género		
Femenino	104	52,48%
Masculino	96	47,52%

Nota. Resultados de encuestas.

Figura 3.

Pregunta uno



Nota. Representación gráfica del número de encuestados.

Análisis de datos. En esta pregunta el resultado es que el género femenino fue mayor con un 52,48%, al masculino con un 47,52%

2. Edad

Tabla 5.

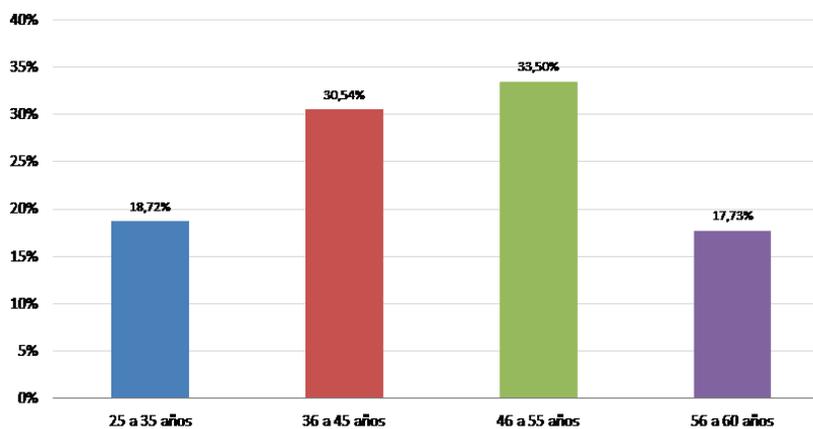
Variable Edad.

Edad		
25 a 35 Años	37	18,81%
36 a 45 Años	61	30,20%
46 a 55 Años	67	33,41%
56 a 60 Años	35	17,58%

Nota. Resumen total de la muestra en los resultados de encuestas.

Figura 4.

Pregunta dos



Nota. Representación gráfica de cuáles fueron las edades que intervinieron en los resultados de las encuestas.

Análisis de datos. El rango de edad encuestada económicamente activa superior es de personas entre 46 a 55 años, lo que significa que este segmento de

posibles clientes, es el más representativo, para poder dar las estrategias definidas, evidenciándose que a la vez se encuentra las personas entre 36 a 45 años, por ende, se establece este público como posibles clientes.

3. Ingreso promedio familiar

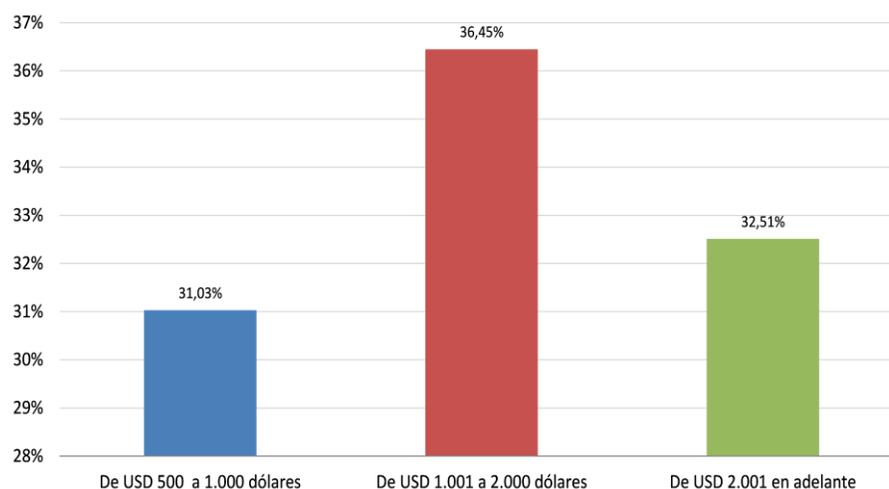
Tabla 6.

Ingresos promedio familiar

Ingresos Promedio Familiar		
De Usd 500 A 1.000 dólares	63	31,19%
De Usd 1.001 A 2.000 dólares	73	36,62%
De Usd 2.001 En Adelante	64	32,19%

Nota. Ingresos promedios que tienen los posibles clientes que estarían dentro de mi Target.

Figura 5. *Pregunta tres*



Nota.: Representación gráfica del promedio de ingresos que se encontraron en los resultados.

Análisis de datos. El rango de ingresos promedio familiar mensual mayor es de USD 1.001 a 2.000 dólares mensuales. El grupo objetivo de mayor poder adquisitivo es el más presente en la encuesta.

4. Número de miembros del hogar

Tabla 7.

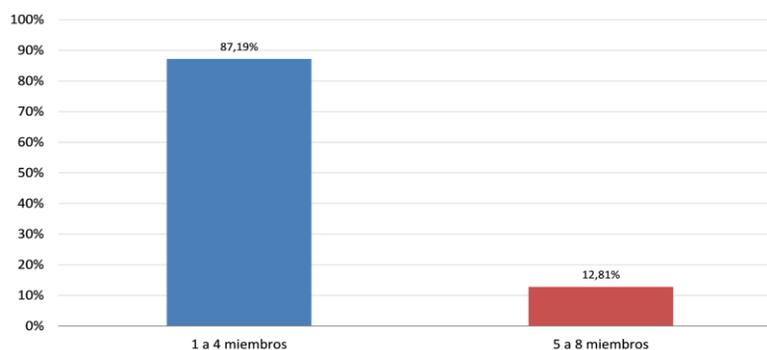
Miembros del hogar

Número de miembros del hogar		
1 a 4 miembros	175	87,13%
5 a 8 miembros	25	12,87%

Nota. Se determino la media de cuantas personas conforman un hogar para obtener la referencia de una porción familiar.

Figura 6.

Pregunta cuatro



Nota. Demostración gráfica de cuantas personas conforman un hogar en promedio en la zona de Quito.

Análisis de datos. El rango mayor de miembros de una familia de los encuestados es de 1 a 4 miembros con un 87,13%.

5. ¿Cuál de los siguientes factores motiva en su decisión al comprar costillas al horno? (Puede seleccionar hasta tres opciones)

Tabla 8.

Factores de motivación de compra

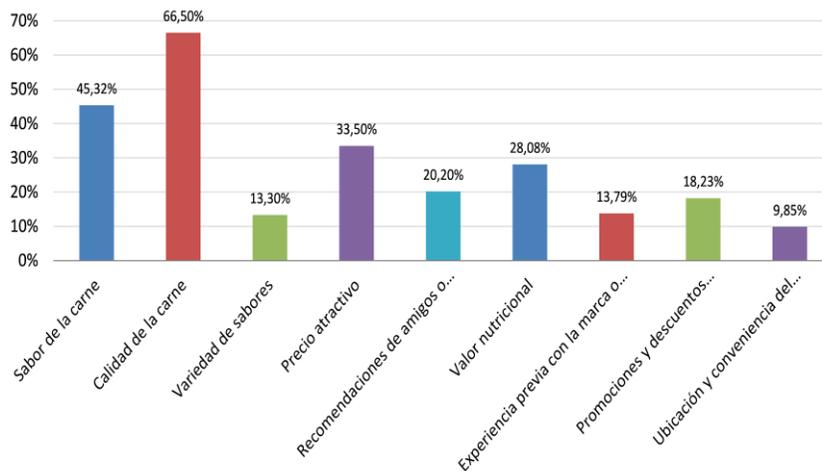
¿Cuál de los siguientes factores motiva más en su decisión de compra de carnes preparadas? (Puede seleccionar hasta tres opciones)		
Sabor de la carne	91	45,05%

Calidad de la carne	134	66,34%
Variedad de sabores	27	13,37%
Precio atractivo	68	33,66%
Recomendaciones de amigos o familiares	41	20,30%
Valor nutricional	56	27,72%
Experiencia previa con la marca o el negocio	28	13,86%
Promociones y descuentos especiales	37	18,32%
Ubicación y conveniencia del punto de venta	20	9,90%

Nota. Se ha determinado cuales son los factores principales que motivan a una persona a realizar una compra.

Figura 7.

Pregunta cinco.



Nota. De acuerdo a la gráfica el principal motivo de compra es la calidad de la carne.

Análisis de datos. El factor que más motiva a un posible cliente para adquirir un producto o carne preparadas es: la calidad de la carne con un 66.34%. Este factor

determina que se debe tener un producto de calidad óptimo, buenos proveedores de producto que cumpla con un requerimiento de calidad adecuado, reconocido y certificado, sabor de la carne con un 45,05% es el segundo factor que más motiva en la compra de carne procesada, precio con un 33,66%. Es el tercer factor que más motiva en la compra de carnes procesadas, valor nutricional con un 27,72% es el factor que más motiva en la compra de carne procesada.

Con esta pregunta se puede saber cuál es el factor de mayor motivación de compra entre los posibles clientes y saber cuál es el pilar fundamental del producto y su enfoque comercial.

6. A continuación, se presenta una lista de beneficios que espera encontrar al consumir costillas al horno. (Seleccione hasta tres beneficios)

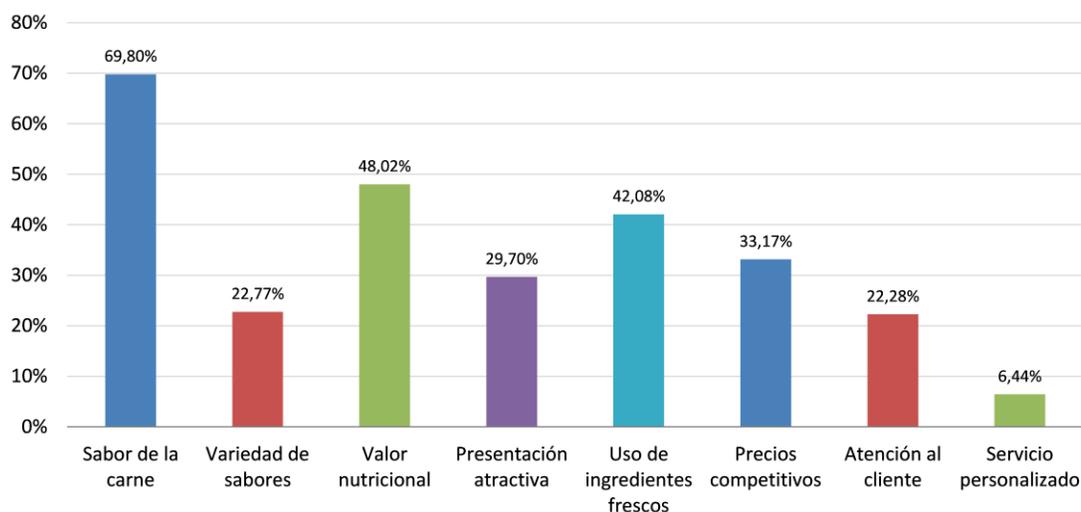
Tabla 9.

Beneficios de consumo

A continuación, se presenta una lista de beneficios que espera encontrar al consumir costillas al horno.

Sabor de la carne	140	69,65%
Variedad de sabores	46	22,89%
Valor nutricional	96	47,76%
Presentación atractiva	60	29,85%
Uso de ingredientes frescos	84	41,79%
Precios competitivos	67	33,33%
Atención al cliente	45	22,39%
Servicio personalizado	13	6,47%

Nota. Se toman en cuenta cuales serían los beneficios principales del consumo de carne para utilizar como argumento en la propuesta de venta

Figura 8.*Pregunta seis.*

Nota: Se determina que el principal beneficio de consumir costillas es el sabor de la carne al paladar del consumidor.

Análisis de datos. el beneficio que el cliente desea al consumir costillas al horno es: el sabor de la carne.

Al conocer los beneficios que la gente espera del producto se tiene la referencia cualitativa para poder tener una dirección tanto de producción como de comunicación comercial, siendo el sabor de la carne el beneficio más determinante para la decisión de compra.

7. ¿Dónde suele buscar información sobre carnes preparadas antes de comprar?

Tabla 10.*Información sobre Carnes*

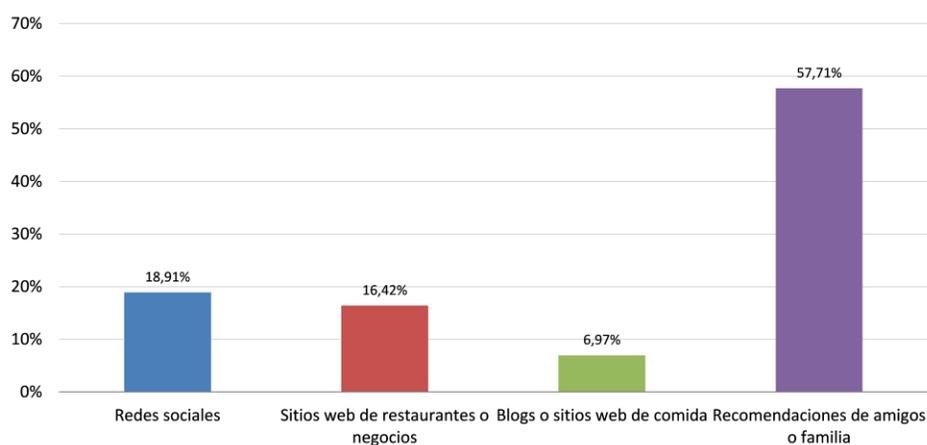
¿Dónde suele buscar información sobre costillas al horno antes de comprar?	
Redes sociales	38 19,00%

Sitios web de restaurantes o negocios	33	16,50%
Blogs o sitios web de comida	14	7,00%
Recomendaciones de amigos o familia	115	57,50%

Nota. Se ha considerado relevante determinar porque medios de comunicación se recibe o busca la información sobre la carne para el consumo.

Figura 9.

Pregunta siete.



Nota. De acuerdo a los resultados el mayor porcentaje de los encuestados indican que la principal fuente de información sobre carnes es por referidos ya sea de amigos o familia.

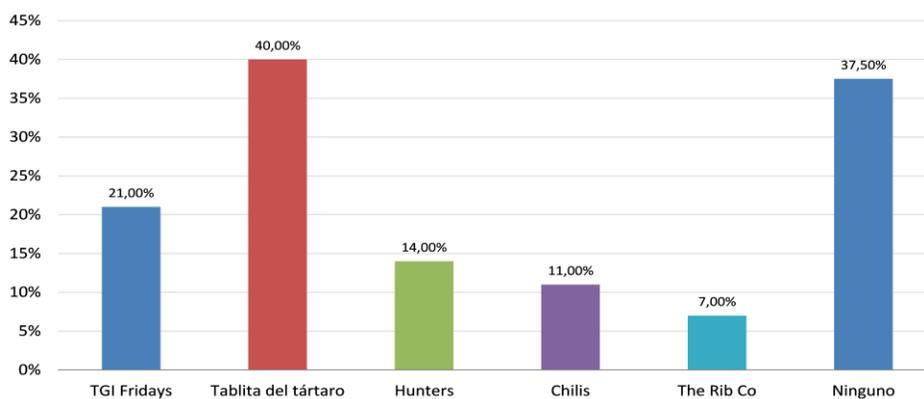
Análisis de datos. La recomendación de familia y amigos es el canal de información más utilizado. Sitios web de restaurantes o negocios, Este dato es importante ya que la recomendación de una compra se la hace cuando el producto causó satisfacción total. Es por eso que el producto debe ser producido con toda calidad para tener un producto sostenible.

8. ¿Qué lugar es su preferido para comprar costillas al horno en Quito?

Tabla 11.*Lugar de preferencia para comprar*

¿Qué lugar es su preferido para comprar costillas al horno en Quito?		
TGI Fridays	42	21,11%
Tablita del tártaro	80	40,20%
Hunters	28	14,07%
Chilis	22	11,06%
The Rib Co	14	7,04%
Ninguno	74	37,19%

Nota. Para determinar la preferencia de los lugares más frecuentes para consumir carne se ha tomado en cuentas lo más representativos de la ciudad de Quito.

Figura 10.*Pregunta ocho*

Nota. Como dato curioso según los resultados un alto porcentaje no tiene un lugar de preferencia.

Análisis de datos. Los resultados de esta pregunta reflejan en qué lugar prefiere el cliente en comprar carnes preparadas.

Tablita del tártaro con un 40,20 %, siendo este lugar el de mayor afluencia de clientes. Ninguno, con un 37,19%, este dato es importante ya que refleja una

posibilidad clara de negocio ya que los otros lugares no se especializan en carnes preparadas como costillas al horno.

TGI Fridays con un 21,11% es el tercer lugar que la gente acude a comprar carnes preparadas.

9. ¿Estaría dispuesto para comprar costillas al horno preparadas?

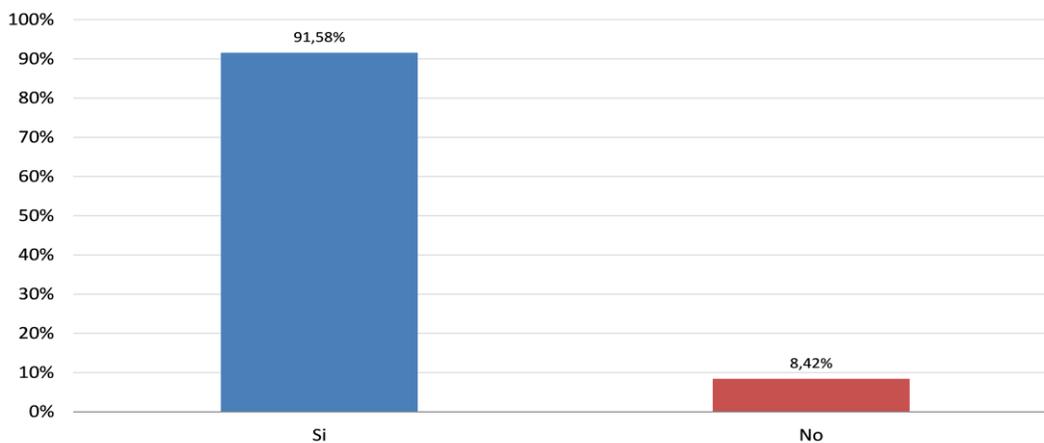
Tabla 12.

Disposición de compra

¿Estaría dispuesto para comprar costillas al horno preparadas?		
SI	183	91,54%
NO	17	8,46%

Nota. Hay un alto porcentaje de aceptación de compra para el producto que se plantea.

Figura 11. *Pregunta nueve.*



Nota. Demostración grafica del mayor porcentaje en aceptación de compra.

Análisis de datos. Hay un 91,54% de encuestados del total de la muestra que, si está, dispuestos a comprar costillas al horno.

10. ¿Con qué frecuencia compraría costillas al horno preparadas?

Tabla 13.

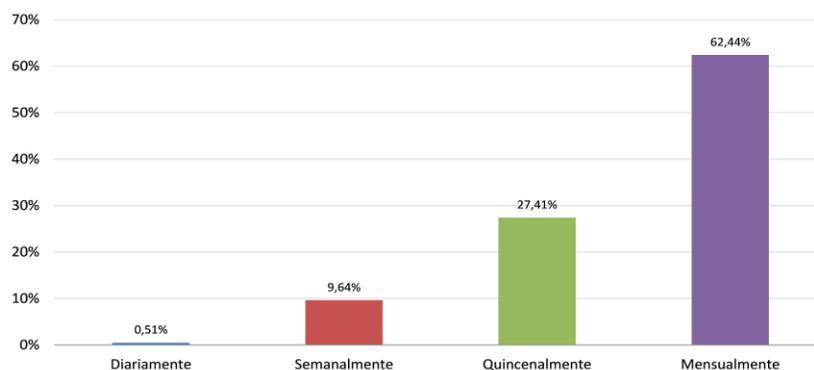
Frecuencia de Compra

¿Con qué frecuencia compraría costillas al horno preparadas?		
Diariamente	2	0,51%
Semanalmente	20	9,69%
Quincenalmente	55	27,55%
Mensualmente	123	62,25%

Nota. Se determina como es la frecuencia de consumo de carne siendo una comida parte de la ingesta normal de una persona.

Figura 12.

Pregunta diez.



Notas. En la gráfica se refleja que casi todos los encuestados concuerdan que cada semana consumen carne.

Análisis de datos. el referente principal de la muestra es que la gente está dispuesta en comprar costillas al horno una vez al mes en un 62,25%, cada quince días en un 27,55%, estos datos son relevantes ya que hay frecuencia quincenal aceptable de consumo, y una alta frecuencia de un mes de consumo.

11. ¿Qué cantidad de peso de costillas al horno le parece atractivo para consumo personal?

Tabla 14.

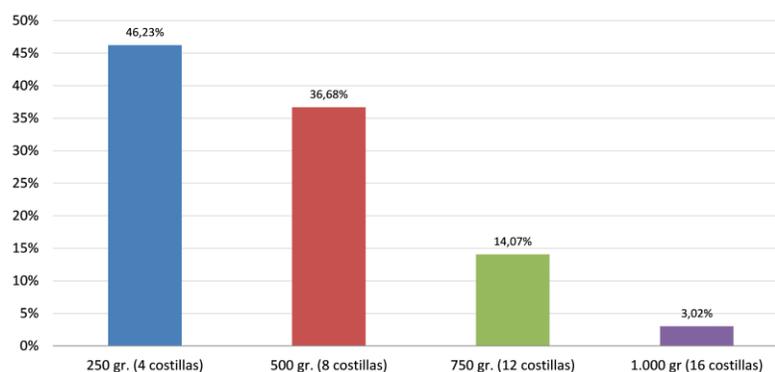
Peso de costillas

¿Qué cantidad de peso de costillas al horno le parece atractivo para consumo personal?		
250 gr. (4 costillas)	93	46,46%
500 gr. (8 costillas)	73	36,37%
750 gr. (12 costillas)	28	14,14%
1.000 gr (16 costillas)	6	3,03%

Nota. Se indago en la búsqueda del peso ideal de las costillas para realizar combos.

Figura 13.

Pregunta once



Notas. El peso ideal que consumen con frecuencia las personas es de 4 costillas que equivale a 250 gr.

Análisis de datos. este dato pone a la presentación de 250gr de costillas al horno con un 46,46% como la preferida para consumo, siendo la presentación de 500 gr con 36,37% también en una presentación atractiva al consumidor, además ver una oportunidad de tener una presentación intermedia en peso de estas dos que sirva como

ancla para que el cliente compre la más rentable haciendo un trabajo de comunicación efectiva.

12. ¿Con qué salsas le gustaría acompañar sus costillas al horno? Puede escoger más de una opción.

Tabla 15.

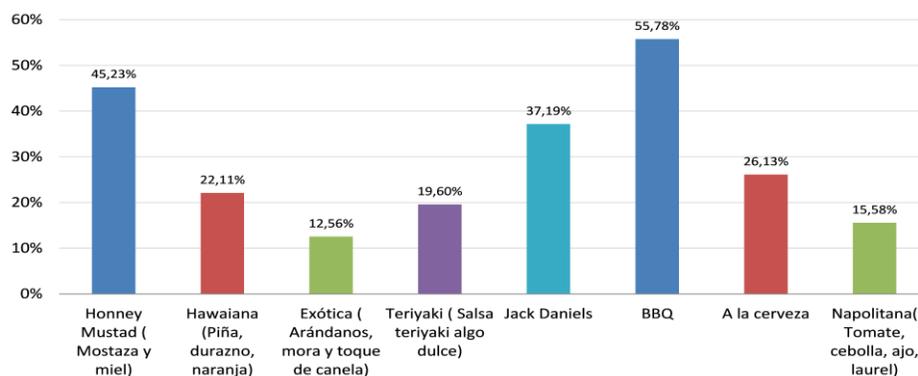
Preferencia de Salsas

¿Con qué salsas le gustaría acompañar sus costillas al horno? Puede escoger más de una opción.		
Honey Mustad (Mostaza y miel)	89	44,95%
Hawaiana (Piña, durazno, naranja)	44	22,22%
Exótica (Arándanos, mora y toque de canela)	25	12,63%
Teriyaki (Salsa teriyaki algo dulce)	39	19,70%
Jack Daniels	73	36,87%
BBQ	110	55,56%
A la cerveza	52	26,26%
Napolitana (Tomate, cebolla, ajo, laurel)	31	15,66%

Nota. De todas las salsas más comunes se determinó cual es la de mayor preferencia.

Figura 14.

Pregunta doce



Nota. Entre las salsas más comunes la que tiene mayor preferencia es la de BBQ y de Jack Daniels

Análisis de datos. En este análisis se puede ver claramente que la presentación BBQ es la más atractiva al cliente, la honney mustard en un segundo lugar también es atractiva al consumidor, luego Jack daniels tiene un porcentaje de preferencia atractivo por igual, a la cerveza y finalmente hawaiana las otras presentaciones también tienen sus preferencias en más bajos índices. Esto da cómo conclusión que hay un mercado que acepta algo distinto diferente, la oportunidad de negocio existe por estos datos.

13. ¿Cómo prefieres la entrega del producto?

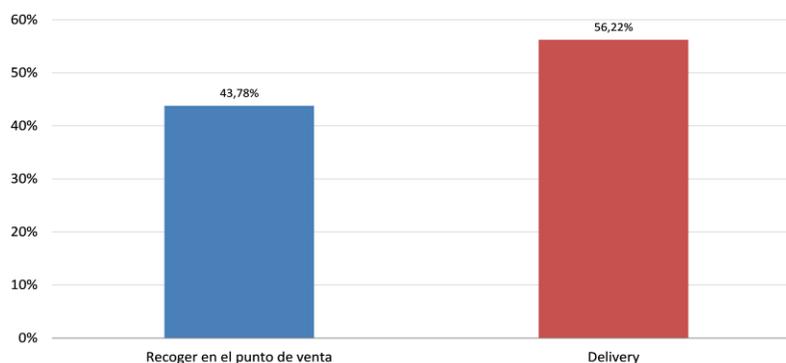
Tabla 16.

Preferencia de entrega

¿Cómo prefieres la entrega del producto?		
Recoger en el punto de venta	87	43,50%
Delivery	113	56,50%

Nota. Como esta de tendencia las entregas a domicilio se plantearon en el estudio.

Figura 15. Pregunta trece.



Notas. El servicio de Delivery tiene mayor aceptación que es un fuerte para emprender en este proyecto.

Análisis de datos. El delivery es la forma de entrega de producto preferida con un 56,50 % de aceptación.

Síntesis de resultados de la encuesta

Los resultados de esta encuesta muestran claramente que:

- La población femenina tuvo una mayor participación en la encuesta, y que los encuestados en edades comprendidas entre 46 y 55 años son la parte más significativa en términos de actividad económica, seguidos por aquellos de 36 a 45 años. Los grupos de edades más jóvenes y mayores tienen una presencia relativamente menor en la encuesta.
- En lo referente a los ingresos promedios, los resultados indican que la encuesta se ha centrado principalmente en individuos pertenecientes a familias con ingresos promedio, mensuales que son relativamente altos y con un tamaño de familia más pequeño, cuyos motivadores de compra factor de compra es la calidad de la carne, este factor es el más influyente en la decisión de compra de los posibles clientes, además el sabor de la carne, que es el beneficio más buscado por los encuestados, seguido del valor nutricional.
- Las recomendaciones personales son un impulsor clave para la compra. Además, las redes sociales y los sitios web también son canales significativos para llegar a los clientes. Estos resultados indican que la "Tablita del tártaro" es el lugar de mayor preferencia para comprar carnes preparadas, seguido de la opción "Ninguno", lo

que sugiere una oportunidad de negocio en carnes preparadas, especialmente de costillas al horno.

- Un alto porcentaje de los encuestados está dispuesto a comprar costillas al horno, lo que demuestra un interés significativo en este producto. El 62,24% de los encuestados prefiere comprar costillas al horno una vez al mes, mientras que el 27,55% lo hace cada quince días. Estos datos indican una frecuencia de compra relativamente alta, tanto mensual como quincenal. Además el servicio de delivery es la forma de entrega más idónea en la compra de este producto.
- Se investigó la demanda actual y las tendencias emergentes en la industria alimentaria y de alimentos preparados. Los resultados mostraron un creciente interés por alimentos de alta calidad y convenientes, como las costillas al horno. Esto indicó una oportunidad estratégica para capturar la atención de los consumidores.
- Se delinearon las características demográficas, psicográficas y comportamentales del público objetivo interesado en costillas al horno. Se identificó una base de consumidores que valora la calidad, el sabor y la comodidad en la preparación de alimentos.
- Se evaluó a los competidores directos e indirectos en el mercado de alimentos preparados y se identificaron posibles brechas o áreas en las que la empresa de costillas al horno podría diferenciarse. Esto permitirá definir estrategias únicas para destacar en un mercado competitivo.

- Se exploraron los canales más efectivos para distribuir y promocionar las costillas al horno.
- En conjunto, este capítulo de investigación de mercados proporciona una base sólida de datos y análisis que respalda la creación de una empresa de producción y comercialización de costillas al horno. Los resultados demuestran una demanda creciente y un público objetivo dispuesto a consumir productos de alta calidad y sabor en el mercado de alimentos preparados. La identificación de estrategias de diferenciación, canales de distribución y oportunidades de crecimiento fortalece la propuesta de valor de la empresa en un entorno empresarial competitivo

Plan de introducción al mercado utilizando las 4P

Distribución y puntos de ventas (Plaza)

La distribución para este producto en su etapa inicial será a través de un canal directo, ya que es un modelo de distribución en el cual el productor vende sus productos directamente a los consumidores finales sin la intervención de intermediarios como minoristas, mayoristas o distribuidores. En este modelo, la empresa que asume la responsabilidad completa de llevar sus productos al mercado y de interactuar directamente con los clientes.

La opción de entrega a domicilio (delivery) es una estrategia muy efectiva para llegar a un público amplio y brindar comodidad a los clientes. Y será siguiendo estas consideraciones para implementar exitosamente este servicio:

Plataformas de entrega de comida

Las aplicaciones populares de entrega de comida como Uber Eats, Pedidos ya, Rappi u otras que operen en el área norte de Quito.

Estas plataformas ya tienen una base de usuarios establecida y pueden brindar exposición a una audiencia más amplia.

Hay que establecer tiempos de entrega realistas y precisos para garantizar que los clientes reciban sus pedidos a tiempo.

Comunicar claramente los horarios de operación y los plazos de entrega en la plataforma de pedidos.

Comunicación y Seguimiento.

Mantener a los clientes informados sobre el estado de sus pedidos, desde la confirmación hasta la entrega.

Proporcionar opciones de seguimiento en tiempo real para que los clientes puedan rastrear sus pedidos.

La opción de delivery puede ser una excelente manera de aumentar las ventas y llegar a un público más amplio. Sin embargo, es fundamental implementar una estrategia sólida que garantice la calidad del producto, la eficiencia en la entrega y la satisfacción del cliente en cada paso del proceso.

Promoción del producto o servicio (Promoción)

Un plan promocional efectivo puede ayudar a destacar y generar interés en el negocio de costillas al horno en el sector norte de la ciudad de Quito. El plan sería el siguiente

Identificación de la marca y mensaje clave.

Crear un nombre de marca memorable y atractivo para las costillas al horno.

Desarrollar un mensaje clave que destaque la calidad, el sabor y la conveniencia de los productos.

Identidad corporativa

Una de las primeras acciones para la estrategia de promoción es tener una identidad corporativa acorde. Es por eso que el nombre comercial es el nombre de la empresa Domeva, y la marca será "PointRib's"

Marca y logotipo

La marca PointRib's se fusiona con su logo en la identidad del producto que es un producto alimenticio en este caso las costillas al horno que se junta para tener una clara ubicación y ruta de cobertura adecuada.

Figura 16.

Diseño del Logo de la empresa



Nota. El diseño tiene características que se enmarcan a lo que la empresa oferta considerando colores de atracción de compra como es el naranja.

Estrategia en redes sociales

Crear perfiles en plataformas populares como Facebook, Instagram y, Twitter y Tik Tok.

Publicar contenido visualmente atractivo de las costillas al horno, incluyendo fotos y videos de preparación.

Utilizar hashtags relevantes y fomentar la participación de los seguidores con concursos y preguntas.

Alianzas con influencers locales

Colaborar con influencers locales que tengan seguidores interesados en gastronomía y comida.

Invitar a probar las costillas al horno y a compartir su experiencia en sus plataformas, lo que puede aumentar la visibilidad del negocio.

Degustaciones y eventos

Organizar eventos de degustación en lugares concurridos de la ciudad, como ferias de alimentos, mercados locales o centros comerciales.

Ofrecer muestras gratuitas de las costillas al horno y aprovechar la oportunidad para interactuar con los clientes.

Programas de fidelización

Crear un programa de lealtad donde los clientes puedan acumular puntos o recibir descuentos por cada compra de costillas al horno.

Esto incentiva a los clientes a regresar y repetir sus compras.

Ofertas y promociones especiales

Introducir ofertas especiales por tiempo limitado, como "2x1" en determinados días de la semana o descuentos en combinaciones de productos.

Anunciar estas promociones en los canales de marketing y redes sociales.

Colocar un precio ancla para promocionar una presentación más rentable. Por ej. La presentación de 500 gr cuesta USD 12 dólares, pero la presentación de 750 gr cuesta USD 15 dólares los días martes, miércoles y jueves. El objetivo es promocionar una presentación más rentable.

Marketing de contenido.

Crear un blog en tu sitio web con contenido relacionado con la cocina, recetas, consejos y curiosidades sobre costillas al horno.

Esto puede atraer tráfico al sitio web y posicionar la marca como una autoridad en el tema.

Descuentos y promociones.

Ofrecer descuentos por volumen de compra, como "compra dos y obtén un descuento en el tercero".

Organiza promociones especiales en días específicos de la semana para incentivar la demanda.

Servicio de delivery destacado.

Promocionar el servicio de delivery con mensajes que resalten la conveniencia y la calidad de las costillas al horno entregadas a domicilio.

Hay que medir y evaluar regularmente el rendimiento de las estrategias promocionales para ajustar y optimizar el enfoque. Adaptar estas tácticas al mercado objetivo y recursos ayudarán a maximizar la visibilidad y la atracción de clientes en la ciudad de Quito.

Fijación y políticas de precios (Precio)

La fijación y la política de precios son aspectos críticos para el éxito del negocio de costillas al horno en la ciudad de Quito. Estas son algunas pautas y consideraciones para establecer una estrategia de precios efectiva:

Costos de producción y margen de ganancia.

Calcular detalladamente los costos de ingredientes, preparación, empaque, distribución y mano de obra necesarios para producir las costillas al horno.

Determinar cuánto margen de ganancia deseas obtener en cada producto vendido.

Análisis de precios de competidores

Investigar los precios de productos similares en el mercado de la ciudad de Quito.

Asegurar que los precios sean competitivos pero también reflejen la calidad superior y el valor añadido de las costillas al horno.

Valor percibido por el cliente.

Considerar cómo los clientes perciben el valor de las costillas al horno en términos de calidad, sabor y comodidad.

Se puede justificar un precio más alto si se puede comunicar eficazmente estos beneficios.

Segmentación de precios.

Considerar la posibilidad de ofrecer diferentes tamaños de porciones o paquetes a diferentes precios para atraer a diferentes segmentos de clientes.

Por ejemplo, se podría ofrecer opciones de porciones individuales y familiares.

Estrategia de precios premium o económicos.

Decidir si se desea posicionar las costillas al horno como un producto premium de alta calidad con precios más altos, o si se prefiere ser más asequible y atraer a un público más amplio.

Política de precios a largo plazo.

Decidir si se planea mantener los precios constantes o si se planea ajustarlos periódicamente en función de la demanda, costos o cambios en el mercado.

Monitoreo y ajuste

Supervisar constantemente la respuesta del mercado a los precios y realizar ajustes si es necesario.

La estrategia de precios debe ser flexible y adaptable para responder a las dinámicas cambiantes del mercado y las necesidades de los clientes. Es fundamental encontrar un equilibrio entre generar ganancias y ofrecer un valor atractivo para los clientes en la ciudad de Quito.

$$PV = \frac{\text{Costo de producción}}{1 - \text{Margen}}$$

$$PV = \frac{4.20}{1 - 0.72}$$

$$PV = \frac{4.20}{0.28}$$

$$PV = 15$$

$$PV = \text{USD } 15$$

Este es un valor de referencia para comercializar 500 gramos de costillas al horno, con su empaque y su salsa.

Especificaciones del producto (Producto)

Las especificaciones del producto "costillas al horno" son detalles clave que describen cómo se prepara, se presenta y se entrega el producto.

Ingredientes

Tabla 17.

Lista de ingredientes

TABLA DE INGREDIENTES		
Carne de chanco	Salsa de maple	Cerveza
Sal	Mostaza	Ajo
Piña	Cebolla	Miel
Naranjas	Comino	Salsa bbq
Salsa de soya	Durazno	Ajonjolí

TIPO DE CARNE	
Costillas Mr Chancho	

TAMAÑO POR PORCIÓN	
250 gr	500 gr
750 gr	1.000 gr

Nota. Tabla de ingredientes, tipo de carne y tamaños por porción.

Preparación y marinada

Describe cómo se marina y se prepara la carne antes de hornear, incluyendo los ingredientes y el proceso de marinado.

Cocción

Detalla el tiempo y la temperatura de cocción necesarios para lograr la textura y el sabor deseado en las costillas al horno.

Sabor y condimentos

Especifica los condimentos, especias y saborizantes utilizados para realzar el sabor de las costillas al horno.

Presentación

Describe cómo se presentan las costillas al horno en términos de aspecto y empaque, como si están cortadas en porciones individuales, servidas con guarniciones, etc.

Valor nutricional

Proporciona información sobre el valor nutricional de una porción estándar de costillas al horno, incluyendo calorías, grasas, proteínas, carbohidratos y otros nutrientes.

Alergénos

Indica cualquier alérgeno común presente en las costillas al horno, como gluten, lácteos, frutos secos, etc.

Instrucciones de almacenamiento

Aconseja sobre la temperatura y el tiempo de almacenamiento adecuados para mantener la frescura y la seguridad del producto.

Fecha de vencimiento

Proporciona la fecha en la que las costillas al horno deben consumirse para garantizar la calidad y la seguridad.

Instrucciones de calentamiento

Ofrece instrucciones sobre cómo calentar las costillas al horno antes de servir las, ya sea en un horno convencional, microondas u otros métodos.

Embalaje

Describe el tipo de empaque utilizado para mantener la frescura y la presentación del producto durante el transporte y el almacenamiento.

Certificaciones y etiquetas

Si corresponde, incluye cualquier certificación de calidad, sostenibilidad o etiquetas especiales en el empaque.

Estas especificaciones aseguran la consistencia en la preparación y presentación de tus costillas al horno, garantizando que los clientes sepan qué esperar cuando adquieran tu producto. Es importante mantener un equilibrio entre detalles suficientes para proporcionar información completa y concisa para facilitar la comprensión por parte de los clientes.

Plan de introducción del mercado

Introducir con éxito las costillas al horno en el mercado de la ciudad de Quito requiere de una estrategia sólida y bien planificada.

Desarrollo de marca y mensaje

Crear una marca memorable y atractiva para las costillas al horno.

Desarrollar un mensaje claro que resalte la calidad, el sabor y la conveniencia del producto.

Pruebas de producto

Realizar pruebas de producto con un grupo selecto de consumidores para recibir retroalimentación y realizar ajustes si es necesario.

Creación de un menú atractivo

Diseña un menú que ofrezca variedad en sabores, tamaños de porción.

Destacar los aspectos únicos y deliciosos de las costillas al horno.

Estrategia de precios competitivos

Establecer una estrategia de precios que refleje la calidad de las costillas al horno y sea competitiva en comparación con otros productos en el mercado.

Diseño de empaque atractivo

Crear un diseño de empaque atractivo y funcional que proteja la frescura y la calidad de las costillas al horno durante la entrega.

Marketing en redes sociales

Crear perfiles en redes sociales y compartir contenido visualmente atractivo de las costillas al horno.

Utilizar estrategias de marketing digital para generar expectativa y crear interés en el producto antes del lanzamiento.

Evento de lanzamiento

Organizar un evento de lanzamiento exclusivo donde los invitados puedan probar las costillas al horno y conocer más sobre la marca.

Invitar a influenciadores locales, medios de comunicación y posibles clientes.

Servicio de delivery destacado

Promocionar el servicio de entrega a domicilio resaltando la comodidad y la calidad de las costillas al horno.

Programas de fidelización

Implementar un programa de lealtad para recompensar a los clientes frecuentes y promover la repetición de compras.

Obtención de comentarios

Solicitar comentarios y reseñas de los clientes para construir la reputación y la confianza en el producto.

Monitoreo y ajuste

Supervisar continuamente las ventas, la respuesta del mercado y la retroalimentación de los clientes.

Realizar ajustes en la estrategia según sea necesario para mejorar y adaptar a las necesidades cambiantes del mercado.

La introducción al mercado es una fase crítica para establecer el negocio de costillas al horno en la ciudad de Quito. Al seguir un plan estratégico sólido y adaptarlo según las condiciones del mercado.

Riesgos y oportunidades del negocio

Riesgos

Competencia intensa. El mercado de alimentos preparados puede ser altamente competitivo, lo que puede afectar la capacidad del negocio para destacar y ganar cuota de mercado.

Fluctuación de precios de materias primas. Los precios de la carne y otros ingredientes pueden variar, lo que podría afectar los costos de producción y, en última instancia, los márgenes de beneficio.

Cambios en los gustos del consumidor. Los gustos y preferencias de los consumidores pueden cambiar con el tiempo, lo que podría requerir ajustes en el menú y estrategias de marketing.

Calidad y control de sabor. Mantener la calidad y el sabor consistente puede ser un desafío, especialmente a medida que el negocio crece y se expande.

Regulaciones sanitarias y alimentarias. Cumplir con las regulaciones locales de seguridad alimentaria y salud puede ser un desafío constante y requerir una atención y recursos significativos.

Dependencia del delivery. Si el modelo de negocio se basa principalmente en el servicio de entrega, cualquier interrupción en la cadena de entrega podría afectar negativamente las ventas.

Oportunidades

Demanda en crecimiento. Existe una creciente demanda de alimentos preparados de calidad, especialmente aquellos que ofrecen comodidad y sabor.

Nicho específico. Si se especializa en costillas al horno de alta calidad y sabores únicos, se podría llenar un nicho de mercado no atendido.

Tendencias de estilo de vida. La tendencia hacia una vida ocupada y la falta de tiempo para cocinar en casa pueden aumentar la demanda de opciones de comida preparada y entregada.

Colaboraciones estratégicas. Asociarse con restaurantes, cafés o tiendas de comestibles puede aumentar la visibilidad y la distribución de los productos.

Marketing creativo. El uso efectivo de las redes sociales y el marketing digital puede ayudar a llegar a un público más amplio y a construir una comunidad de seguidores leales.

Innovación en productos. La creación de nuevos sabores, presentaciones y opciones de menú puede mantener relevante y atraer a diferentes segmentos de clientes.

Servicio de delivery en auge. La tendencia hacia la entrega de alimentos a domicilio brinda una oportunidad para llegar a un público más amplio y aprovechar la conveniencia.

Programas de fidelización. Los programas de lealtad y recompensas pueden incentivar a los clientes a regresar y repetir sus compras.

Expansiones geográficas. A medida que crece la demanda, podrías considerar expandir tus operaciones a otras ciudades o regiones.

Feedback de los clientes. Las reseñas y comentarios de los clientes pueden proporcionar información valiosa para mejorar los productos y servicios.

Como en cualquier negocio, es importante reconocer y abordar los riesgos mientras se aprovechan las oportunidades. Un análisis de riesgos y oportunidades continuo y una estrategia flexible ayudarán a tomar decisiones informadas y a maximizar el éxito del negocio de producción y comercialización de costillas al horno.

Sistema y plan de ventas

Un sistema y plan de ventas sólidos son esenciales para impulsar el éxito del negocio de costillas al horno en la ciudad de Quito

Segmentación del mercado

Hay que dividir el mercado en segmentos según características demográficas, geográficas, psicográficas y de comportamiento. Identificar al público objetivo.

Estrategia de posicionamiento

Definir cómo se desea que el negocio sea percibido por los clientes. Destacar los valores únicos de las costillas al horno y lo que se diferencia de la competencia.

Canales de distribución

Decidir los canales a través de los cuales se venderá las costillas al horno, como delivery, restaurantes asociados, eventos, tiendas de comestibles, etc.

Equipo de ventas

Seleccionar y capacitar a un equipo de ventas que sea conocedor del producto y esté comprometido con brindar una excelente atención al cliente.

Estrategia de precios y promociones

Establecer una estrategia de precios que refleje la calidad y el valor de los productos.

Diseñar promociones especiales, descuentos y ofertas para atraer y retener clientes.

Plan de generación de leads y prospección

Desarrollar tácticas para generar leads, como campañas en redes sociales, marketing de contenidos y participación en eventos locales.

Estrategia de marketing digital

Crear una presencia en línea sólida con un sitio web atractivo y perfiles en redes sociales.

Utilizar marketing de contenidos, publicidad en línea y estrategias de SEO para aumentar la visibilidad en línea.

Relaciones con clientes existentes

Mantener una comunicación constante con los clientes a través de boletines, promociones exclusivas y programas de lealtad.

Plan de atención al cliente

Establecer estándares de atención al cliente excepcionales y capacitar al equipo para manejar consultas, problemas y sugerencias de manera efectiva.

Análisis y mejora continua

Medir y analizar regularmente las métricas de ventas, como el volumen de ventas, el ticket promedio y la tasa de conversión.

Utilizar los datos recopilados para realizar ajustes y mejoras en el plan de ventas.

Alianzas estratégicas

Colaborar con otros negocios locales para promover tus costillas al horno a través de acuerdos de distribución o promociones conjuntas.

Eventos y degustaciones

Organizar eventos de degustación en lugares concurridos para permitir a los clientes potenciales probar los productos y conocer tu marca.

Medición de resultados

Utilizar herramientas de análisis para rastrear el desempeño de los esfuerzos de ventas y evaluar la efectividad de cada estrategia.

Adaptación y flexibilidad

Estar dispuesto a adaptar a los cambiantes condiciones del mercado y a ajustar el plan de ventas según sea necesario.

Un plan de ventas efectivo se basa en la comprensión profunda de los clientes, la creatividad en la promoción y la entrega constante de un producto de alta calidad y valor. Con un enfoque estratégico y una atención cuidadosa a cada detalle, se puede crear un sistema de ventas exitoso para el negocio de costillas al horno en la ciudad de Quito.

Objetivos del área de producción

Los objetivos del área de producción de la empresa se centran en garantizar la eficiencia, calidad y cumplimiento de la demanda de productos.

Eficiencia en la producción

Optimizar los procesos de producción para maximizar la eficiencia y minimizar los tiempos de preparación.

Reducir el desperdicio de ingredientes y recursos para mejorar la rentabilidad.

Calidad del producto

Mantener altos estándares de calidad en todas las etapas de producción para asegurar que las costillas al horno cumplan con las expectativas de sabor, textura y presentación.

Implementar controles de calidad y pruebas regulares para garantizar la consistencia del producto.

Capacidad de producción

Asegurar que la capacidad de producción sea suficiente para cumplir con la demanda del mercado, evitando escasez o excedentes de producto.

Cumplimiento de normativas sanitarias y de seguridad

Garantizar que las instalaciones, equipos y procesos cumplan con las regulaciones locales de seguridad alimentaria y salud.

Implementar prácticas de higiene y saneamiento adecuadas.

Innovación en productos

Trabajar en colaboración con el equipo de desarrollo de productos para introducir nuevas variedades de costillas al horno que atraigan a diferentes segmentos de clientes.

Gestión de inventarios

Mantener un equilibrio óptimo entre los niveles de inventario para garantizar una oferta constante sin excesos de productos almacenados.

Planificación de la producción

Desarrollar planes de producción a corto y largo plazo que se alineen con la demanda proyectada y los recursos disponibles.

Eficiencia energética y sostenibilidad

Identificar oportunidades para reducir el consumo de energía y minimizar el impacto ambiental de los procesos de producción.

Desarrollo del equipo

Capacitar y motivar al equipo de producción para asegurar que estén bien preparados y comprometidos en cumplir los objetivos y mantener la calidad.

Investigación y mejora continua

Investigar y aplicar nuevas técnicas y tecnologías en la producción de costillas al horno para mejorar la eficiencia y la calidad.

Cumplimiento de cronogramas

Asegurarse de que los productos se preparen y entreguen en tiempo y forma según lo programado.

Control de costos

Monitorear y controlar los costos de producción para mantener márgenes de beneficio saludables.

Colaboración interdepartamental

Trabajar en conjunto con otros departamentos, como ventas y marketing, para asegurarse de que la producción se ajuste a la demanda del mercado.

Estos objetivos son fundamentales para asegurar que el área de producción contribuya eficazmente al éxito global de tu empresa de producción de costillas al horno, manteniendo altos estándares de calidad y satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Capacidad instalada

La capacidad instalada de la empresa de producción y comercialización de costillas al horno depende de varios factores, como la demanda del mercado, los

recursos disponibles y la eficiencia de los procesos de producción. Aquí se enumeran los puntos a considerar al determinar la capacidad instalada:

Demanda del mercado

Analizar la demanda actual y proyectada de costillas al horno en la ciudad de Quito.

Realizar investigaciones de mercado para comprender cuántos clientes potenciales estarían interesados en tus productos.

Tipo de operación

Decidir si el negocio se centrará en producción a pequeña escala, producción en masa o una combinación de ambos.

Tamaño de las instalaciones

Evaluar el espacio físico disponible para la producción, almacenamiento y otros aspectos operativos.

Capacidad de producción diaria/semanal

Determinar cuántas porciones de costillas al horno se puede producir en un día o semana, considerando los recursos y el equipo disponibles.

Equipamiento y personal

Analizar la capacidad del equipo y personal para llevar a cabo las tareas de producción, desde el marinado y la cocción hasta el empaquetado.

Turnos de trabajo

Decidir si se operará en un solo turno o en múltiples turnos para maximizar la capacidad de producción.

Estacionalidad

Considerar si la demanda de costillas al horno varía estacionalmente, y ajusta la capacidad instalada en consecuencia.

Eficiencia y procesos de producción

Optimizar los procesos de producción para maximizar la eficiencia y reducir los tiempos de preparación.

Proveedores y cadena de suministro

Asegurar de contar con proveedores confiables y una cadena de suministro sólida para garantizar un flujo constante de ingredientes.

Crecimiento futuro

Dejar espacio para el crecimiento futuro y la posibilidad de expandir la capacidad instalada a medida que el negocio crezca.

La capacidad instalada debe ser flexible y adaptable para responder a las fluctuaciones en la demanda y las necesidades cambiantes del mercado. A medida que el negocio crece y se gana más experiencia en la producción y comercialización de costillas al horno, se podrá ajustar y optimizar la capacidad instalada para satisfacer mejor las necesidades de los clientes y maximizar el éxito de la empresa.

Diseño y distribución de la planta y oficinas

El diseño y distribución de una planta de producción y comercialización de costillas al horno es un proceso crucial para garantizar la eficiencia en la fabricación y la operación fluida del negocio. Aquí se tiene una descripción general de cómo podría ser el diseño de la planta:

Diseño de la planta

Recepción y almacenamiento de materias primas.

Área para recibir y almacenar ingredientes frescos y otros suministros.

Zonas de almacenamiento refrigerado para carne y otros ingredientes perecederos.

Preparación y marinado.

Espacio para el procesamiento de carne, corte y marinado con estaciones de trabajo y mesas de preparación.

Áreas para mezclar y aplicar marinadas y condimentos.

Cocción y horneado.

Zona de cocción equipada con hornos adecuados para el horneado de las costillas.

Espacio para bandejas de horneado y tiempo de reposo después de la cocción.

Embalaje y etiquetado.

Área para empaquetar y etiquetar las costillas al horno, incluyendo el envasado al vacío si es necesario.

Espacio para etiquetadoras, impresoras y material de empaque.

Almacenamiento de producto terminado

Espacio de almacenamiento para las costillas al horno ya preparadas y listas para la distribución.

Área de congelación o refrigeración

Si es necesario, un espacio para congelar o refrigerar las costillas al horno antes de la entrega.

Oficinas y administración

Oficinas para el personal administrativo y financiero.

Espacios de reunión y áreas para la planificación y la toma de decisiones.

Área de ventas y atención al cliente

Espacio para el personal de ventas y atención al cliente, donde puedan interactuar con los clientes y procesar pedidos.

Área de marketing y promoción

Espacio para el personal de marketing y comunicación para planificar campañas y crear contenido promocional.

Instalaciones sanitarias y vestuarios

Baños y vestuarios para el personal que cumplan con las normativas de higiene.

Distribución y flujo de trabajo

El flujo de trabajo debe ser diseñado de manera que los procesos de preparación, cocción, empaque y almacenamiento estén conectados de manera lógica y eficiente.

Colocar las áreas de mayor tráfico y uso frecuente cerca de las entradas y salidas para reducir la distancia recorrida.

La distribución debe minimizar las interferencias entre las diferentes etapas del proceso de producción.

Asegurar que las áreas de manipulación de alimentos cumplan con las regulaciones de seguridad alimentaria y estén separadas de las áreas administrativas.

Consideraciones especiales

Instalar equipos de ventilación y extracción para eliminar olores y mantener un ambiente agradable; Diseñar el espacio para facilitar la limpieza y el saneamiento regular; Utilizar iluminación adecuada en las áreas de trabajo y almacenamiento.

Incorporar medidas de seguridad para prevenir accidentes y proteger al personal.

Este diseño es una guía general, y es importante adaptarlo a las necesidades específicas del negocio, cumplir con regulaciones locales y considerar cualquier otra particularidad relevante. Un diseño y distribución bien planificados pueden contribuir significativamente a la eficiencia y el éxito de la empresa de producción y comercialización de costillas al horno.

CAPÍTULO III

PROPUESTA PROCESO FINANCIERO

4.1. Objetivo de la inversión

El principal objetivo del análisis financiero es determinar la viabilidad y la rentabilidad del proyecto, tomando en cuenta oportunamente los gastos y costos, siendo así una herramienta que ayude a tomar decisiones y juicios de valor frente a decisiones y alternativas de inversión.

4.2. Elementos de la inversión

El monto para inversión de para este proyecto es de:

Tabla 18.

Inversión de capital

INVERSIÓN DE CAPITAL			
Tipo de inversión	Rubro	Cantidad	Monto
Maquinaria y equipos	Horno	1	2.500
	Bandejas de hornado	10	300
	Utensillos de cocina	20	500
	Congelador	1	1.000
	Refrigerador	1	1.000
	Laptop	1	500
	TOTAL INVERSIÓN DE CAPITAL		
INCREMENTOS EN LA INVERSIÓN DE TRABAJO			
Tipo de inversión	Rubro	Cantidad	Monto

Administrativos	Asistente contable	1	200
	Caja Chica		200
Producción	Materias Primas		1.000
	Empaques		800
	Chef		500
	Controles sanitarios		60
	Agua		15
	Energía eléctrica		20
	Gas		10
TOTAL INVERSIÓN DE CAPITAL			5.800

INCREMENTOS EN LA INVERSIÓN DE TRABAJO

Tipo de inversión	Rubro	Cantidad	Monto
Administrativos	Asistente contable	1	200
	Caja Chica		200
Producción	Materias Primas		1.000
	Empaques		800
	Chef		500
	Controles sanitarios		60
	Agua		15
	Energía eléctrica		20
	Gas		10
TOTAL INVERSIÓN DE TRABAJO			2.805

INVERSION DE GASTOS PRE- OPERACIONALES			
Tipo de inversión	Rubro	Cantidad	Monto
Mercadeo y ventas	Marca		1.000
	Promoción	y	1.500
	publicidad		
TOTAL INVERSIONES PRE- OPERACIONALES			2.500
TOTAL INVERSIÓN DE CAPITAL			11.105,00

Nota. Para la factibilidad del proyecto se requiere de una inversión de \$11 105,00.

4.3 Estados financieros proyectados

La creación de estados financieros proyectados implica recopilar datos históricos, realizar análisis de tendencias, establecer suposiciones razonables y aplicar modelos financieros para prever cómo se espera que se desarrollen las finanzas de la empresa en el futuro. Estos estados financieros son herramientas clave para la planificación estratégica y la toma de decisiones, ya que permiten a los gerentes y a los inversionistas evaluar la viabilidad de un plan de negocio, la necesidad de financiamiento adicional y el rendimiento futuro esperado de la empresa. También son requeridos por las instituciones financieras y los inversionistas cuando se busca financiamiento externo.

Es importante destacar que los estados financieros proyectados se basan en suposiciones y estimaciones, por lo que pueden variar significativamente de la realidad. Por lo tanto, es fundamental actualizar y revisar periódicamente estos

estados a medida que se disponga de información actualizada y se desarrollen nuevas perspectivas sobre el negocio.

Tabla 19.

Estados financieros proyectados

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS					
ESTADO DE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RESULTADOS					
Ingresos Operacionales					
Ventas	53.640	59.004	64.909	71.394	78.533
TOTAL DE INGRESOS					327.480
Gastos operacionales					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Pago nómina	9.350	10.285	11.310	12.441	13.585
Servicios Básicos	810	891	983	1.081	1.159
Materia Prima	19.000	20.900	22.990	25.289	27.780
Marketing	2.500	2.750	3.025	3.327	3.654
Publicidad, empaques.	2.000	2.200	2.420	2.662	2.902
Empaques	6.000	6.600	7.260	7.986	8.784
TOTAL GASTOS	39.660	43.626	47.988	52.786	57.864
ADMINISTRATIVOS					
TOTAL INGRESOS	53.640	63.295	75.954	94.942	118.677
(-) TOTAL GASTOS	39.660	43.626	47.988	52.786	57.864
ADMINISTRATIVOS					
UTILIDAD	13.980	19.669	27.966	42.156	60.813
OPERACIONAL					
PROYECTADA					
(-) IMPUESTOS	613,3	714,32	759,5	835	2.480
(=)UTILIDAD NETA	13.367	14.664	16.162	17.773	18.189
DEL EJERCICIO					

Nota. Estados financieros realizados con proyección con valores hipotéticos del autor.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Concluir un estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de costillas al horno es fundamental para tomar decisiones informadas antes de emprender este negocio, En los resultados tabulados en las 200 encuestas realizadas se observó aspectos positivos. Identificando que la empresa tiene un nicho de mercado dispuesto a comprar este producto, lo que es una base sólida para la viabilidad del negocio, de igual manera posee una posición única de la empresa en términos de calidad, precio o servicio. Por otro lado, la optimización de procesos es esencial para garantizar márgenes de beneficio saludables.

El presente proyecto es viable de acuerdo al análisis realizado en proyección se detecta que en los años 1 se mantendrá una utilidad de \$13.367,00 por lo que proyectado a 5 años la utilidad será beneficiosa para la empresa desde el primer año de recuperación del capital con un valor de \$18.189,00.

Recomendaciones

La creación de una empresa productora y comercializadora de costillas al horno es un desafío emocionante, pero requiere una planificación cuidadosa y una ejecución eficiente para tener, ya que las costillas al horno es un negocio gratificante si se aborda con seriedad y se ejecuta con atención a los detalles. La calidad del producto y la satisfacción del cliente son claves para el éxito a largo plazo, y deberá aprender a enfrentar desafíos de la mejor manera para el incremento de clientes y a la vez los ingresos de la empresa.

Bibliografía

- Banco Central del Ecuador. (2023a). *Índice de Confianza del Consumidor (ICC)*. 162, 1–7. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/mensual/ICC202308.pdf
- Banco Central del Ecuador. (2023b). Informe de la evolución de la economía ecuatoriana en 2022 y perspectivas 2023. *Defensoria Del Pueblo*, 1–162. <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2023/04/Reporte-Mensual-de-Conflictos-Sociales-N-229-Marzo-2023.pdf>
- Gómez, I., & Brito, J. (2019). Administración de operaciones. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August). [file:///C:/Users/USER/Downloads/ADMINISTRACION DE OPERACIONES.pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/ADMINISTRACION%20DE%20OPERACIONES.pdf)
- INEC. (2021). *Reporte de pobreza*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobreza-junio-2021/>
- INEC. (2023). *Informe de reporte de avances*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2023/11/72.-Informe_de_actividades_Subactividad_72.pdf
- Pozo, H. (2019). *Ley Orgánica de economía popular y solidaria*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Validación del instrumento

La validación del instrumento en una investigación de creación de una empresa de producción y comercialización de costillas al horno es un paso crucial para asegurarse de que los datos recopilados sean confiables y válidos. Además de tener una conclusión clara sobre el estudio realizado. El propósito de este trabajo es conocer el comportamiento de compra de costillas al horno y carnes preparadas en potenciales clientes en el sector norte de la ciudad de Quito en el año 2023. Para este proceso lo evaluarán tres expertos en el área de Marketing, el cual será evaluado bajo las siguientes perspectivas:

Lenguaje a nivel: El experto analizará la encuesta y las preguntas, verificando que estas sean serias, técnicas y de fácil comprensión.

Coherencia: En este parámetro el experto deberá determinar si existe una conexión entre los que se pretende identificar y el tema de estudio.

Redacción: El experto debe determinar qué tan correcta, clara, concreta y precisa es la formulación de la pregunta.

Mide lo que pretende: Con este apartado de busca conocer si la encuesta aplicada tiene una secuencia de preguntas ordenadas que cumplan un mismo objetivo y si tiene relación coherente con el tema.

Sesgo: El evaluador deberá analizar cada pregunta de manera objetiva y revisar si ha existido algún tipo de manipulación en el estudio, debido a que el encuestador no puede ser quien dirija respuestas favorables.

La identificación de cada uno de los expertos se basa en la experiencia y profesionalidad que tienen con el área de Marketing.

Perfil Experto 1

Perfil Experto 2

Perfil Experto 3

En relación a los perfiles de los expertos se considera que son aptos para la validación del instrumento.

Se va a utilizar el coeficiente Alfa de Cronbach, ya que esta mide el grado de correlación interna entre los elementos del cuestionario. Calificado de la siguiente manera:

5 = Muy de acuerdo

4 = De acuerdo

3 = Neutral

2 = En desacuerdo

1 = Muy en desacuerdo

Anexo 2: Método experto 1

Experto 1							
N.-	Preguntas	Claridad en la redacción	Coherencia Interna	Inducción a la respuesta	Adecuado con el nivel del informante	Mide lo que pretende	Observaciones
1	¿Cuál de los siguientes factores influye más en tu decisión de compra de costillas al horno?	5	4	4	4	5	Instrumento validado
2	A continuación, se presenta una lista de motivos de compra posibles. Indica la importancia que le asignas a cada motivo al considerar comprar costillas al horno.	5	4	5	4	4	Instrumento validado
3	A continuación, se presenta una lista de beneficios posibles que podrías encontrar al consumir costillas al horno. Por favor, indica la importancia que le asignas a cada beneficio.	4	5	4	4	5	Instrumento validado
4	¿Cuál es el proceso que sigues típicamente al comprar costillas al horno?	4	4	5	4	5	Instrumento validado
5	¿Dónde sueles buscar información sobre costillas al horno antes de comprar?	5	5	4	4	4	Instrumento validado
6	¿Qué lugar es tu preferido para comprar costillas al horno en Quito?	5	5	5	4	4	Instrumento validado
7	¿Con qué frecuencia comprarías costillas al horno?	4	5	4	4	5	Instrumento validado
8	¿Qué cantidad de peso de costillas al horno te parece atractivo para consumo personal?	4	5	4	4	5	Instrumento validado
		4,5	4,625	4,375	4	4,625	

Nota. Parámetros que se tomaron en cuenta para realizar el método experto 1.

Anexo 3: Método experto 2

Experto 2							
N.-	Preguntas	Claridad en la redacción	Coherencia Interna	Inducción a la respuesta	Adecuado con el nivel del informante	Mide lo que pretende	Observaciones
1	¿Cuál de los siguientes factores influye más en tu decisión de compra de costillas al horno?	4	4	4	4	5	Instrumento validado
2	A continuación, se presenta una lista de motivos de compra posibles. Indica la importancia que le asignas a cada motivo al considerar comprar costillas al horno.	4	4	5	4	4	Instrumento validado
3	A continuación, se presenta una lista de beneficios posibles que podrías encontrar al consumir costillas al horno. Por favor, indica la importancia que le asignas a cada beneficio.	4	4	4	4	4	Instrumento validado
4	¿Cuál es el proceso que sigues típicamente al comprar costillas al horno?	5	4	4	4	4	Instrumento validado
5	¿Dónde sueles buscar información sobre costillas al horno antes de comprar?	4	4	4	4	4	Instrumento validado
6	¿Qué lugar es tu preferido para comprar costillas al horno en Quito?	4	4	4	4	5	Instrumento validado
7	¿Con qué frecuencia comprarías costillas al horno?	5	4	5	5	4	Instrumento validado
8	¿Qué cantidad de peso de costillas al horno te parece atractivo para consumo personal?	5	5	4	4	5	Instrumento validado
		4,375	4,125	4,25	4,125	4,375	

Nota: Parámetros que se tomaron en cuenta para realizar el método experto 2.

Anexo 4: Método experto 3

Experto 3							
N.-	Preguntas	Claridad en la redacción	Coherencia Interna	Inducción a la respuesta	Adecuado con el nivel del informante	Mide lo que pretende	Observaciones
1	¿Cuál de los siguientes factores influye más en tu decisión de compra de costillas al horno?	5	4	5	4	5	Instrumento validado
2	A continuación, se presenta una lista de motivos de compra posibles. Indica la importancia que le asignas a cada motivo al considerar comprar costillas al horno.	4	4	5	4	5	Instrumento validado
3	A continuación, se presenta una lista de beneficios posibles que podrías encontrar al consumir costillas al horno. Por favor, indica la importancia que le asignas a cada beneficio.	4	4	5	4	4	Instrumento validado
4	¿Cuál es el proceso que sigues típicamente al comprar costillas al horno?	4	4	5	4	5	Instrumento validado
5	¿Dónde sueles buscar información sobre costillas al horno antes de comprar?	5	4	5	4	5	Instrumento validado
6	¿Qué lugar es tu preferido para comprar costillas al horno en Quito?	5	4	5	4	5	Instrumento validado
7	¿Con qué frecuencia comprarías costillas al horno?	5	4	5	4	5	Instrumento validado
8	¿Qué cantidad de peso de costillas al horno te parece atractivo para consumo personal?	5	4	5	4	5	Instrumento validado
		4,625	4	5	4	4,875	
	PROMEDIO	4,5	4,09210526	4,61184211	4,05921053	4,625	

Nota: Parámetros que se tomaron en cuenta para realizar el método experto 3.

Síntesis de la validación del instrumento

De acuerdo a la validación del instrumento realizada por los expertos evaluadores se puede observar que en base a la claridad de la redacción se obtuvo una calificación promedio de 4.5 de 5 puntos que quiere decir que la redacción es clara y concisa, el uso de la gramática es adecuada. De acuerdo a la coherencia interna se obtiene una calificación de 4.09 de 5 puntos, en donde esta se obtiene claridad por el buen uso de la redacción y gramática. En la inducción a la respuesta se obtiene un puntaje de 4.61 de 5 puntos, esto quiere decir que las preguntas fueron claras y entendibles no fueron manipuladas para la respuesta que da el encuestado. En la categoría de lenguaje adecuado el promedio es de 4.05 de 5 puntos quiere decir que el lenguaje fue claro. En la categoría que mide lo que pretende se obtuvo una calificación de 4.65 de 5 puntos lo que significa la efectividad del objetivo del instrumento.

Anexo 5: Encuesta**CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR****1.- Género:**

Masculino ___

Femenino ___

2.- Edad:

25 a 35 años ___

36 a 45 años ___

46 a 55 años ___

56 – 60 años ___

3.- Ingresos

De usd 500 a 1.000 dólares ___

De usd 1001 a 2. 000 dólares ___

De 2001 en adelante ___

4.- Número de miembros del hogar

1 a 3 miembros ___

4 a 7 miembros ___

8 a 12 miembros ___

MOTIVO DE COMPRA**5.- ¿Cuál de los siguientes factores influye más en tu decisión de compra de costillas al horno? (Puedes seleccionar hasta tres opciones)**

Sabor y calidad de la carne ___

Variedad de sabores y aderezos disponibles ___

Precio atractivo ___

Recomendaciones de amigos o familiares ___

Valor nutricional y opciones saludables ___

Experiencia previa con la marca o el negocio ___

Promociones y descuentos especiales ___

Ubicación y conveniencia del punto de venta ___

Otro (especificar) _____

6.- A continuación, se presenta una lista de motivos de compra posibles. Indica la importancia que le asignas a cada motivo al considerar comprar costillas al horno, usando una escala del 1 al 5, donde 1 es "Poco importante" y 5 es "Muy importante".

Sabor y calidad de la carne: [1 2 3 4 5]

Variedad de sabores y aderezos disponibles: [1 2 3 4 5]

Precio atractivo: [1 2 3 4 5]

Recomendaciones de amigos o familiares: [1 2 3 4 5]

Valor nutricional y opciones saludables: [1 2 3 4 5]

Facilidad de preparación: [1 2 3 4 5]

Experiencia previa con la marca o el negocio: [1 2 3 4 5]

Promociones y descuentos especiales: [1 2 3 4 5]

Ubicación y conveniencia del punto de venta: [1 2 3 4 5]

Otro motivo (especificar): [1 2 3 4 5]

BENEFICIOS BUSCADOS

7.- A continuación, se presenta una lista de beneficios posibles que podrías encontrar al consumir costillas al horno. Por favor, indica la importancia que le asignas a cada beneficio, usando una escala del 1 al 5, donde 1 es "Poco importante" y 5 es "Muy importante".

Sabor y jugosidad de la carne: [1 2 3 4 5]

Textura tierna y suave: [1 2 3 4 5]

Variedad de sabores y aderezos disponibles: [1 2 3 4 5]

Valor nutricional y opciones saludables: [1 2 3 4 5]

Presentación atractiva y apetitosa: [1 2 3 4 5]

Uso de ingredientes frescos y de calidad: [1 2 3 4 5]

Precios competitivos y asequibles: [1 2 3 4 5]

Atención al cliente y servicio personalizado: [1 2 3 4 5]

Otro beneficio (especificar): [1 2 3 4 5]

PROCESO DE DECISION DE COMPRA DEL CLIENTE

8.- ¿Cuál es el proceso que sigues típicamente al comprar costillas al horno?

(Puedes seleccionar varias opciones)

- Investigación previa sobre marcas y opciones disponibles ___
- Comparación de precios entre diferentes lugares de venta ___
- Búsqueda de recomendaciones o reseñas en línea ___
- Decisión basada en la cercanía del lugar de venta ___
- Compra impulsiva sin mucha planificación previa ___
- Otro proceso (especificar) ___

9.- ¿Dónde sueles buscar información sobre costillas al horno antes de comprar?

- Redes sociales ___
- Sitios web de restaurantes o negocios ___
- Blogs o sitios web de comida ___
- Recomendaciones de amigos o familiares ___
- Otro lugar (especificar) ___

10.- Qué lugar es tu preferido para comprar costillas al horno en Quito?

- Restaurante formal ___
- Restaurante casual ___
- Comida para llevar ___
- Entrega a domicilio (delivery) ___

DEMANDA DEL PRODUCTO

11.- ¿Con qué frecuencia comprarías costillas al horno?

- Diariamente ___
- Semanalmente ___
- Mensualmente ___
- Ocasionalmente ___

12.- Qué cantidad de peso de costillas al horno te parece atractivo para consumo personal?

- 250 gr ___
- 500 gr ___

750 gr —

Anexo 6: Certificado de Plagio



Identificación de reporte de similitud. oid:11830:286130355

NOMBRE DEL TRABAJO

Mauricio Vásquez.docx

AUTOR

Mauricio Vásquez

RECUENTO DE PALABRAS

23217 Words

RECUENTO DE CARACTERES

128358 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

130 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.1MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 13, 2023 8:44 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 13, 2023 8:45 PM GMT-5**● 10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 10% Base de datos de Internet
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Bloques de texto excluidos manualmente