



CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa especializada en repostería que elabore postres saludables dirigidos a personas con diabetes en el sector de Cumbaya.”

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Hotelería**

AUTOR:

Johanna Alexandra Simbaña Guachamin

TUTOR:

Lcda. María Teresa Becerra

D.M. Quito, 12 de marzo del 2021

DEDICATORIA

Este presente trabajo se lo dedico primeramente a Dios quien supo guiarme por el buen camino, por darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar, enseñándome a encarar las adversidades sin desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. A mis padres que, por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y también por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia para conseguir mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

En este presente trabajo agradezco a mis padres porque me brindaron su apoyo tanto moral y económicamente para seguir estudiando y lograr el objetivo trazado para un futuro mejor y ser orgullo para ellos y de toda mi familia.

Por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Al Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI ya que me formó para un futuro como Tecnólogo/a en Administración de Empresas Hoteleras.

De igual manera a mis queridos formadores en especial a la Lcda. María Teresa Becerra ya que ella fue quien me guió para realizar este presente trabajo.

AUTORIA

Yo Johanna Alexandra Simbaña Guachamin, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas de contenidos en el mismo.

Atentamente

Johanna Alexandra Simbaña Guachamin

Nombres y Apellidos

D.M. Quito, 12 de marzo del 2021

Lcda. María Teresa Becerra
Director de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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.

Lcda. María Teresa Becerra

D.M. Quito, 12 de marzo del 2021

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: El **Lcda. María Teresa Becerra** y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y la **Srta. Johanna Alexandra Simbaña Guachamin** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La **Srta. Johanna Alexandra Simbaña Guachamin** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa especializada en repostería que elabore postres saludables dirigidos a personas con diabetes en el sector de Cumbaya.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Hotelería en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la **Lcda. María Teresa Becerra**.

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, **Lcda. María Teresa Becerra** en calidad de director del trabajo fin de carrera y la **Srta. Johanna Alexandra Simbaña Guachamin**, 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: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa especializada en repostería que elabore postres saludables dirigidos a personas con diabetes en el sector de Cumbaya.”**, 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.

Lcda. María Teresa Becerra

Srta. Johanna Simbaña

INDICE

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	1
2.1 Creación de la empresa.....	1
2.2 Descripción de la empresa.....	1
• Importancia	1
• Características	2
• Actividad	2
2.3 Tamaño de la empresa	2
2.4 Necesidad a satisfacer	3
a. Necesidades Fisiológicas	3
Necesidad de Seguridad	3
b. Necesidad Social – Afiliación	3
c. Necesidad de Reconocimiento	4
d. Necesidad de Autorrealización	4
2.5 Localización de la empresa	4
2.6 Filosofía empresarial	5
• Misión	5
• Visión	5
• Objetivos	5
• Meta	5
Estrategias	6
Fuentes de la diferenciación	6
• Políticas	6
Puntualidad y Horarios	6
Dentro del lugar de trabajo	7

• FODA	7
Fortalezas	7
Oportunidades	7
Debilidades	7
Amenazas.....	8
2.7 Desarrollo organizacional	8
Tipo de la Estructura	8
• Diferenciación.....	8
Nivel Gerencial.....	8
Nivel Operacional	8
• Formalización.....	9
• Centralización – Descentralización	9
Integración	9
2.8 Organigrama empresarial.....	10
2.9 Funciones del Personal	10
PUESTO DE GERENTE CHEF	10
Detalles generales del puesto de Gerente Chef	10
Méritos Aspectos a considerar.....	11
PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA	11
Detalles generales del puesto de ayudante de cocina.....	11
Méritos Aspectos a considerar.....	12
PUESTO DE MESERO	12
Detalles generales del puesto de mesero	12
Méritos Aspectos a considerar.....	13
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	13
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	13
3.2 Investigación de mercado.....	14

Por el propósito:	14
Modalidad	14
3.3 Análisis de las Encuestas	15
.....	15
Análisis General	25
3.4 Entorno empresarial	26
3.4.1 Microentorno	26
.....	26
Competencia	26
Sustituto	27
Proveedores	27
Intermediarios	27
• Clientes	27
3.4.2 Macro entorno	28
3.5 Producto y Servicio	29
3.5.1 Producto Esencial	29
3.5.2 Producto Real	30
• Tarta de manzana para diabéticos	30
• Flan de chocolate para diabéticos	31
• Tartaletas de crema y fresa	32
3.5.3 Producto Aumentado	33
3.6 Plan de introducción de mercado	33
Distintivos y Uniformes	33
Área de Cocina:	33
Mesero:	34
Materiales de Identificación	34
Canal de distribución y puntos de ventas	34

Promoción	34
Contacto	35
Negociación	35
Riesgo y oportunidades del negocio	35
3.7 Fijación de Precios	36
Receta estándar de producción	36
Implementación del negocio	40
Arriendo local	40
Equipos industriales de cocina	40
Equipos de Computación	41
Inventario de utensilios y salón	41
Equipos Industriales de seguridad	42
Materiales de Limpieza	42
Servicios Básicos	43
Estructura interna del Establecimiento	43
4. Marco Legal	44
Ministerio de Salud Pública	44
Carnet ocupacional	44
Municipio de Quito	44
Servicio de Rentas Internas /SRI	45
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS	46
Ministerio del Trabajo	46
Ministerio de Turismo	46
Ministerio de Hidrocarburos	47
Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos / SAYCE	47
5. Proceso de impacto ambiental y social	47
5.1. Objetivo del área	47

5.2. Impacto ambiental.....	47
5.2.1. Identificación de posibles impactos ambientales	48
5.2.2. Medidas para contrarrestar los impactos encontrados.....	48
5.3. Impacto social	48
5.3.1. Generación de fuentes de trabajo.....	48
5.3.2. Igualdad de género	48
5.3.3. Satisfacción de una necesidad social prioritaria.....	49
6. Proceso Financiero	49
6.1. Introducción.....	49
6.2. Inversiones.....	49
6.3. Activos Diferidos.....	50
6.4. Capital de trabajo.....	50
6.5. Sueldos.....	51
6.6. Depreciación activos fijos.	52
6.7. Amortizaciones.....	52
6.8. Estructura capital	53
6.9. Tabla de amortización	53
6.10. Punto de equilibrio.....	54
6.11. Flujo de ventas.....	56
6.12. Flujo de caja.....	56
6.13. Cálculo del TIR y el VAN.....	57
6.13.1. VAN (Valor Actual Neto).....	57
6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)	57
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES	59
ANEXOS	59

Resumen Ejecutivo

La idea de esta investigación tiene como principal propósito de estudio la elaboración de postres bajos en azúcar para un segmento de personas con diabetes en el cual esta investigación se acoge, con la finalidad de establecer una propuesta que este especialmente planteada y desarrollada, ya que de esta forma es como lo vamos a plantear en nuestras páginas de esta investigación, de este modo haremos notar que tan buena acogida tiene los productos que vamos a ofertar y dar a conocer en el mercado.

Con esta investigación quiero dar a conocer que los productos a elaborar serán comercializados en la ciudad de Quito brindando así a la sociedad postres bajos en azúcar para las personas que no pueden degustar de los diferentes productos deseando satisfacer las necesidades de un público exigente, además de ser un producto que beneficie a las personas que no pueden disfrutar de los distintos postres.

Por lo tanto, para el desarrollo del presente trabajo se empieza con el estudio de mercado para lo cual se utilizará la investigación directa, mediante la cual se podrá conocer los gustos y preferencias de los potenciales consumidores de los productos a ofertar.

Además, se determinará el mercado en el cual va a competir la empresa a formarse ya que es un factor decisivo para la aceptación y así determinar la forma de llegar a los clientes.

Otro de los puntos importantes tenemos que en base a las encuestas que se realizó nos dan un buen resultado para el planteamiento del negocio conociendo así los puntos más importantes en los cuales debemos enfocarnos en que los productos tendrán buena acogida por las personas que degustan los alimentos bajos en azúcar siendo innovadores y satisfactorios significando así oportunidades favorables para la comercialización del producto.

Luego de realizar el estudio de mercado en el cual se verificará la localización del proyecto, las necesidades del personal, materia prima y los procesos que influirán de una manera directa y decisiva en los costos de los servicios a prestar.

En el cual se enfoca las tareas del personal que estarán distribuidas por procesos, previamente diseñados para la eficiencia de las operaciones y el total funcionamiento de la empresa según los objetivos estratégicos,

Nos especializaremos en brindar a cada cliente un producto y una buena atención personalizada Dulce Placer contara con una oferta completa a poseer unos productos innovadores y variados según el pedido del consumidor, ya que de esta manera también utilizaremos una estrategia de diferenciación del producto.

Utilizaremos como estrategia de diferenciación del producto, como anteriormente mencionamos es una oferta variada y creativa del lugar, pero sobre todo cumple con las exigencias del nuevo cliente desarrollando características del mercado que permita la mejor adaptación de la empresa en base a cada necesidad y gusto del cliente.

Uno de los puntos a considerar es la de enfocar la parte legal de la empresa, es decir, la conformación jurídica y los permisos correspondientes que se tendrá que asumir de acuerdo a las leyes, verificando cuál será su estructura organizacional que le permitirá ser competitiva y eficiente a través del crecimiento de la empresa.

El estudio de mercado determino la existencia de un público muy satisfecho, y dispuesta a consumir los postres para diabéticos. Es por esta razón que el proyecto se desarrollada en la ciudad de Quito en el sector de Cumbayá, en donde se considera una buena aceptación de los productos.

Como punto final de este proyecto tenemos la obtención de la parte financiera en el cual de detalla los valores y la factibilidad de proyecto en base a los resultados obtenidos y detallados.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

La creación de la empresa tiene su principio en la innovación de un espacio totalmente especializado para un segmento de personas con diabetes, ya que, por el alto índice de azúcar en diferentes productos, este grupo de personas no pueden disfrutar de postres con endulzantes comunes. La empresa Dulce Placer se encargará de elaborar productos para esta clase de personas las cuales podrán disfrutar de las diversas opciones de repostería con un servicio de calidad, igualmente estos productos se comercializarán en la ciudad de Quito en el sector de Cumbayá.

2.2 Descripción de la empresa

- **Importancia**

Dulce Placer quiere destacarse brindando a la sociedad postres bajos en azúcar para las personas con diabetes, que no pueden degustar de los diferentes productos regulares en repostería, deseando satisfacer las necesidades de un público exigente, además de ser un producto que beneficie a las personas que no pueden disfrutar y degustar estos distintos postres, ya que no solo se va a comercializar de una forma interna sino también de forma externa.

Además, al momento que se crea estos diferentes productos bajos en azúcar para un segmento de personas, se satisface las necesidades de los distintos clientes que adopten la preparación de estos postres de una manera saludable para que el cliente se sienta satisfecho con el producto que se le brinda.

- **Características**

Dulce Placer se caracteriza por dar a conocer al público en general la elaboración de los diferentes postres bajos en azúcar para personas con diabetes, con una excelente ambientación y servicio de calidad, para que la distinta clientela pueda degustar y disfrutar de los postres ya que es un producto en el cual este grupo selecto puede satisfacer las necesidades de los mismos.

- **Actividad**

Dulce Placer ofrecerá productos bajos en azúcar que llegará al mercado para ser consumido por un público exigente y así ser comercializado en los diferentes lugares de la ciudad de Quito, ya que dependiendo de la acogida se procederá a tener un alcance más alto.

2.3 Tamaño de la empresa

Dulce Placer es una microempresa, que cuenta con un espacio adecuado para la actividad, ya que contará con diferentes áreas de producción cuyo objetivo principal es la transformación del producto final, el área de servicio en donde se le brindará una atención personalizada a los clientes y también el área de limpieza. Todas estas áreas serán supervisadas por el Chef.

La empresa Dulce Placer contará con:

- Gerente Chef.
- Ayudante de cocina.
- Mesero.

Contamos con un equipo el cual está capacitado para brindar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los distintos clientes.

2.4 Necesidad a satisfacer



Gráfico N°.1. Abraham Maslow. (2021). *Pirámide de Maslow*. En: <https://magazine.com/>.

a. Necesidades Fisiológicas

Nuestra empresa cuenta y cumple con la necesidad de alimentación, ya que ofrece un producto especializado en la elaboración de postres bajos en azúcar para un segmento de personas con diabetes.

Necesidad de Seguridad

Dulce Placer es una empresa que además de contar con un lugar adecuado para la distinguida clientela cuenta con diversas normas de seguridad para proteger al personal en caso de alguna contingencia y brindar la correcta estabilidad a los distintos clientes.

b. Necesidad Social – Afiliación

En esta necesidad buscamos tener un buen ambiente laboral, en el cual se deben realizar eventos para resaltar las fechas importantes del personal, buscar soluciones en base a las dificultades que se encuentre con sus colaboradores, ya que esto se logrará a base de un compromiso de parte y parte para que la empresa salga adelante y sus colaboradores se sientan motivados trabajando en la misma.

c. Necesidad de Reconocimiento

El proceso de la elaboración, producción y comercialización de nuestro producto se basa en distintos estándares de calidad, con el fin de que los clientes se sientan satisfecho con el producto a ofrecer, además esto dependerá de la promoción que se le realice.

d. Necesidad de Autorrealización

Posteriormente que los clientes capten los productos que se va a ofertar y que lleguen a ser promocionados a través de campañas publicitarias se recompensará la fidelidad de los mismos, se los mantendrá informados a través de redes sociales principalmente. La empresa estará en contacto directo con el cliente con el fin de que se sientan importantes y sigan acudiendo a nosotros para brindarles un producto de buena calidad.

2.5 Localización de la empresa

La empresa Dulce Placer estará ubicada en el sector de Cumbayá Av. Diego de Robles y vía Interoceánica, en el cual se llevará a cabo los procesos de elaboración y producción en donde se ofrecerá variedad de productos para un segmento de personas con diabetes.

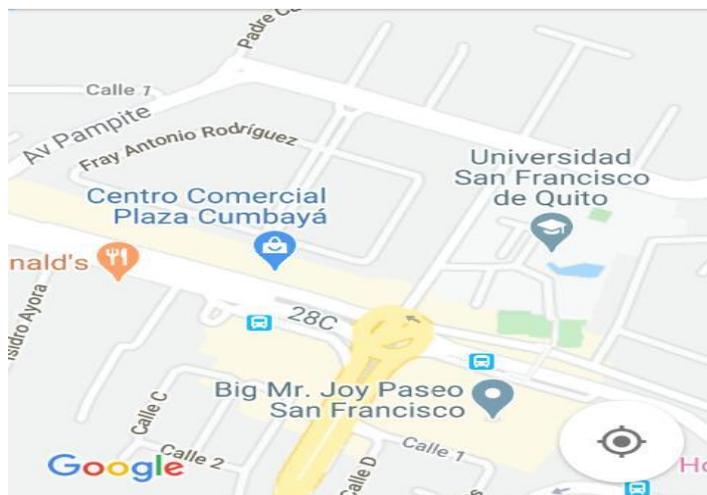


Gráfico N°.2. Google Maps. (2021). *Ubicación de la empresa.* En: <https://www.google.com/maps/>.

2.6 Filosofía empresarial

- **Misión**

Dulce Placer es una empresa la cual está diseñada para las personas con diabetes, que aprecien la elaboración de distintos postres bajos en azúcar, por esta razón es creada para brindar un excelente servicio de calidad, desde el producto elaborado hasta la manera su distribución, basándose en normas de bioseguridad que brinda la empresa.

- **Visión**

Dulce Placer tiene una visión muy amplia, enfocada con proyecciones a nivel nacional y con altas expectativas de innovación y productos de excelente calidad.

- **Objetivos**

- * Crear una oferta variada de productos bajos en azúcar para satisfacer las necesidades de las personas con diabetes mediante un estudio de gustos y preferencias.
- * Analizar la competencia directa e indirecta para conocer las fluctuaciones del mercado mediante un análisis de la competencia.
- * Elaborar una oferta variada que considere los aspectos nutricionales para ofrecer productos sanos.

- **Meta**

Dulce Placer es una empresa que se enfoca en salir al mercado en un tiempo no máximo de 6 meses y que sus productos a ofertar cumplan con las necesidades y expectativas del cliente, llegando a obtener buenos resultados en un tiempo determinado

Estrategias

- * Llegar a ser reconocidos por ofertar un producto nuevo al mercado para los diferentes clientes frente a la competencia.
- * Desarrollar un análisis profundo del mercado que asegure la sostenibilidad que producto a ofertar.
- * Lograr una buena atención al cliente reflejando calidad y calidez que tiene la empresa brindando servicios gastronómicos inolvidables a cada una de las personas que se acogen a nuestra empresa.

Fuentes de la diferenciación

- * Característica del producto.
- * Características del mercado que permite la mejor adaptación de la empresa en base a las necesidades y gustos.

- **Políticas**

Puntualidad y Horarios

- * Cumplir con los horarios establecidos por la empresa respetando la hora ingreso y salida del establecimiento.
- * Solo por motivos de fuerza mayor y con previo aviso al Gerente Chef se puede salir antes o llegar tarde a su lugar de trabajo.
- * El empleado cuenta con un tiempo máximo de 10 minutos extras para llegar a su lugar de trabajo.

Dentro del lugar de trabajo

- * No fumar.
- * Permanecer atentos a las necesidades de los clientes.
- * No llegar al establecimiento con aliento alcohol o estado etílico.
- * Incentivar la comunicación entre los miembros del equipo de trabajo.
- * Evitar las competencias o disputas internas.
- * Llevar siempre el uniforme impecable.
- * Estar correctamente uniformados.

• FODA

Fortalezas

- * Calidad de productos y servicios.
- * Cumplir con las habilidades de organización.
- * Cumplir con las normas establecidas por la empresa.
- * Productos innovadores y diferentes para todo público especialmente el segmento de personas con diabetes.

Oportunidades

- * Dar a conocer una marca reconocida.
- * Crecimiento de la empresa a nivel nacional.
- * Entrar al mercado con un enfoque distinto.

Debilidades

- * Precios inestables de la materia prima.
- * No contar con el personal suficiente para atender y brindar un servicio personalizado.
- * No contar con un capital para dar apertura a la empresa.
- * Empresa nueva, poco conocida.

Amenazas

- * Pérdida de clientes.
- * Competencia de otras empresas.
- * Cambios de normas que afecten a la empresa.
- * Factores externos, casos fortuitos, desastres naturales, epidemias.

2.7 Desarrollo organizacional

Tipo de la Estructura

- **Diferenciación**

Dulce Placer es una empresa que desarrolla productos principalmente establecidos para las personas con diabetes y también para el público en general ofreciendo variedades de postres que será distribuido a los diferentes clientes.

La organización esta estructura de la siguiente manera:

- * Nivel Gerencial.
- * Nivel Operativo.

Nivel Gerencial

- * Gerente Chef.

Nivel Operacional

- * Ayudante de cocina.
- * Mesero.

- **Formalización**

La empresa se rige por diferentes procedimientos a base de estrategias y políticas creadas para su identificación y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento para el funcionamiento de la empresa, y así la operación constituida cumpliendo las exigencias solicitadas por los entes de control.

- **Centralización – Descentralización**

Dulce Placer contará con el poder de tomar decisiones teniendo una visión amplia sobre la empresa, que facilite la aplicación de métodos y políticas de trabajo ya que se contará con programas de capacitación y fortalecimiento de conocimientos al personal que laborará en la empresa.

La descentralización se dará en la delegación de las funciones a nivel Gerencial, permitiendo la toma de decisiones para el beneficio de nuestros clientes y aprovechamiento del tiempo.

Integración

La integración se basa en un sistema de gestión a base de procesos de adquisición, producción y distribución, ya que este sistema permitirá un control adecuado de las distintas áreas, tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades de la empresa.

2.8 Organigrama empresarial

Gráfico N.º 3

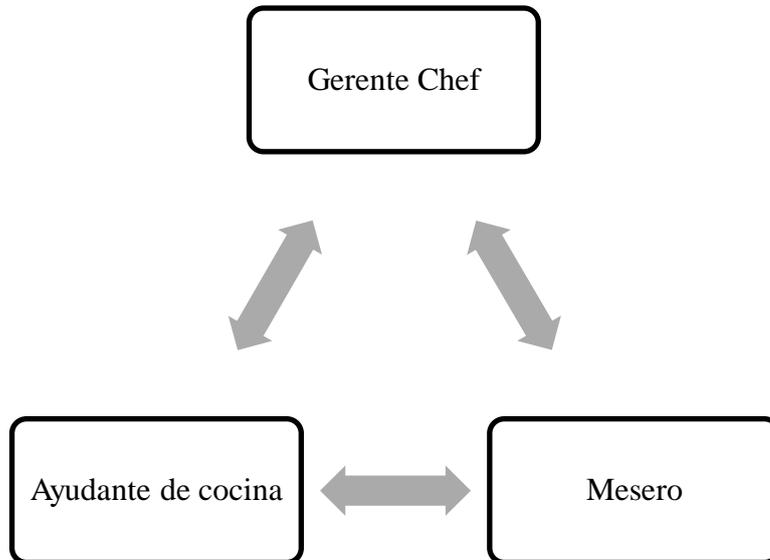


Gráfico N.º. 3. Nombre Apellido. (2021). *Organigrama de empresa*. Quito.

2.9 Funciones del Personal

PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de Gerente Chef

Empresa	Dulce Placer
Unidad administrativa	Área de producción
Misión de puesto	Es el encargado de coordinar todos los procesos de la cocina, además que tiene que hacerse cargo de las tareas administrativas para que el trabajo diario fluya sin problemas.
Denominación del puesto	Gerente Chef
Rol del puesto	Se encarga de administrar y supervisar todos los procesos de producción.
Remuneración	\$600

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía.	Mínima 2 años en el cargo de Gerente Chef	Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas.	CONDUCTUALES: Trabajo en equipo. Habilidad para aceptar críticas. Habilidad de trabajar bajo presión. Voluntad para trabajar

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

Detalles generales del puesto de ayudante de cocina

Empresa	Dulce Placer
Unidad administrativa	Área de producción
Misión de puesto	Es el encargado de trabajar bajo la supervisión de chefs realizando tareas básicas, tales como limpiar, pelar y cortar verduras y además de colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina.
Denominación del puesto	Ayudante de cocina
Rol del puesto	Se encarga de colaborar con los chefs o cocineros en la preparación de alimentos, además de realizar tareas básicas en trabajos rutinarios de la cocina.
Remuneración	\$450

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía.	Mínima 8 meses en el cargo de Ayudante de cocina	Conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas. Conocimientos sobre el procedimiento de higiene, salud y seguridad en la cocina. Administración de empresas; alimentos y bebidas.	CONDUCTUALES: Capaz de trabajar con rapidez. Capacidad para trabajar bajo presión durante periodos de mucho trabajo. Capaz de lidiar con trabajos que implican desorden.

PUESTO DE MESERO

Detalles generales del puesto de mesero

Empresa	Dulce Placer
Unidad administrativa	Área de servicio y distribución
Misión de puesto	Es el encargado de la operatividad de los establecimientos de servicios de comida, además del tipo de servicio e implementar los procedimientos operativos pertinentes.
Denominación del puesto	Mesero
Rol del puesto	Se encarga de darle la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados y velar por el disfrute de los clientes.
Remuneración	\$450

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía.	Mínima 1 años en el cargo de Mesero	Atención al cliente Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas.	CONDUCTUALES: Orientación a las ventas. Ser amable pero no confianzudo. Brindar atención personalizada a clientes especiales. Buena presentación personal.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

La empresa Dulce Placer tiene como objetivo principal obtener un plan de marketing para crear un impacto directo sobre el cliente para que así consuma el producto, dándole a conocer un producto de buena calidad, para generar el incremento en las ventas dentro del mercado.

3.2 Investigación de mercado

A continuación, se explica la metodología y los instrumentos de la investigación.

Por el propósito:

Esta investigación tiene como propósito dar a conocer los distintos productos de repostería, bajos en azúcar, para un segmento de personas con diabetes, teniendo una variación de postres para que el cliente objetivo se sienta satisfecho con el producto ofertado y sea saludable para su patología.

Modalidad

Se manejó una modalidad online en la cual se realizaron encuestas con preguntas cerradas de la cual se obtuvieron respuestas enfocadas a la demanda, con el fin de conocer el grado de aceptación que va a tener la empresa Dulce Placer.

3.3 Análisis de las Encuestas

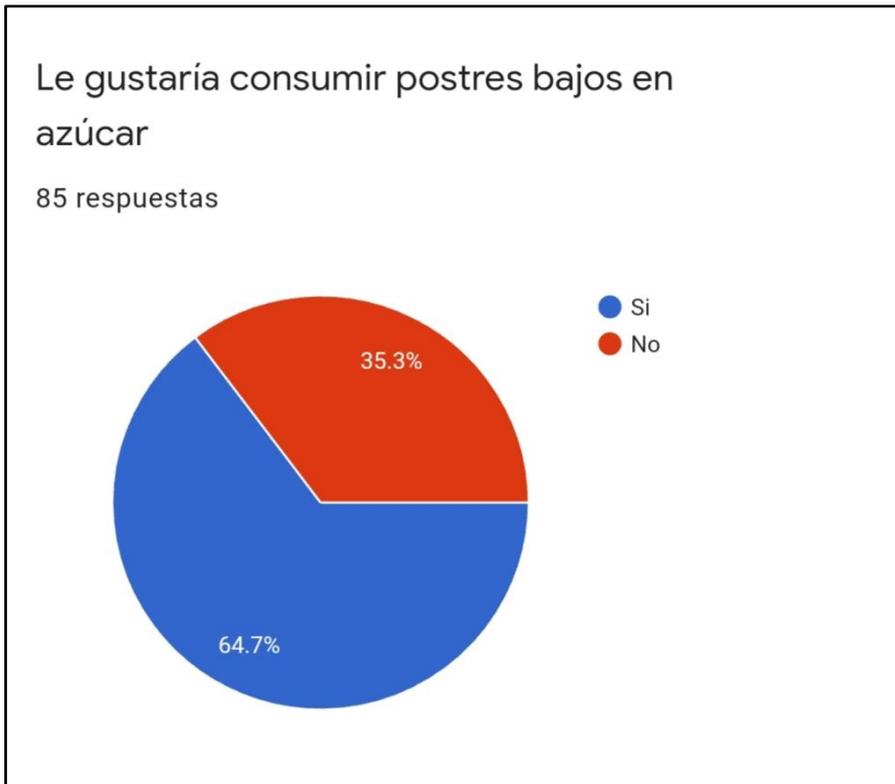


Gráfico. N°. 4. Nombre y Apellido (2021). *Tabulación 1. Ecuador.*

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	49	64.7%
NO	29	35.3%
TOTAL	78	100%

Tabla. N°. 1. Nombre y Apellido. (2021). *Tabulación 1. Ecuador.*

Análisis

Se puede observar que, del total de las personas encuestadas, el 64.7 % le gustaría consumir postres bajos en azúcar, mientras que el 35.3% de la población no consumiría este producto, por lo que se puede determinar que el consumo de los postres bajos en azúcar si es recomendable.

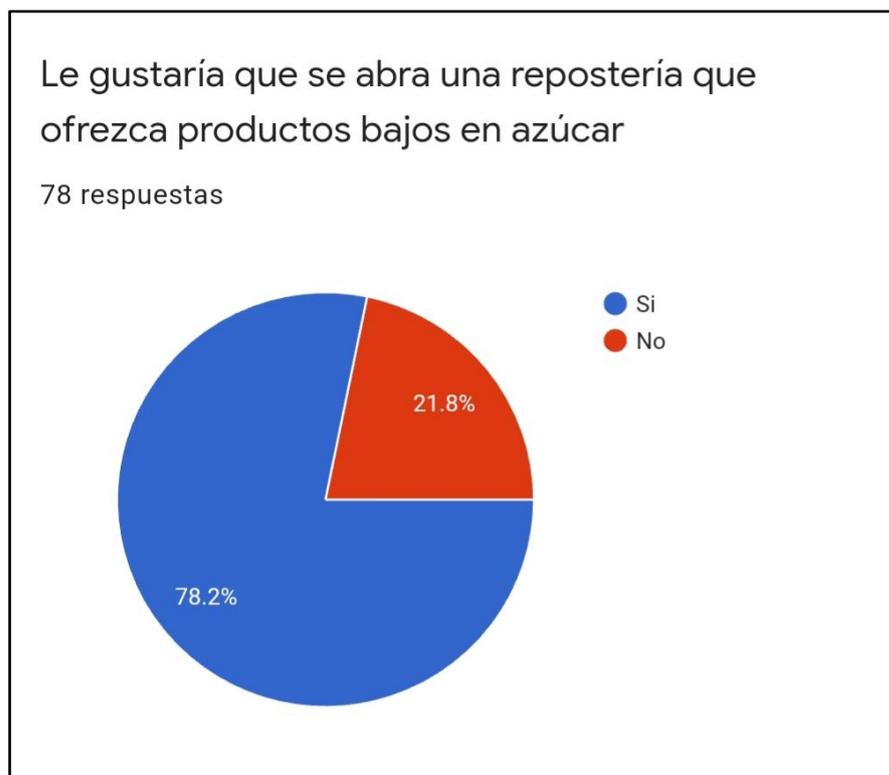


Gráfico. N°. 5. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 2. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	55	78.2%
NO	23	21.8%
TOTAL	78	100%

Tabla. N°. 2. Nombre y Apellido (2021). Tabulación 2. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que, del total las personas encuestadas, el 78.2% le gustaría que se apertura una repostería que ofrezca postres bajos en azúcar, mientras que el 21.8% de la población no le gustaría que se apertura este tipo de negocio, por lo que se puede determinar que si sería recomendable la apertura del negocio.



Gráfico. N°. 6. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 3. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	62	85.1%
NO	12	14.9%
TOTAL	74	100%

Tabla. N°. 3. Nombre y Apellido (2021). Tabulación 3. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que del total las personas encuestadas, el 85.1 % si piensa que sería recomendable que se abra la repostería, mientras que el 14.9% de la población no le gustaría que se abra este tipo de negocio, por lo que se puede determinar que si sería recomendable la apertura del negocio.

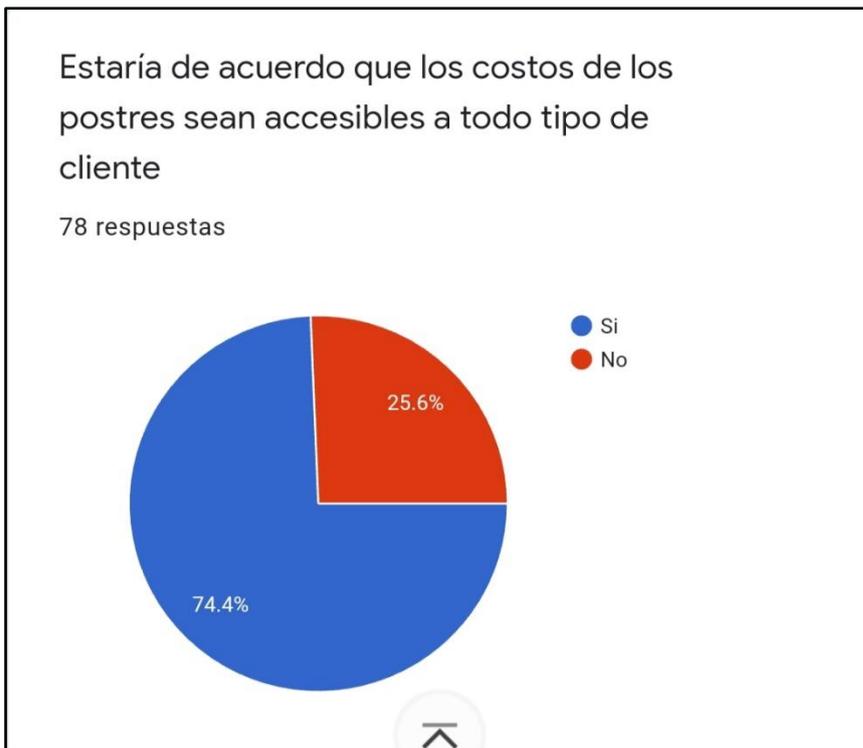


Gráfico. N°. 7. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 4. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	58	74.4%
NO	20	25.6%
TOTAL	78	100%

Tabla. N°. 4. Nombre y Apellido (2021). Tabulación 4. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que, del total de las personas encuestadas, el 74.4% piensa que los costos de los productos deberían ser accesibles, mientras que el 25.6% de la población no dice lo mismo, por lo que se puede determinar que si sería recomendable unos precios accesibles para el cliente.



Gráfico. N°. 8. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 5. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	65	63.6%
NO	34	36.4%
TOTAL	99	100%

Tabla. N°. 5. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 5. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que, del total de las personas encuestadas, el 63.6 % si están de acuerdo que visitarían la repostería, mientras que el 36.4% de la población no lo visitaría, por lo que se puede determinar que si sería recomendable la apertura del negocio.

**SI LLEGARÍA A TENER BUENA ACOGIDA
LA REPOSTERÍA LE GUSTARÍA QUE HA
FUTURO SE OFREZCAN NUEVOS
PRODUCTOS**

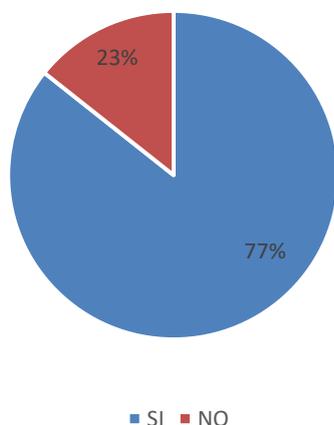


Gráfico. N°. 9. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 6. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	54	77%
NO	16	23%
TOTAL	70	100%

Tabla. N°. 6. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 6. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que, del total de las personas encuestadas, el 77 % si están de acuerdo que se ofrezcan nuevos productos, mientras que el 23% de la población no está de acuerdo, por lo que se puede determinar que si sería recomendable innovar el negocio con nuevos productos.

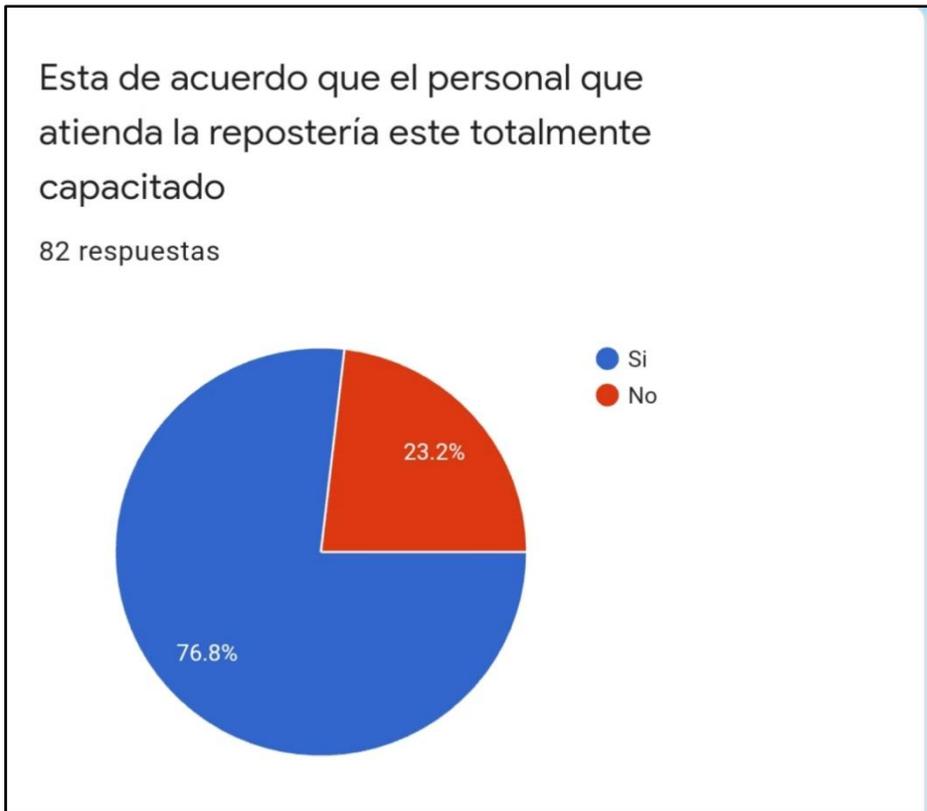


Gráfico. N°. 10. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 7. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	64	76.8%
NO	18	23.2%
TOTAL	82	100%

Tabla. N°. 7. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 7. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que, del total de las personas encuestadas, el 76.8 % si están de acuerdo que el personal que lo atiende este totalmente capacitado, mientras que el 23.2% de la población no está de acuerdo, por lo que se puede determinar que si sería recomendable tener el personal 100% capacitado para atender al cliente.

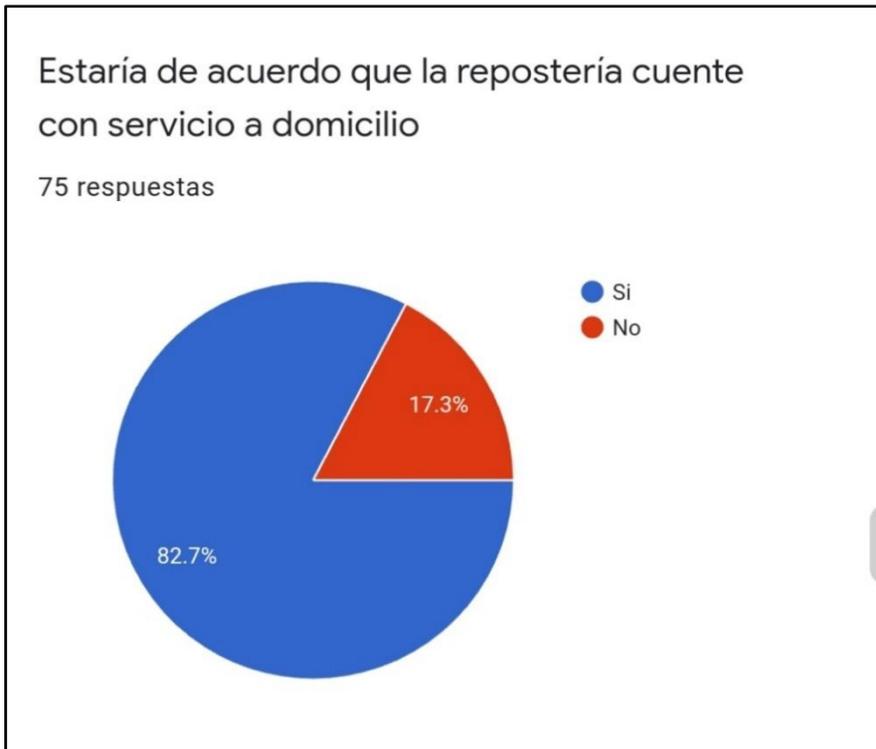


Gráfico. N°. 11. Nombre y Apellido (2021). Tabulación 8. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	59	82.7%
NO	16	17.3%
TOTAL	75	100%

Tabla. N°. 8. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 8. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que, del total de las personas encuestadas, el 82.7 % si están de acuerdo que se ofrezca servicio a domicilio, mientras que el 17.3% de la población prefiere acudir al establecimiento, por lo que se puede determinar que si sería recomendable el negocio de repostería.

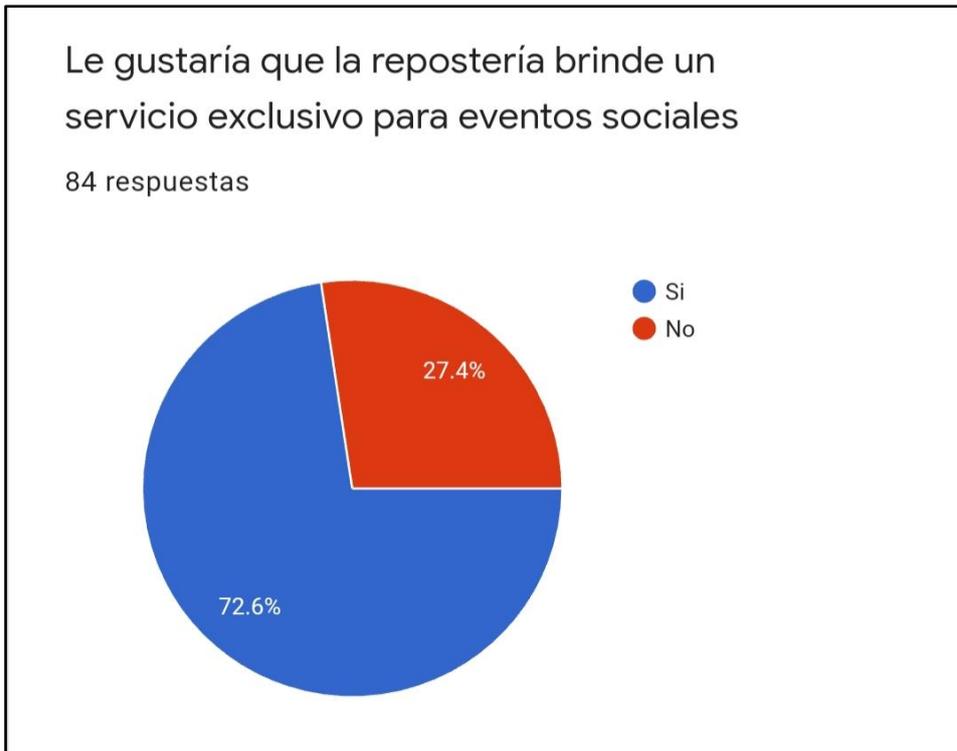


Gráfico. N°. 12. Nombre y Apellido (2021). Tabulación 9. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	63	72.6%
NO	21	27.4%
TOTAL	84	100%

Tabla. N°. 9. Nombre y Apellido (2021). Tabulación 9. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que, del todas de las personas encuestadas, el 72.6 % si están de acuerdo que se brinde un servicio para eventos sociales, mientras que el 27.4% de la población no está de acuerdo, por lo que se puede determinar que si sería recomendable el negocio de repostería.

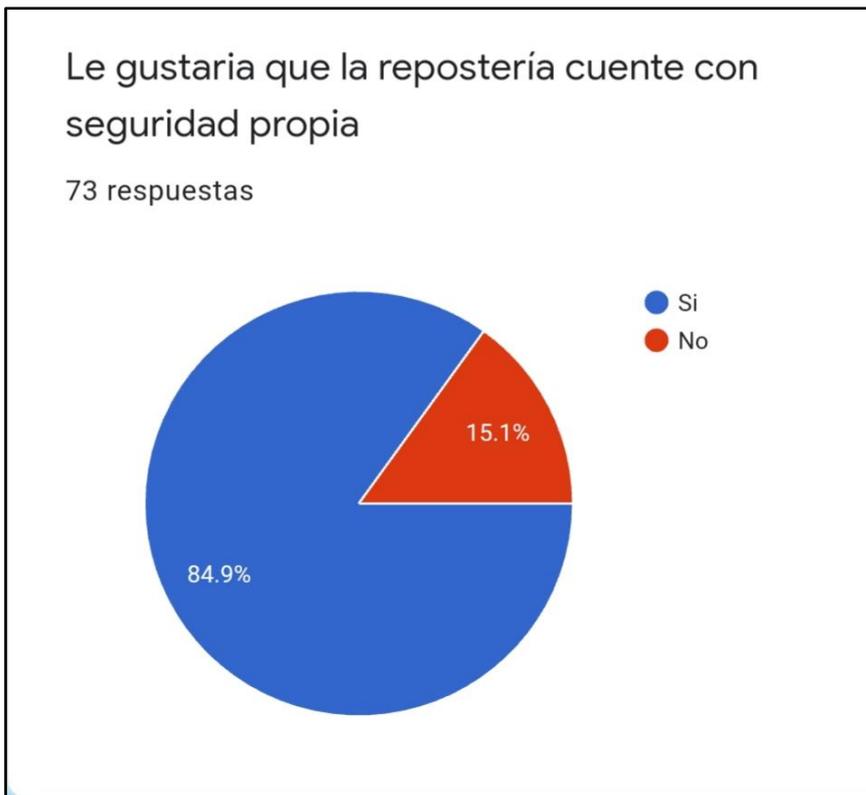


Gráfico. N°. 13. Nombre y Apellido. (2021). Tabulación 10. Ecuador.

Validación	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	84.9%
NO	13	15.1%
TOTAL	73	100%

Tabla. N°. 10. Nombre y Apellido (2021). Tabulación 10. Ecuador.

Análisis

Se puede observar que, del total de las personas encuestadas, el 84.9 % si están de acuerdo que se ofrezca seguridad propia, mientras que el 15.1% de la población no está de acuerdo, por lo que se puede determinar que si sería recomendable manejar seguridad para el negocio.

Análisis General

Gracias a los resultados obtenidos, se puede determinar que los productos tendrán una buena acogida por las personas que gustan de alimentos bajos en azúcar, puesto que están abiertos a probar productos nuevos e innovadores, significando oportunidades favorables para la comercialización del mismo y a la vez tener clientes frecuentes.

3.4 Entorno empresarial

3.4.1 Microentorno

Para Dulce Placer el microentorno es todo lo que está alrededor de la empresa del cual podemos tomar decisiones.

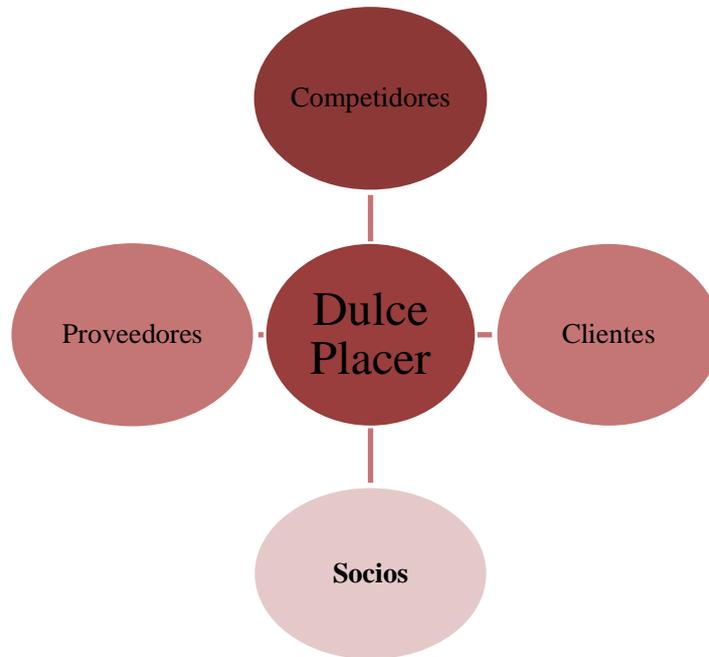


Gráfico N°. 14. Nombre y Apellido. (2021). *Microentorno de empresa. Quito.*

Competencia

Como competencia directa se tiene:

Figlioli Cumbayá

Marcus

Cactus Food

Como competencia indirecta:

LaBakery

Dulcini's

Sustituto

Como sustitutos se tiene endulzantes artificiales como son la marca de Equal, Splenda, Sugar Twin ya que estos endulzantes ayudan a controlar el nivel de glucosa en sangre y ayudan a la elaboración de postres bajos en azúcar para las personas con patologías diabéticas.

Proveedores

PROVEEDORES	
PROVEEDOR	PRODUCTOS
Iris	Harina
FLP del Ecuador	Frutas y pulpas
Visual Pack	Envases

Tabla N°.15. Nombre y Apellido (2021). *Tabla de proveedores. Ecuador*

Intermediarios

Dulce Placer tiene como intermediario esencial a tiendas y supermercados de los alrededores en el sector de Cumbayá.

- **Clientes**

Dulce Placer está dirigido a clientes adultos con el fin de disfrutar de repostería baja en azúcar que está ofertando la empresa.

3.4.2 Macro entorno

Son todos aquellos factores externos que influyen en el desarrollo y desenvolvimiento de la empresa Dulce Placer, los cuales deben ser tomados en cuenta para obtener una solidez empresarial.

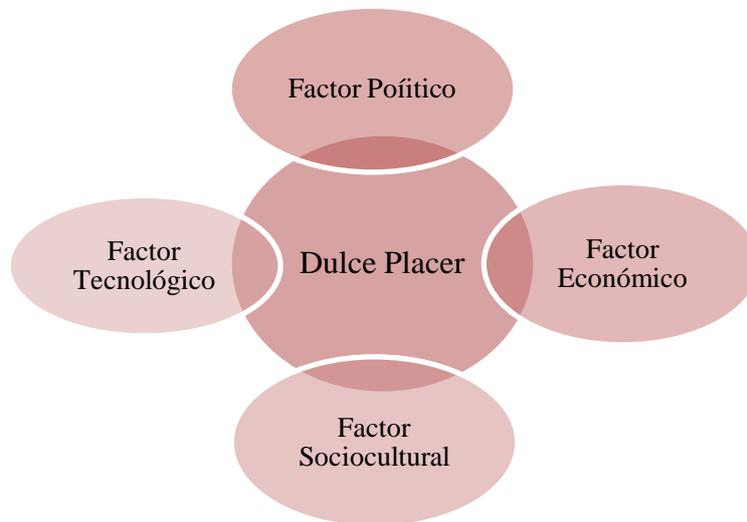


Gráfico N°. 16. Nombre y Apellido (2021). *Macroentorno de empresa*. Quito.

- **Factor Político**

La microempresa Dulce Placer se maneja con formalidad para el correcto desempeño legal de acuerdo a las normas de funcionamiento de la empresa.

- **Factor Económico**

La fijación de precios en la microempresa Dulce Placer dependerá de la inflación actual y de la economía nacional. La economía del país debe mantenerse estable para que la empresa funcione y tenga una buena acogida.

- **Factor Sociocultural**

De alguna forma el factor social influye de una manera muy importante ya que el producto que se va a ofertar al mercado se trata de postres bajos en azúcar los cuales van tener diferentes sabores para que la clientela se sienta satisfecha y alcance de alguna manera los objetivos propuestos.

- **Factor Tecnológico**

El avance continuo que tiene la tecnología se basa en que el producto que se va a ofertar va de alguna manera a seguir evolucionando ya que la empresa Dulce Placer se verá beneficiado para crear facilidades entre la empresa y el consumidor.

3.5 Producto y Servicio

Dulce Placer es una empresa dedicada a la creación de una variedad de productos donde el cliente pueda degustar y escoger los diferentes postres que sean de su preferencia, dando a conocer nuevos productos deliciosos, nutritivos y saludables.

El objetivo del emprendimiento también es brindar un servicio de calidad para que el cliente se sienta satisfecho con el buen trato, recomiende a terceras personas y permita aumentar los ingresos de la microempresa.

3.5.1 Producto Esencial

El producto esencial se encarga de distribuir al mercado diferentes tipos de postres tales como: tarta de manzana en el cual la persona va poder degustar de este delicioso postre, flan de chocolate para diabéticos y como último producto tenemos tartaleta de crema con fresas.

Resulta importante llevar al mercado un producto innovador, como los postres que Dulce Placer oferta dirigido a un mercado específico para personas con patologías como la diabetes, satisfaciendo las necesidades de todo público que quiera disfrutar de repostería deliciosa baja en calorías, deliciosa y saludable.

3.5.2 Producto Real

- **Tarta de manzana para diabéticos**

Características

Lleva ingredientes como el azúcar de abedul el cual es un endulzante bajo en azúcar para diabéticos y los diferentes componentes para elaborarlo.

Calidad

Dulce Placer maneja normas de seguridad y calidad de todos los productos que oferta ya que se trabaja con proveedores los cuales ofrecen materia prima de calidad para brindar una excelente oferta repostería a los clientes.

Estilo

El estilo varía ya que se realiza un proceso de verificación de productos en la elaboración de los postres manteniendo diferentes estilos en la preparación de la oferta repostería que se ofrece.

Marca

La empresa Dulce Placer adopta su nombre con el propósito de que clientes de varios segmentos especialmente con enfermedades crónicas como a la diabetes consuman productos de repostería bajos en calorías, deliciosos y saludables, satisfaciendo lo dulce en su paladar, ya que Dulce Placer busca evitar limitaciones en varios segmentos de personas que no pueden consumir postres por su alto nivel de azúcar y grasas brindando alternativas nuevas y agradables al cliente.

El logo representa a una imagen de un pan cake en el cual se resalta los colores llamativos y colores diversos, para que la mente del cliente reconozca fácilmente el establecimiento y lo productos que se está ofertando.

Empaque:

Envase de 250 g.

- **Flan de chocolate para diabéticos**

Características

Lleva ingredientes como el azúcar de abedul el cual es un endulzante bajo en azúcar para diabéticos, materia prima fundamental para la elaboración de los diferentes postres a elaborar.

Calidad

Muestra una gran calidad ya que se trabaja con proveedores seleccionados, los cuales son distribuidores de excelente materia prima a la empresa, permitiendo transformarlos en productos de calidad y frescura, además del excelente servicio que se brinda a la mesa o ya sea a domicilio, siendo un valor agregado indiscutible en la empresa.

Estilo

El estilo varía ya que se realiza un proceso de verificación de productos en la elaboración de los postres manteniendo diferentes estilos en la preparación de la oferta reportera que se ofrece.

Marca

La empresa Dulce Placer adopta su nombre con el propósito de que clientes de varios segmentos especialmente con enfermedades crónicas como a la diabetes consuman productos de repostería bajos en calorías, deliciosos y saludables, satisfaciendo lo dulce en su paladar, ya que Dulce Paladar buscar evitar limitaciones en varios segmentos de personas que no pueden consumir postres por su alto nivel de azúcar y grasas brindando alternativas nuevas y agradables al cliente.

El logo representa a una imagen de un pancake en el cual se resalta los colores llamativos y colores diversos, para que la mente del cliente reconozca fácilmente el establecimiento y lo productos que se está ofertando.

Empaque:

Envase de 250 g.

- **Tartaletas de crema y fresa**

Características

Calidad

Muestra una gran calidad ya que se trabaja con proveedores seleccionados, los cuales son distribuidores de excelente materia prima a la empresa, permitiendo transformarlos en productos de calidad y frescura, además del excelente servicio que se brinda a la mesa o ya sea a domicilio, siendo un valor agregado indiscutible en la empresa.

Estilo

El estilo varía ya que se realiza un proceso de verificación de productos en la elaboración de los postres manteniendo diferentes estilos en la preparación de la oferta reportera que se ofrece.

Marca

La empresa Dulce Placer adopta su nombre con el propósito de que clientes de varios segmentos especialmente con enfermedades crónicas como a la diabetes consuman productos de repostería bajos en calorías, deliciosos y saludables, satisfaciendo lo dulce en su paladar, ya que Dulce Paladar busca evitar limitaciones en varios segmentos de personas que no pueden consumir postres por su alto nivel de azúcar y grasas brindando alternativas nuevas y agradables al cliente.

El logo representa a una imagen de un pan cake en el cual se resalta los colores llamativos y colores diversos, para que la mente del cliente reconozca fácilmente el establecimiento y lo productos que se está ofertando.

Empaque:

Envase de 250 g.

3.5.3 Producto Aumentado

La empresa ofrece el servicio de distribución de los productos a tiendas y supermercados ubicados en el sector de Cumbayá.

También se brindará el servicio de pre-venta, en donde la persona encargada de la distribución conocerá todas y cada una de las características de los productos; también y seguido a esto se contará con la etapa de post-venta, en la cual se realizará el seguimiento de cada uno de los pedidos, verificando que lleguen en buen estado, como el empaque de sus pedidos a domicilio, servicio al plato, todo ello orientado a convertir al consumidor en un cliente satisfecho, generando fidelidad entre cliente y empresa.

3.6 Plan de introducción de mercado

Distintivos y Uniformes

Área de Cocina:

El personal de cocina, tanto el Chef Ejecutivo como los Ayudantes y Posilleros, contarán con lo siguiente:

- * Chaqueta color negra, con distintivo de la empresa en la parte superior derecha.
- * Gorro de cocina.
- * Pantalón negro.
- * Mandil negro.

Además, todos los miembros de esta área deberán usar zapatos negros antideslizantes para evitar accidentes y guantes quirúrgicos al momento de manipular los productos listos para servir.

Mesero:

Una camisa blanca.

Mandil con el logo de la empresa.

Pantalones negros.

Corbatín.

Materiales de Identificación

Dulce Placer contará con tarjetas de presentación en las cuales constará con información y datos del establecimiento, y una pequeña información sobre el mismo.



Gráfico N°. 17. Nombre y Apellido. (2021). Tarjeta de presentación. Quito.

Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución que tiene la empresa Dulce Placer será por medio de los distribuidores mayoristas, quienes a su vez distribuirán los productos a los demás establecimientos dentro del mercado.

Promoción

Flyers.

Anuncios.

Redes sociales.

Contacto

Carta de presentación.

Tarjetas de presentación.

Negociación

Directamente en nuestra oficina.

Vía telefónica.

Redes sociales.

Flayers	500 unid	\$ 25,00
Cartas de presentación	25 unidades	\$ 12,00
Tarjetas	1000 unidades	\$ 45,00
Repartidor	Semanal	\$ 120,00
TOTAL		\$ 202,00

Tabla N°. 18. Nombre y Apellido (2021). *Tabla de financiamiento. Ecuador.*

Riesgo y oportunidades del negocio

El elemento fundamental de riesgo constituye la presencia de los diferentes establecimientos que se encuentran a los alrededores del emprendimiento siendo una competencia directa, se debe crear estrategias factibles y de mercado para que los clientes se sientan satisfechos de los productos ofertados y el servicio. Cumplir con todas las expectativas, productos muy bien elaborados bajo las normas y características de los productos ofertados y un excelente servicio al consumidor hará que la empresa Dulce Placer no tenga riesgo de pérdida frente a la competencia.

Como oportunidad de la empresa serán los canales de distribución de los establecimientos mayoristas de distribución como Supermaxi, Santa María y Mi Comisariato, además de

los pequeños distribuidores como tiendas en el sector de Cumbayá, que acepten comercializar los productos de la misma.

3.7 Fijación de Precios

Receta estándar de producción

- **Tarta de manzana para diabéticos**

		FICHA		
		RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	Tartaleta de manzana para diabéticos	Código: REPT0001		
FECHA ACTUALIZACIÓN:		Chef: Johanna Simbaña		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Azúcar	Gr	0,80	40	0,32
Harina	Gr	1,20	40	0,48
Mantequilla	Gr	2,10	10	0,21
Leche	Ml	1,10	3	0,3
Manzanas	Lb	1,00	3	0,1
Aceite	Ml	1,10	1	0,01
FOTOGRAFÍA			Total, Bruto	1.42
			10 % Imprevisto	0,14
			Costo Neto	1,56
			Gasto de fabr. 15%	0,23
			Factor Costo 33,33%	0,51
			M.O. 45%	0,70
			G. Adm. 12%	0,18
			45 % Utilidad	0,70
			sub total	3,88
			12 % I.V.A.	0,46
			10 % Servicio	0,00
			Total	4,34

Tabla N°. 19. Nombre y Apellido. (2021). *Receta estándar*. Ecuador.

Flan de chocolate para diabéticos

		FICHA		
		RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	Flan de chocolate para diabéticos	Código: REPT0002		
FECHA ACTUALIZACIÓN:		Chef: Johanna Simbaña		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Chocolate	Gr	5,10	100	0,50
Leche	MI	1,10	100	0,11
Stevia	Gr	5,50	50	0,27
Huevos		0,15	2	0,3
FOTOGRAFÍA			Total, Bruto	1,18
			10 %	0,118
			Imprevisto	
			Costo Neto	1,29
			Gasto de fabr. 15%	0,19
			Factor Costo 33,33%	0,42
			M.O. 45%	0,58
			G. Adm. 12%	0,15
			45 % Utilidad	0,58
			sub total	3,21
			12 % I.V.A.	0,38
10 % Servicio	0,00			
Total	3,59			

Tabla N°. 20. Nombre y Apellido. (2021). *Receta estándar*. Ecuador.

Tartaleta de crema y fresas

		FICHA		
		RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	Tartaleta de crema y fresas	Código: REPT0003		
FECHA ACTUALIZACIÓN:		Chef: Johanna Simbaña		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Stevia	Gr	5,50	250	0,13
Harina	Gr	1,20	150	0,18
Huevos		0,15	3	0,45
Fresas	Gr	1,25	3	0,3
Vainilla	Gr	1,20	5	0,6
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	1,66
			10 %	0,16
			Imprevisto	
			Costo Neto	1,82
			Gasto de fabr. 15%	0,27
			Factor Costo 33,33%	0,60
			M.O. 45%	0,81
			G. Adm. 12%	0,21
			45 % Utilidad	0,81
			sub total	4,52
			12 % I.V.A.	0,54
10 % Servicio	0,00			
Total	5,06			

Tabla N°. 21. Nombre y Apellido. (2021). *Receta estándar*. Ecuador. Capacidad instalada

Implementación del negocio

Arriendo local

Arriendo del local	\$ 500
Garantía del local	NO
TOTAL	\$ 6,000

Tabla N. 22. Nombre y Apellido. (2021). *Arriendo*. Ecuador.

Equipos industriales de cocina

EQUIPO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina con horno	1	220,00	220,00
Refrigeradora mixta	1	2150,00	2150,00
Batidora	1	1512,00	1512,00
Mesa grande	1	680,00	680,00
Licuadora	2	105,00	210,00
Ollas grandes	3	120,00	360,00
Ollas pequeñas	3	35,00	105,00
Tabla de picar	4	17,01	68,03
Pinzas	2	2,86	5,73
Rallador	1	3,00	3,00
Espumadera	1	8,84	8,84
Bowls grandes	5	12,00	60,00
Bowls pequeños	2	40,00	80,00
Colador de malla	2	5,36	10,72
Cucharon	2	13,26	26,54
Cuchareta	2	10,00	20,00
Cuchillo puntilla	3	2,87	8,61
Cuchillo de cierra	3	3,00	9,00
Moldes de pasteles	4	12,00	48,00
Moldes de figuras	6	9,00	54,00
		TOTAL	\$ 5,639.47

Tabla N°. 23. Nombre y Apellido. (2021). *Equipos Industriales*. Ecuador.

Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	1	\$750,00	\$750,00
Impresora CANON	1	\$250,00	\$250,00
Caja registradora	1	\$870,00	\$870,00
		TOTAL	\$1870,00

Tabla N°. 24. Nombre y Apellido. (2021). *Equipos de Computación*. Ecuador.

Inventario de utensilios y salón

EQUIPO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Plato principal	45	3,97	178,65
Plato postre	45	2,58	116,10
Plato hondo	45	3,08	138,60
Cucharita	45	0,50	22,50
Cuchara	45	0,70	31,50
Tenedor	45	0,70	31,50
Cuchillo	45	1,25	56,25
Vaso pequeño	45	0,41	18,45
Vaso grande	45	0,57	25,65
Salero	12	2,36	28,32
Azucarero	12	6,50	78,00
Mesas	12	25,00	300,00
Sillas	45	22,00	990,00
Manteles	12	10,00	120,00
Cubremantel	12	10,00	120,00
		TOTAL	\$2,255.52

Tabla N°. 25. Nombre y Apellido. (2021). *Equipos de utensilios de salón*. Ecuador.

Equipos Industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (tipo K) 10Lt	1	\$177.10	\$177.10
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$19.00	\$19.00
Letreros (señalética)	3	\$3.30	\$9.90
Detector de humo	1	\$6.50	\$6.50
Rótulo de señalización	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$222.00

Tabla N°. 26. Nombre y Apellido. (2021). *Equipos industriales de seguridad*. Ecuador.

Materiales de Limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	1	\$1.75	\$1.75
Trapeador	1	\$2.45	\$2.45
Cloro	2	\$2.43	\$4.86
Desinfectante	2	\$3.45	\$6.90
Lustre (6 unidades)	3	\$2.98	\$8.94
Fibra limpiadora (5 unidades)	3	\$0.84	\$2.52
Fundas basura (10 unidades)	2	\$1.42	\$2.84
Lavavajillas (5000gr)	2	\$11.16	\$22.32
Desengrasante	2	\$20.61	\$41.22
Cepillo sanitario	1	\$1.00	\$1.00
Pala	1	\$1.54	\$1.54
Jabón líquido manos	2	\$4.47	\$8.94
Papel higiénico industrial	2	\$1.61	\$3.22
Toallas de papel (paquete)	2	\$1.76	\$3.52
TOTAL			\$112.02
TOTAL, ANUAL			\$1.344.24

Tabla N°. 27. Nombre y Apellido. (2020). *Materiales de limpieza. Ecuador.*

Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$65.00
Luz	\$80.00
Teléfono	\$30.00
Internet	\$25.00
TOTAL	\$200.00

Tabla N°. 28. Nombre y Apellido. (2021). *Servicios básicos. Ecuador*

Estructura interna del Establecimiento

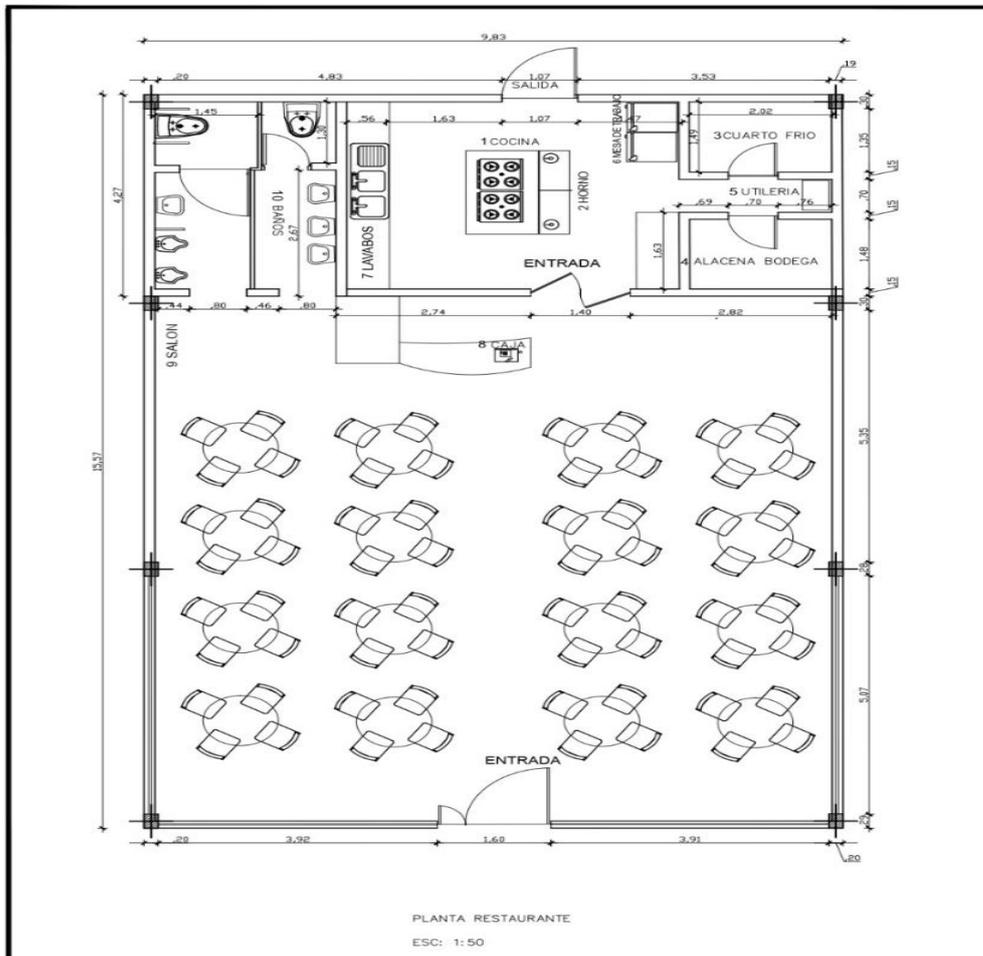


Tabla N°. 29. Nombre y Apellido. (2021). *Estructura interna del Establecimiento. Ecuador*

4. Marco Legal

Para el funcionamiento de la compañía se necesita de algunos parámetros por cumplir y estos son entre licencias y tributos:

Ministerio de Salud Pública

ARCSA => Agencia de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria

RUC.

Carnets ocupacionales.

Plano arquitectónico (escala de 1 a 30 de la infraestructura).

Foto de la fachada.

Cédula y papeleta de votación vigentes.

Curso de manipulación de alimentos.

Carnet ocupacional

Examen de sangre, heces y orina.

Control médico.

Foto tamaño carnet.

\$ 0.50 ctvs.

Municipio de Quito

LUAE => Licencia Única de Actividades Económicas

Se necesita:

Línea de fábrica => (lo emite el municipio) mediciones exactas del plano arquitectónico y del terreno.

Permiso de suelo => permiso que avala que la infraestructura este apta para el negocio que se requiere.

Patente => codificación y nombre de la actividad económica social.

Aquí se encuentra los siguientes requisitos:

RUC.

El permiso de bomberos que realiza la inspección de la infraestructura.

Permiso de rotulación.

Foto de la fachada y rotulo (si es de madera, metal, colores, etc.).

Copia de cédula y papeleta de votación.

La inspección consta de lo siguiente:

Infraestructura interna y externa que sea segura.

Terreno (firme).

Inspección de equipamiento

Cocina, ductos, cañerías, etc.

Tuberías de agua potable => Verde agua => Rojo hidrantes y cisternas.

Luz eléctrica.

Recomendaciones de señalética.

Plan de contingencia. Es un documento de planificación a futuro para la prevención de riesgos naturales, como antrópicos (daño ocasionado por el ser humano).

Servicio de Rentas Internas /SRI

RUC (Registro Único de Contribuyente)

Para adquirir el Ruc se requiere:

Copia de cédula.

Papeleta de votación.

Formulario de la actividad a la que vamos a pertenecer.

Se estipula si es persona natural o jurídica.

Natural: una sola persona.

Jurídica: sociedades.

El RUC es el número de cédula más el 001, el número es para una o varias actividades (se debe estipular para que actividad se requiere).

Cuando se utiliza el RUC se tiene que sacar facturas o notas de venta.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS

Organismo ecuatoriano encargado de brindar la seguridad social, con sede principal en la ciudad de Quito y agencias en casi todas las capitales de provincia.

Para la creación de una empresa se debe sacar el número patronal esto sirve para afiliar a los trabajadores.

Se requiere los siguientes requisitos:

Papeleta de votación.

RUC (copia).

Cédula de identidad.

El tener número patronal obliga a pagos puntuales con sus respectivos aportes a los trabajadores.

Ministerio del Trabajo

Se encarga de legalizar las contrataciones de los trabajadores como también la salida de los mismos.

Ministerio de Turismo

Emite el certificado o permiso de funcionamiento.

Tener el acuerdo ministerial que valide que es un establecimiento gastronómico.

Estos son los requisitos:

LUAE.

RUC

Copia de cédula.

Papeleta de votación.

Tacho de basura por colores.

Tener trampa de grasa.

Control de humo (campana ductos).

Ministerio de Hidrocarburos

Entidad que controla y regula lo siguiente:

Cañerías.

Ductos.

Mangueras.

Tanques de gas.

Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos / SAYCE

LUAE

RUC

Copia de cédula.

Copia del certificado de votación.

5. Proceso de impacto ambiental y social

5.1. Objetivo del área

El objetivo de la evaluación del impacto ambiental es la sustentabilidad, pero para que un proyecto sea sustentable debe considerar además de la factibilidad económica, el beneficio social y el aprovechamiento razonable de los recursos naturales. (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2018).

5.2. Impacto ambiental

El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. Los proyectos o actividades susceptibles de causar impacto ambiental,

en cualquiera de sus fases, deberán someterse al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (www.grn.cl/impacto-ambiental.html).

5.2.1. Identificación de posibles impactos ambientales

- El uso excesivo de plásticos desechables puede generar contaminación.
- Excesivo uso de los productos de limpieza contamina tanto el aire como el ecosistema.

5.2.2. Medidas para contrarrestar los impactos encontrados

- Se realizaría el uso de las fundas de papel reciclado para contrarrestar la contaminación.
- Invertir en productos biodegradables para la limpieza y desinfección del establecimiento.

5.3. Impacto social

Se trata del resultado o la consecuencia de una determinada acción en una comunidad. El concepto suele emplearse en el terreno corporativo para nombrar a los efectos que producen las actividades desarrolladas por una empresa. Independientemente de su funcionamiento interno, con sus ingresos, ganancias, etc., las compañías provocan con su trabajo cotidiano múltiples consecuencias. El impacto social, en este marco, es la huella dejada por una empresa en la comunidad en la cual se encuentra integrada (Cashmore y Sauvanet ,2016).

5.3.1. Generación de fuentes de trabajo

Las fuentes de trabajo se enfocarán para diferentes tipos de personas:

- Pasantes de últimos semestres de la carrera de gastronomía.
- Personas jóvenes con conocimientos.
- Personas adultas con conocimientos.

5.3.2. Igualdad de género

- Se contratará la misma cantidad tanto de hombres como mujeres y de diferentes edades.
- En el área de cocina personal masculino.
- Área de servicio personal masculino y femenino.
- Gerencia personal femenina.

5.3.3. Satisfacción de una necesidad social prioritaria

Dentro de la satisfacción social brindada por parte de la empresa se establecerá:

- Generar fuentes de trabajo para personas vulnerables.
- Capacitaciones sobre las medidas de bioseguridad en el establecimiento.
- Capacitaciones para personal operativo y administrativo.
- Capacitaciones de Buenas Prácticas de Higiene en el lugar de trabajo.

6. Proceso Financiero

6.1. Introducción

El capítulo que se detallará a continuación es el análisis financiero del proyecto donde se permitirá definir la factibilidad del mismo desde el punto de vista económico, dando a su vez la pauta de iniciación.

6.2. Inversiones

La inversión es el capital empleado en una actividad o negocio legal con el objetivo de mantenerlo y poco a poco e ir incrementarlo para beneficios posteriores.

Se encuentra una Inversión que consta de **Activos Fijos:** que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$ 9986,99

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Industriales / Seguridad	5861,47
Equipos de Computación	1870
Muebles – enseres	2255,52
TOTAL	9986,99

Tabla 30. Inversiones. (2021). Johanna Simbaña

6.3. Activos Diferidos

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$400 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, copias, traslado, sillas, etc.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	400

Tabla 31. Activos Diferidos. (2021). Johanna Simbaña

6.4. Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que corresponde al establecimiento, en el periodo de un año cuenta en sueldos con un valor de \$ 21180, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$2400, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) \$ 1344,24, el alquiler de local por \$ 6000, publicidad por \$ 202, costo de materia prima de \$ 3000, gastos financieros \$ 3920,58, total de Inversión es de \$ 48.439,81.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	21186
Servicios Básicos	2400
material oficina	0
material limpieza	1344,24
servicio auto	0
alquiler local	6000
publicidad	202
adquisición de materia prima	3000
gastos financieros	3.920,58
TOTAL, INVERSION	48.439,81

Tabla 32. Capital de Trabajo. (2021). Johanna Simbaña

6.5. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

SUELDO

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP	IESS EMPRESA	GASTO SUELDO ANUAL
Gerente chef	600	7200	680,4	874,8	7394,4
Ayudante de cocina	450	5400	510,3	656,1	5545,8
Mesero	450	5400	510,3	656,1	5545,8
TOTAL	1500	18000	1701	2187	18486

Tabla 33. Sueldos. (2021). Johanna Simbaña

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO3°	TOTAL DECIMOS
Gerente chef	600	400	600	1000
Ayudante de cocina	450	400	450	850
Mesero	450	400	450	850
TOTAL	1500	1200	1500	2700

Tabla 34. Decimos. (2021). Johanna Simbaña

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
18486	2700	21186

Tabla 35. Total, de Sueldos. (2021). Johanna Simbaña

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$21186 anual, mientras que el mensual será de \$ 1500.

6.6. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$1434,97.

DEPRECIACION FIJOS	ACTIVOS		
		% DEPRECIACION	DEPRECIACION
Equipos Industriales	5861,47	10%	586,147
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	1870	33,33%	623,271
Muebles y Enseres	2255,52	10%	225,552
			1434,97

Tabla 36. Depreciación Activos Fijos. (2021). Johanna Simbaña

6.7. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$80, ya que el monto por constitución equivale a \$400.

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	400	20%	80

Tabla 37. Amortizaciones. (2021). Johanna Simbaña

6.8. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** con la suma de \$20159,69 que equivale a una estructura del 42%; costo 13% con una tasa de descuento de 5,4 %; por otra parte el **Capital Financiero** \$28004,12 que con una estructura del 58 %, el costo 14 % que otorga el 8.1 % de tasa de descuento; con un **Total Inversión** de 48.493,81 que en la suma absoluta nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,6% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	20159,69	42%	13%	5,4%	
Capital Financiero	28004,12	58%	14%	8,1%	
TOTAL DE INVERSIÓN	48439,81	100%		13,6%	TMAR

Tabla 38. Estructura de Capital. (2021). Johanna Simbaña

6.9. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

TABLA DE AMORTIZACIÓN

MONTO 28004,12
TASA 14%
PLAZO 5

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	28004,12
1	8157,14	3.920,58	4.236,56	23.767,56
2	8157,14	3.327,46	4.829,68	18.937,88
3	8157,14	2.651,30	5.505,84	13.432,04
4	8157,14	1.880,49	6.276,65	7.155,39
5	8157,14	1.001,75	7.155,39	0,00

12.781,58

Tabla 39. Tabla de Amortización. (2021). Johanna Simbaña

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$28004.12 con una tasa del 14 % en un plazo de cinco años; lo que conlleva al pago de \$12781,51 que corresponde al pago de interés y a su vez el pago capital de \$28004,12 que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.10. Punto de equilibrio

Costos Fijos

Materia prima	250
Arriendo	500
Sueldos	1765,5
Ser. Básicos	200
	2715,5

Tabla 40. Costos Fijos. (2021). Johanna Simbaña

RECETA

ESTANDAR

Precio	4,52			
Costo	1,66			
Ganancia	2,86	MARGEN CONTRIBUCIÓN	DE	

Tabla 41. Margen de Contribución. (2021). Johanna Simbaña

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

PE= 949

949 porción pastel 31,6 diario

VENTA	949	4,52	4291,6
COSTO	949	1,66	1576,1
GASTO			2715,5
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla 42. Punto de Equilibrio. (2021). Johanna Simbaña



Tabla 43. Punto de Equilibrio. (2021). Johanna Simbaña

Ventas Proyectadas

1900	8588	103056	ventas
1900	3154	37848	Costo

Tabla 44. Ventas Proyectadas. (2021). Johanna Simbaña

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta 4,52 menús para no llegar a la quiebra, mientras que, si se vende 36,6 menús diarios, es decir \$1900 dólares al mes se lograra tener buena rentabilidad.

6.11. Flujo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

FLUJO DE VENTAS	0	1	2	3	4	5
VENTAS		103056,00	106157,99	109353,34	112644,88	116035,49
COSTO DE VENTAS		37848,00	38987,22	40160,74	41369,58	42614,80
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		65208,00	67170,76	69192,60	71275,30	73420,68
GASTOS ADMINISTRATIVOS		21186,00	21823,70	22480,59	23157,26	23854,29
SERVICIOS BASICOS		2400,00	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		1344,24	1384,70	1426,38	1469,32	1513,54
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		6000,00	6180,60	6366,64	6558,27	6755,68
PUBLICIDAD		202,00	208,08	214,34	220,80	227,44
DEPRECIACIONES		1434,97	1434,97	1434,97	1434,97	1434,97
AMORTIZACIONES		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
UTILIDAD OPERATIVA		32560,79	33586,47	34643,02	35731,38	36852,49
GASTOS FINANCIEROS		3920,58	3327,46	2651,30	1880,49	1001,75
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		28640,21	30259,01	31991,72	33850,89	35850,74
BASE IMPOSITIVA		10382,08	10968,89	11597,00	12270,95	12995,89
UTILIDAD NETA		18258,14	19290,12	20394,72	21579,94	22854,85

Tabla 45. Flujo de Ventas. (2021). Johanna Simbaña

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$18258,14 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$22854,85.

6.12. Flujo de caja

El flujo de caja se entiende en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado o preestablecido, permitiendo así llevar un control tanto

de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de liquidez que posee la empresa.

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		32560,79	33586,47	34643,02	35731,38	36852,49
DEPRECIACION		1434,97	1434,97	1434,97	1434,97	1434,97
AMORTIZACION		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
- BASE IMPOSITIVA		10382,08	10968,89	11597,00	12270,95	12995,89
- GASTOS FINANCIEROS		3920,58	3327,46	2651,30	1880,49	1001,75
- PAGO CAPITAL		4.236,56	4.829,68	5.505,84	6.276,65	7.155,39
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-48439,81	15.536,54	15.975,41	16.403,86	16.818,26	17.214,43

Tabla 46. Flujo de Caja. (2021). Johanna Simbaña

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$15536,54, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$17214,43.

6.13. Cálculo del TIR y el VAN

Para la culminación de este análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.13.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión (-); el VAN es bueno cuando es mayor a cero (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 8990,02.

6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 20,11 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa.

CALCULO DEL TIR Y EL VAN

VAN	8.990,02	
TIR	20,11%	
TMAR	13,58%	

Tabla 47. Cálculo del TIR y el VAN. (2021). Johanna Simbaña

CONCLUSIONES

- Según el análisis de mercado se a llegado a la conclusión que el sitio es un buen lugar para poder implementar nuestro negocio ya que la población mostro interés para el consumo de los productos a ofertar en el mercado.
- Con la elaboración y la aplicación de las encuestas nos dieron a conocer que los postres bajos en azúcar son una opción sana de alimentación para satisfacer las necesidades del cliente.
- La elaboración de postres bajos en azúcar generó que la población muestre interés sobre la alimentación saludable y de una buena acogida a los productos a ofrecer a la distinguida clientela.

RECOMENDACIONES

- Trabajar en un estándar regido a todos los permisos y leyes que obliga el gobierno para no tener ninguna sanción.
- Realizar una retroalimentación ya que es un proceso básico para la implantación y desarrollo de estrategias esto se lo debe realizar constantemente para obtener una buena información.
- La realización del negocio es viable porque al presentar postres bajos en azúcar ayudara a la salud de la población en la ciudad de Quito.

ANEXOS

Dulce Placer

Encuesta sobre los productos a exponer

Le gustaría consumir postres bajos en azúcar

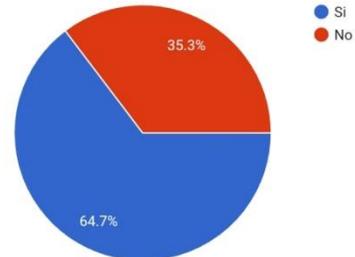
- Sí
 No

Le gustaría que se abra una repostería que ofrezca productos bajos en azúcar

- Sí
 No

Le gustaría consumir postres bajos en azúcar

85 respuestas



Anexo. N°. 1. <https://docs.google.com/forms/>. (2021). Johanna Simbaña

Cree usted que funcione una repostería que oferte postres bajos en azúcar

- Sí
 No

Estaría de acuerdo que los costos de los postres sean accesibles a todo tipo de cliente

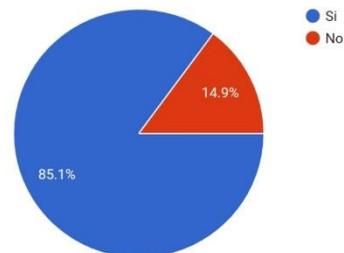
- Sí
 No

Si se llegaría abrir una repostería que ofrezca postres bajos en azúcar usted lo visitaría

- Sí
 No

Cree usted que funcione una repostería que oferte postres bajos en azúcar

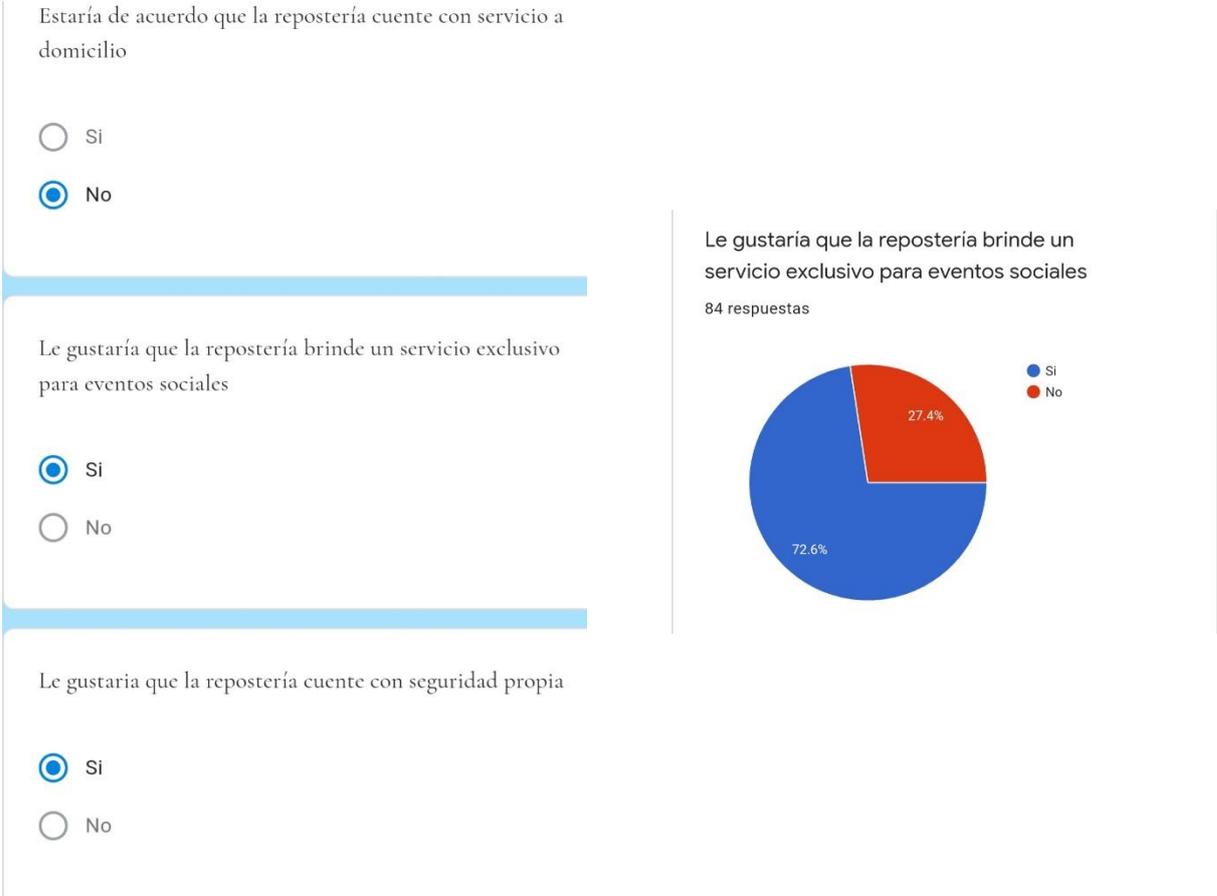
74 respuestas



Anexo. N°. 2. <https://docs.google.com/forms/>. (2021). Johanna Simbaña



Anexo. N°. 3. <https://docs.google.com/forms/>. (2021). Johanna Simbaña



Anexo. N°. 4. <https://docs.google.com/forms/>. (2021). Johanna Simbaña

	MOM BLAM	RUC:0401356225001
	ALMACEN DE VAJILLA Y ACERO INOXIDABLE	PROFORMA

		RAZON SOCIAL: IBARRA DAVILA NILZA CIELO		
		DIRECCIÓN: Portoviejo y Av. 10 de agosto OE1-17		
		QUITO - ECUADOR Telf:2502300		
FECHA: 10/9/2020		CIUDAD: QUITO		
CLIENTE: SIMBAÑA JOHANNA		RUC: 1725421018		
DIRECCIÓN: LLANO GRANDE		TELEF: 2022105		
ITEM	CANTIDAD	DETALLES DE STOCK	V. UNIT	V. TOTAL
1	1	Rallador	3	3
2	1	Cocina con horno	220	220
3	4	Moldes de pasteles	12	48
4	3	Ollas grandes	120	360
5	2	Cuchareta	10	20
6	6	Moldes de figuras	9	54
7	1	Refrigeradora mixta	2150	2150
8	1	Batidora	1512	1512
9	2	Cucharon	13,26	26,54
10	1	Mesa grande	680	680
11	2	Licuada	105	210
12	3	Ollas pequeñas	35	105
13	4	Tabla de picar	17,01	68,03
14	2	Pinzas	2,86	5,73
15	1	Espumadera	8,84	8,84
16	3	Cuchillo de cierra	3	9
17	3	Cuchillo puntilla	2,87	8,61
18	5	Bowls grandes	12	60
19	2	Bowls pequeños	40	80
20	2	Colador de malla	5,36	10,72
21	45	Vaso grande	0,57	25,65
22	45	Vaso pequeño	0,41	18,45
23	45	Plato principal	3,97	178,65
24	45	Plato hondo	3,08	138,6
25	45	Plato postre	2,58	116,1
26	45	Cucharita	0,5	22,5
27	45	Cuchara	0,7	31,5
28	45	Tenedor	0,7	31,5
29	45	Cuchillo	1,25	56,25
30	12	Salero	2,36	28,32
31	12	Azucarero	6,5	78
32	12	Mesas	25	300
33	45	Sillas	22	990
34	12	Manteles	10	120
35	12	Cubremanteles	10	120