



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una crepería en el sector de San Bartolo al sur de la ciudad de Quito”

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

AUTOR:

Silvia Jeanneth Vásquez Timbila

TUTOR:

MSc. Noemy Sandoval

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

DEDICATORIA

A mi esposo, a mi madre y a mis hijos; mucho de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este, quienes me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos y me ayudaron con su tiempo y paciencia.

AGRADECIMIENTO

En especial agradecer a Dios por ser mi guía día a día.

Agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría, quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

A mi familia por darme su apoyo y siempre ayudarme cuando los necesito.

AUTORÍA

Yo, Silvia Jeanneth Vásquez Timbila autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Silvia Vásquez

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2021

Msc. Noemy Sandoval.
Tutora 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 Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Noemy Sandoval

D.M. Quito, 15 de septiembre de 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: La **MSc. Noemy Sandoval** y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y el Sra. Silvia Jeanneth Vásquez Timbila por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Sra. Silvia Jeanneth Vásquez Timbila realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una crepería La Casa de las Crepes de servicio en el sector de San Bartolo al sur de la ciudad de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **MSc Noemy Sandoval**

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

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Noemy Sandoval** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sra. Silvia Jeanneth Vásquez Timbila, como autor 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 crepería La Casa de las Crepes de servicio en el sector de San Bartolo al sur de la ciudad de Quito.”**, 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.

MS.c Noemy Sandoval

Silvia Jeanneth Vásquez Timbila

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	0
AUTORÍA.....	1
CERTIFICACIÓN	2
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
RESUMEN.....	13
1.1 Organización empresarial.....	13
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	15
2.1 Creación de la empresa	15
2.2 Descripción de la empresa	15
2.1.1 Importancia.....	15
2.1.2 Características.....	15
2.1.3 Actividad.	16
2.3 Tamaño de la empresa.	16
2.4 Necesidades que satisfacer.....	17
2.4.1 Necesidad Fisiológica.....	17
2.4.2 Necesidad de Seguridad.	17
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.	18
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.	18
2.4.5 Necesidad de Autorrealización.....	18
2.5 Localización de la empresa.....	19
2.6 Filosofía empresarial.....	19
2.6.1 Misión.....	19
2.6.2 Visión.	19
2.6.3 Objetivos.	20
2.6.4 Meta.....	20
2.6.5 Estrategias.	20
2.6.6 Políticas.	20
2.6.7 FODA.	22
2.7 Desarrollo organizacional	23
2.7.1 Tipo de Estructura.	23

2.7.2	Formalización.....	23
2.7.3	Centralización – Descentralización.....	24
2.7.4	Integración.....	24
2.8	Organigrama empresarial.....	25
2.2	Funciones del personal.....	26
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	32
3.1	Objetivo de mercadotecnia	32
3.2	Investigación de mercado	32
3.2.1	Modalidad.....	32
3.3	Plan de Muestreo	32
3.4	Análisis de las encuestas.....	34
3.4.1	Análisis General.	44
3.5	Entorno empresarial.....	45
3.5.1	Microentorno.....	45
3.5.2	Macroentorno	47
3.6.	Producto y servicio	50
3.6.1.	Producto Esencial.....	51
3.6.2.	Producto Real.....	51
3.6.3.	Características.....	51
3.6.4.	Calidad.....	51
3.6.5.	Estilo.....	52
3.7.	Marca.....	52
3.7.1	Producto aumentado.....	52
3.8.	Plan de introducción al mercado.....	53
3.8.1.	Distintivos y Uniformes	53
3.8.2.	Materiales de identificación.....	56
3.8.3.	Canal de distribución y puntos de ventas	59
3.8.4.	Riesgo y oportunidades del negocio.....	60
3.6	Fijación de Precios.....	61
3.6.1	Fijación de precios por receta estándar.....	61
3.10	Implementación del negocio.....	64
•	Arriendo del local.....	64
•	Equipos industriales.....	64
•	Equipos de computación.....	65

• Muebles y enseres.....	65
• Servicios básicos.....	67
• Materiales de limpieza.....	67
3.11 Estudio arquitectónico.....	68
Estructura interna del establecimiento.....	68
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	69
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	73
5.1 Objetivo de área.....	73
5.2 Impacto ambiental.....	74
5.3 Impacto social.....	75
6. PROCESO FINANCIERO.....	77
6.1. Introducción.....	77
6.2. Inversiones.....	77
6.4. Activos diferidos.....	78
6.5. Capital de trabajo.....	78
6.6 Sueldos.....	80
6.7. Depreciación activos fijos.....	80
6.8. Amortizaciones.....	81
6.9. Estructura capital.....	81
6.10. Tabla de amortización.....	82
6.11. Punto de equilibrio.....	83
6.12 Estado de Resultados.....	85
6.13. Flujo de caja.....	86
6.14. Cálculo del TIR y el VAN.....	86
6.14.1. VAN (Valor Actual Neto).....	87
6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	87
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	88
7.1 Conclusiones.....	88
CAPÍTULO 7.....	86
7.1. Conclusiones.....	86
7.2. Recomendaciones.....	86
7.3. Bibliografía.....	87
7.4 Anexos.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Tabulación 1	30
Tabla N° 2 Tabulación 2	31
Tabla N° 3 Tabulación 3	32
Tabla N° 4 Tabulación 4	33
Tabla N° 5 Tabulación 5	34
Tabla N° 6 Tabulación 6	35
Tabla N° 7 Tabulación 7	36
Tabla N° 8 Tabulación 8	37
Tabla N° 9 Tabulación 9	38
Tabla N° 10 Tabulación 10	39
Tabla N° 11 Tabla de proveedores	41
Tabla N° 12 Tabla de plan de marketing	53
Tabla N° 13 Receta Estándar 1	54
Tabla N° 14 Receta Estándar 2	55
Tabla N° 15 Receta Estándar 3	56
Tabla N° 16 Receta Estándar de Producción 1	57
Tabla N° 17 Receta Estándar de Producción 2	59
Tabla N° 18 Receta Estándar de Producción 3	60
Tabla N° 19 Arriendo	61
Tabla N° 20 Equipos Industriales	62
Tabla N° 21 Vehículo	62
Tabla N° 22 Equipos de Computación	62
Tabla N° 23 Muebles y enseres	63
Tabla N° 24 Equipos Industriales de Seguridad	64
Tabla N° 25 Suministros de Oficina	65
Tabla N° 26 Servicios Básicos	65
Tabla N° 27 Materiales de Limpieza	66
Tabla N° 28 Inversiones	76
Tabla N° 29 Activos diferidos	77
Tabla N° 30 Capital de trabajo	78
Tabla N° 31 Detalles de inversión	78
Tabla N° 32 Sueldos	79

Tabla N° 33 Decimos	79
Tabla N° 34 Sueldos totales	79
Tabla N° 35 Depreciación activos fijos	79
Tabla N° 36 Amortizaciones	80
Tabla N° 37 Capital	80
Tabla N° 38 Amortización	81
Tabla N° 39 Datos punto de equilibrio	81
Tabla N° 40 Margen de contribución	82
Tabla N° 41 Punto de equilibrio	82
Tabla N° 42 Ventas /costos	82
Tabla N° 43 Costos de ventas	83
Tabla N° 44 Flujo de caja	84
Tabla N° 45 Cálculo del VAN/ TIR	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Pirámide de Maslow	16
Gráfico N°2 Ubicación de la empresa.....	18
Gráfico N°3 Organigrama de empresa.....	23
Gráfico N°4 Tabulación 1	30
Gráfico N°5 Tabulación 2	31
Gráfico N°6 Tabulación 3	32
Gráfico N°7 Tabulación 4	33
Gráfico N°8 Tabulación 5	34
Gráfico N°9 Tabulación 6	35
Gráfico N°10 Tabulación 7	36
Gráfico N°11 Tabulación 8	37
Gráfico N°12 Tabulación 9	38
Gráfico N°13 Tabulación 10	39
Gráfico N°14 Micro entorno de empresa	40
Gráfico N°15 Macro entorno de empresa	42
Gráfico N°16 Tarjeta de presentación.....	50

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una crepería La Casa de las Crepes de servicio en el sector de San Bartolo al sur de la ciudad de Quito.”

Silvia Jeanneth Vásquez Timbila

Msc. Noemy Sandoval

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2021

RESUMEN

1.1 Organización empresarial

Este proyecto se realizará para determinar la factibilidad de instalar un local en el sector de San Bartolo, basándonos en las necesidades, comportamientos y preferencias de los clientes. La Casa de las Crepes nace de la necesidad de brindar productos y servicios diferentes y de calidad que se pueda preparar y servir rápido, como objetivo ofrecer alimentos saludables y nutritivos con protocolos de bioseguridad y responsabilidad social, utilizando productos orgánicos y materiales biodegradables.

Con el apoyo de profesionales apasionados por su trabajo, teniendo como estructura la comunicación de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente y tomando en cuenta nuestro análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

1.2 Investigación de mercado

La Casa de las Crepes consideró la investigación de campo, a través de la recolección de datos mediante encuestas tomando a sujetos de estudio, a personas de distintas edades. analizando el microentorno y los diferentes factores sociales.

Se escogió el imagotipo, uniforme de nuestro personal, tarjeta de presentación y hoja membretada de acuerdo a la temática del local.

Se tomo en cuenta el diseño del establecimiento mediante la capacidad instalada, el número de trabajadores y el aforo.

Se fijo los precios tomando en cuenta los productos usados para preparar los platos, basándonos en recetas estándares.

1.3 Derecho empresarial

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes, en el Servicio de Rentas Internas / SRI, Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCOSA, Patente Municipal, LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ), IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social) y en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual).

1.4 Impacto Ambiental

El impacto social y ambiental que generara nuestro negocio y las medidas que tomaremos para contrarrestar los impactos generados por la crepería.

1.5 Proceso Financiero

En resultado a los estudios del análisis financiero para comprobar la viabilidad y factibilidad de nuestro negocio indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posicionar a la crepería dentro del mercado gastronómico.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

La Casa de las Crepes surge de la necesidad de brindar productos y servicio de calidad en la plaza San Bartolo. Es una plaza muy concurrida ya que a sus alrededores están ubicados colegios, escuelas, bancos y hospitales, etc. La Casa de las Crepes busca crear un ambiente ameno en donde familias y amigos puedan disfrutar de un postre que la mayoría le gustan, además de tener un menú variado. Las crepes suelen ser dulces o saladas y con esto se puede imaginar la variedad de sabores y formas que deleiten con productos de calidad y deliciosos platos. La Casa de las Crepes es una microempresa que brinda el mejor servicio, productos con altos estándares de calidad, así como una gran variedad de platos.

2.2 Descripción de la empresa

2.1.1 Importancia.

La cocina es una forma, no solo de cubrir una necesidad, sino también de transmitir sabores, calidad y buen ambiente, es importante que las personas se sientan bien al momento de degustar un plato de comida, no solo sentirse satisfecho por cubrir una necesidad biológica, sino también sentirse bien con la atención, el ambiente y el entorno. Es importante mejorar la oferta gastronómica para que nuestros clientes tengan más opciones de platos.

2.1.2 Características.

Responsabilidad social: La Casa de las Crepes entiende que debido a la situación que atraviesa el mundo y para que esto no vuelva a pasar es necesario, y obligatorio, crear un protocolo de bioseguridad para que las personas se sientan seguras y brindar charlas de bioseguridad para que la gente aprenda normas de protección.

Responsabilidad ambiental: La Casa de las Crepes es consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo entero, es por eso que cuenta con basureros de reciclaje, La temática de nuestro proyecto es cuidar el medio ambiente, utilizando productos orgánicos, y materiales biodegradables como fundas e insumos como cubiertos y platos con materia prima reciclada (materiales a base de la caña de azúcar).

Profesionales apasionados con su trabajo: sabiendo que la cocina no es solo un acto de elaborar diferentes tipos de comida, sino de poner pasión y un toque extra, La Casa de las Crepes ofrece un servicio de calidad con un personal que hace que los clientes se sientan como en casa brindando no solo un servicio sino una experiencia.

2.1.3 Actividad.

La Casa de las Crepes es un establecimiento de servicio, específicamente un restaurante de postres con un menú extenso que ofrece comida para servir y llevar, así como fuente de soda y café.

2.3 Tamaño de la empresa.

La Casa de las Crepes es una microempresa que contará con tres áreas básicas: Ejecutiva, de producción, y de servicio.

La empresa contará con:

- Administrador/ Cajera
- Producción/ Cocinero
- Repartidor/ Polifuncional

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.

1-2 Jerarquía de las necesidades según Maslow



(Giner, 2017). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://www.esalud.com/piramide-de-maslow/>

2.4.1 Necesidad Fisiológica.

Al ser una empresa de alimentos y bebidas, la necesidad fisiológica de alimentación está directamente satisfecha por la empresa también cubrimos la necesidad de descanso ya que es un lugar acogedor y tranquilo donde puede reposar y relajarse.

2.4.2 Necesidad de Seguridad.

Primero está la seguridad alimentaria, que abarca todo respecto a buenas prácticas de manufactura (BPM). Los platos y bebidas ofrecidos en el restaurante estarán sometidos a diferentes protocolos de seguridad alimentaria para que el producto final llegue apto para el consumo, para ello habrá un estricto control de producción haciendo énfasis en la bioseguridad, desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del platillo al cliente.

Luego está la seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, en donde pueda sentirse seguro.

También contaremos con las medidas de bioseguridad con respecto al COVID-19 con todos los protocolos de bioseguridad como suministros de higiene, uso adecuado de la mascarilla si no están sirviéndose los alimentos, desinfección y limpieza del establecimiento.

Finalmente está la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente y dotando de suministro de bioseguridad necesarios en el establecimiento.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.

La primera necesidad social es interna y trata sobre propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas igual de valiosas y necesarias para la empresa, además es necesario incentivar la creatividad y habilidades individuales de cada uno de los trabajadores.

La siguiente es externa y se trata de la relación empresa-clientes. La Creperie busca siempre mantener relaciones de confianza y así poder brindar un servicio de calidad y experiencia al cliente.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.

Con la entrega de productos finales de primera calidad a precios accesibles para el target al que va dirigido, buscaremos tener éxito y con esto poder satisfacer esta necesidad.

Su exquisita gastronomía y extenso menú.

2.4.5 Necesidad de Autorrealización.

La Casa de las Crepes llegará a ser una empresa reconocida por la conciencia social con el medio ambiente ya que trabajaremos con productos orgánicos.

2.6.3 Objetivos.

- * Realizar un estudio que determine la factibilidad financiera para la creación de un establecimiento gastronómico dedicado a la venta de crepes en el sector de San Bartolo
- * Fidelizar a nuestros clientes con una buena actitud en el servicio como en los productos.
- * Generar un margen de ganancia por la venta de cada producto.
- * Crear fuentes de empleo a través del proyecto.
- * Sacar un producto de excelente calidad.

2.6.4 Meta.

Satisfacer las necesidades del cliente cumpliendo sus expectativas para ser una empresa líder y reconocida nacionalmente y poder efectuar con las metas de ventas establecidas y así cumplir con nuestro personal a tiempo.

2.6.5 Estrategias.

- Se realizarán charlas informativas acerca del producto.
- Crear un menú atractivo y extenso.
- Se repartirán flyers de las características y propiedades nutritivas.
- Se usarán las redes sociales para promocionar a bajo costo la microempresa.

2.6.6 Políticas.

Los trabajadores.

- * Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por el restaurante.
- * Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- * Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- * No libar en vías públicas utilizando el uniforme de trabajo.
- * Cuidar de su aseo y presentación personal

- * No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- * No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.
- * Satisfacer las necesidades de los clientes.
- * Brindar un buen servicio al cliente.
- * Realizar bien los procesos de inocuidad (BPM).
- * Procurar una total armonía con los compañeros.
- * Cuidar que no se desperdicien los materiales de trabajo.

La empresa.

- * Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- * Es responsable de la seguridad íntegra de los trabajadores y clientes de la empresa.
- * Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados y con el Estado.
- * Es responsable de capacitar a todo su personal para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- * Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación.

2.6.7 FODA.

Fortalezas.

- * Producto con altos estándares de calidad.
- * Producto con varias presentaciones lo cual permitirá a nuestros clientes disfrutar de estos a toda hora.
- * Cuenta con un menú variado.
- * Un equipo de trabajo capacitado y comprometido con lo que hace.
- * Ubicados estratégicamente.
- * Los costos de la materia prima son bajos en comparación a otros tipos de comida.
- * Uso de redes sociales para poder promocionar.
- * El único establecimiento con este tipo de producto.

Oportunidades.

- * La gran cantidad de personas que concurren a la plaza.
- * La gran cantidad de establecimientos aledaños al restaurante.

Debilidades.

- * Ser una empresa nueva con poca experiencia.
- * Limitado capital al iniciar el negocio.
- * Falta del conocimiento del producto.

Amenazas.

- * Emergencia de salud por la pandemia que vive el mundo.
- * Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que se vive actualmente.
- * La creciente delincuencia nacional a raíz de la emergencia sanitaria.
- * La competencia de nuevos locales alrededor.
- * No tener la aceptación necesaria del producto.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura.

Diferenciación.

En La Casa de las Crepes la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

Nivel Gerencial.

- Administrador/ Cajera propietario

Nivel Operativo.

- Producción/ Cocinero
- Repartidor/ Polifuncional

2.7.2 Formalización.

La empresa se regirá a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

La Casa de las Crepes centrará sus actividades en el área de producción y distribución elaborando sus platos con productos de calidad y con un excelente servicio y atención al cliente para así fidelizarlos para el posicionamiento de la empresa.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

2.7.4 Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y distribución, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas con un sistema de inventarios correspondientes en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

(ver anexo #1)

2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama empresarial La Casa de las Crepes



Vásquez, S. (2021). *Organigrama empresarial La Casa de las Crepes*. Quito.

2.2 Funciones del personal

PUESTO DE ADMINISTRADOR CAJERO

Detalles generales del puesto de Administrador Cajero.

Empresa	La Casa de las Crepes
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, preparación del estado financiero con base en las normas, mantener un sistema de control interno contable, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, responsable de la recepción del dinero en efectivo o tarjetas y demás documentos de valor con el fin de recaudar los ingresos y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja, arqueos de caja y cuadro de caja e inventarios y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia.
Denominación del puesto	Administrador Cajero.
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y el cuadro de la caja e inventario
Remuneración	\$ 600

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, administrador cajero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<p>Tecnólogo en Administración o superior. Al menos un idioma fluido aparte del nativo. De preferencia inglés.</p>	<p>Mínimo un año en el cargo de Administrador - Cajero</p>	<p>Protocolo de servicio. Procesos de servicio y atención al cliente. Destreza para la ejecución efectiva de transacciones. Administración de empresas. Cobranza y manejo de dinero. Dominio de procesos contables, manejo de inventarios. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación</p>	<p>Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Desarrollo de subordinados. Tolerancia al estrés. Liderazgo. Iniciativa. Integridad. Meticulosidad. Planificación y organización. Sensibilidad interpersonal. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.</p>

Vásquez, S. (2021). *Méritos aspectos a considerar, administrador cajero. Quito.*

PUESTO DE PRODUCCIÓN/ COCINERO

Detalles generales del puesto producción/ cocinero.

Empresa	La Casa de las Crepes
Unidad administrativa	Área de Producción
Misión del puesto	Limpiar y ordenar los elementos de la cocina y preparación y presentación del producto final antes de llegar al comensal.
Denominación del puesto	Producción/ cocinero
Rol del puesto	Procesos de producción y almacenamiento de materia prima y limpieza del área de cocina.
Remuneración	\$ 450

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, producción / cocinero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínimo 1 año de experiencia en el cargo.	Pre-elaboración y conservación culinaria. Procesamiento de alimentos y bebidas. Conocimiento en cocina en cuanto a elaboración de crepes. Innovación y creatividad de las recetas.	Adaptabilidad. Creatividad. Respeto Comunicación. Compromiso. Decisión. Puntualidad Solidaridad. Capacidad de escucha. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Vásquez, S. (2021). *Méritos aspectos a considerar, producción/ cocinero*. Quito.

PUESTO DE REPARTIDOR / POLIFUNCIONAL

Detalles generales del puesto de mesero.

Empresa	La Casa de las Crepes
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Servir eficazmente al cliente durante su experiencia en el establecimiento, sirviendo platos, y hacer los domicilios.
Denominación del puesto	Mesero / Polifuncional.
Rol del puesto	Comunicación eficaz con el área de producción. Atención al cliente, servicio a la mesa y a domicilio y ayudar al cajero en sus funciones.
Remuneración	\$ 400

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, repartidor /polifuncional.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Mínimo bachiller.	No es necesaria experiencia.	Protocolo de servicio. Atención al cliente.	Adaptabilidad. Comunicación. Compromiso. Respeto. Puntualidad. Decisión. Capacidad de escucha. Solidaridad. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

Vásquez, S. (2021). Méritos aspectos a considerar, repartidor / polifuncional. Quito.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca La Casa de las Crepes en la mente del consumidor poniendo énfasis en el extenso menú y la responsabilidad social, productos y servicios del restaurante mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así clientes potenciales.

3.2 Investigación de mercado

La Casa de las Crepes consideró la investigación de campo.

La investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa, aplicando una técnica de obtención de información la cual es una encuesta.

3.2.1 Modalidad

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma online y físicas en donde se envió la encuesta mediante su correo electrónico y otras se las realizó en físico esta encuesta constó de 11 preguntas cerradas.

3.3 Plan de Muestreo

Se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades. Se toma en cuenta a las diferentes edades ya que va dirigido a las personas que comparten entre amigos y familia. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

FÓRMULA DE LA MUESTRA CON POBLACIÓN FINITA						
	$n =$	$\frac{(z)^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(e)^2 (N - 1) + (z)^2 \cdot P \cdot Q}$				
POBLACIÓN	N =	59251				
	n =	3,8416	0,5	0,5	59251	
		0,0025	59250	3,84		0,5 0,5
	n =	56905				
		148,125	+	0,9604		
	n =	56905				
		149,0854				
MUESTRA REAL	n =	381,69				PERSONAS PARA ENCUESTAR

3.4 Análisis de las encuestas

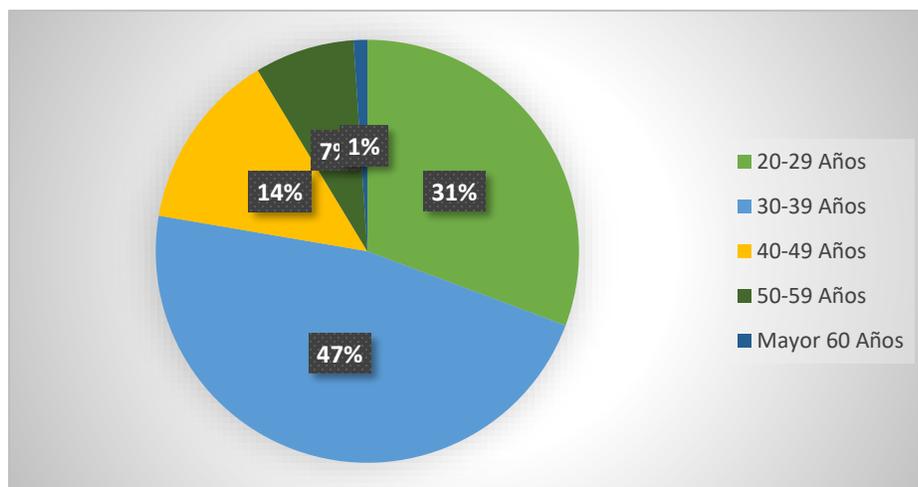
Pregunta 1.

(Ver anexos # 2)

Tabla 4. Pregunta 1

¿A qué categoría de edad pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
20-29 Años	117	31
30-39 Años	179	47
40-49 Años	52	14
50-59 Años	29	7
Mayor 60 Años	4	1
TOTAL	381	100%

Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 1, gráfico circular. Quito.

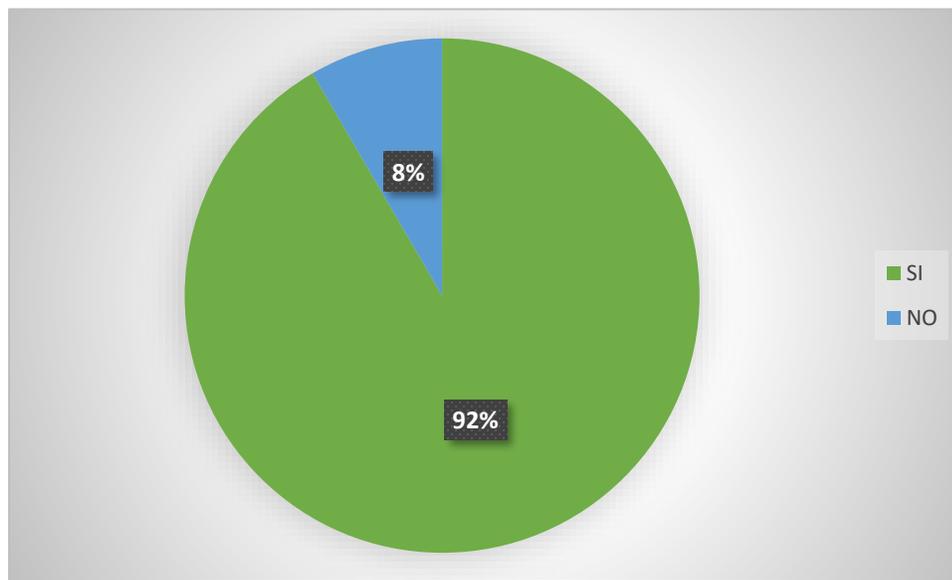
Análisis: Los encuestados manifestaron en su mayoría que son personas de 30 y 39 años, pero un balance general da como resultado de que en su gran mayoría son personas de entre 20 a 39 años, esto ayuda a determinar el rango de edades para el cual nuestro target va dirigido, es de conocimiento general que las personas que consumen comida rápida en su mayoría siempre son jóvenes que les gusta compartir entre amigos, y este resultado ayuda y favorece a La Casa de las Crepes.

Pregunta 2.

Tabla 5. Pregunta 2.

¿Conoce usted qué son las crepes?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	349	92
No	32	8
TOTAL	381	100%

Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular.



Vasquez, S. (2021). Pregunta 2, gráfico circular. Quito.

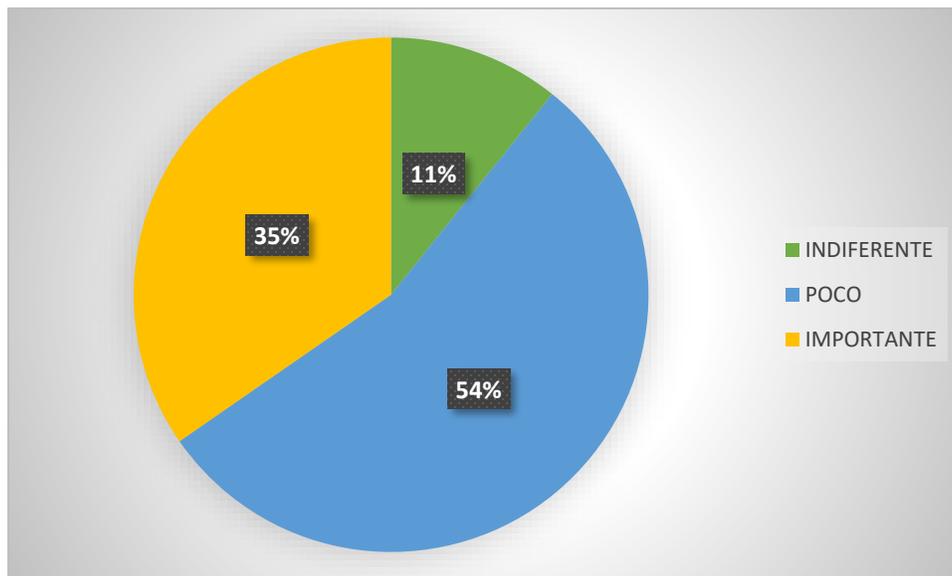
Análisis: De los 381 encuestados el 92% manifestaron que, si conocen que son las crepes, esto es de gran aporte para la empresa, ya que será mucho más fácil llegar a nuestro cliente.

Pregunta 3.

Tabla 6. Pregunta 3

¿Qué importancia le da al valor nutricional de sus comidas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Indiferente	41	11
Poco	208	54
Importante	132	35
TOTAL	381	100%

Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 3, gráfico circular. Quito.

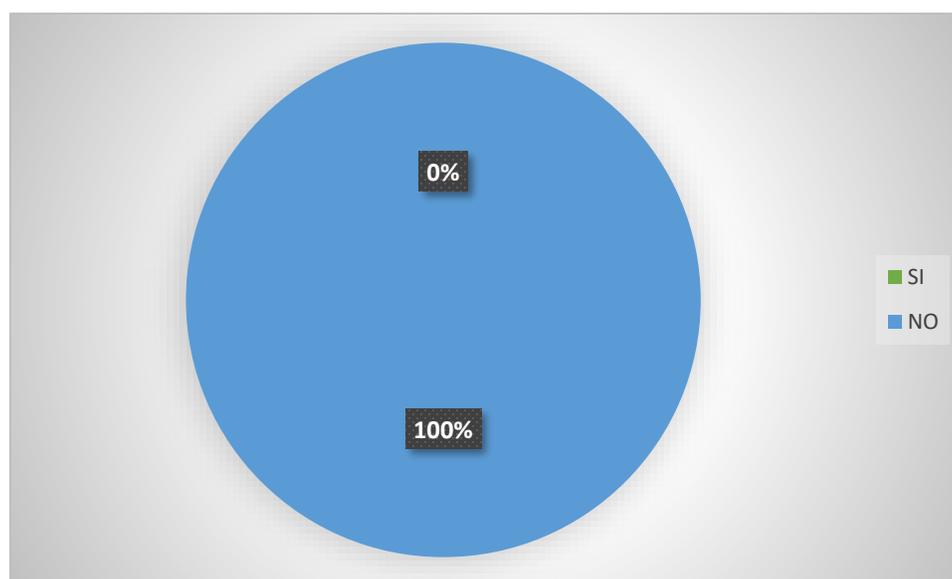
Análisis: De los 381 encuestados en su mayoría respondieron que es importante el valor nutricional de sus comidas esto ayuda a La Casa de las Crepes a atraer clientes que buscan tener una alimentación sana y equilibrada

Pregunta 4.

Tabla 7. Pregunta 4

¿Sabía que las crepes facilitan algunas de las funciones digestivas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	0	0
No	381	100
TOTAL	381	100%

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

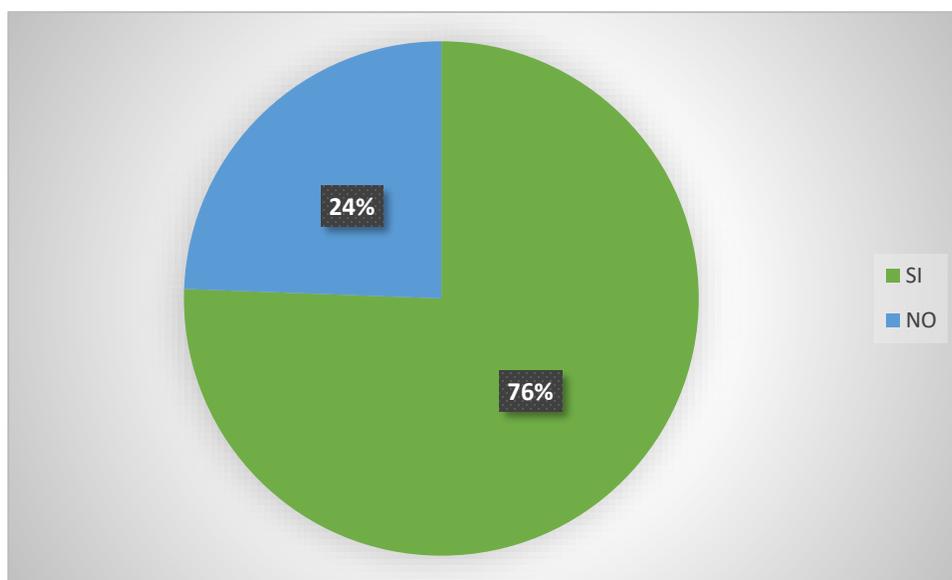
Análisis: De los 381 encuestados el 100% respondió que, no sabían que las crepes facilitan las funciones digestivas sería una buena oportunidad para La Casa de las Crepes hablarles de todos los beneficios que tiene comerse una crepe.

Pregunta 5.

Tabla 8. Pregunta 5

¿De existir un establecimiento de crepes en el sector de San Bartolo asistiría?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	288	76
No	93	24
TOTAL	381	100%

Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 5, gráfico circular. Quito.

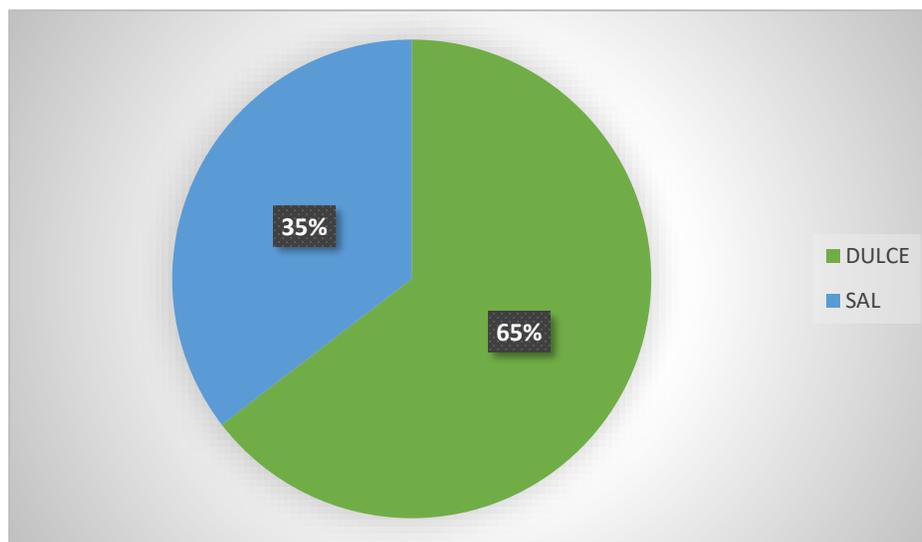
Análisis: De los 381 encuestados el 76% respondió positivamente que asistirían a un establecimiento de crepes en el sector de San Bartolo, así que es una buena oportunidad de negocio.

Pregunta 6.

Tabla 9. Pregunta 6

¿Qué tipo de crepe consume más?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sal	135	35
Dulce	246	65
TOTAL	381	100%

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 6, gráfico circular. Quito.

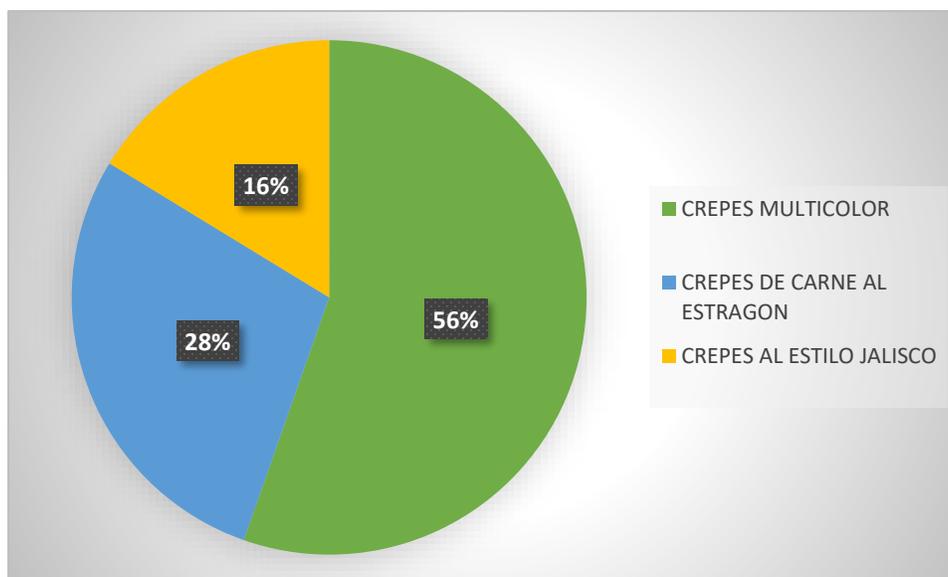
Análisis: De los 381 encuestados el 65% respondió que la crepe que consumen más es la de dulce así que para nuestros comensales tendremos un extenso menú.

Pregunta 7.

Tabla 10. Pregunta 7

¿Por qué plato de crepes está usted dispuesto a ir a nuestro establecimiento?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Crepes multicolor	211	56
Crepes al estilo Jalisco	62	16
Crepes de carne al estragón	108	28
TOTAL	381	100%

Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 7, gráfico circular. Quito.

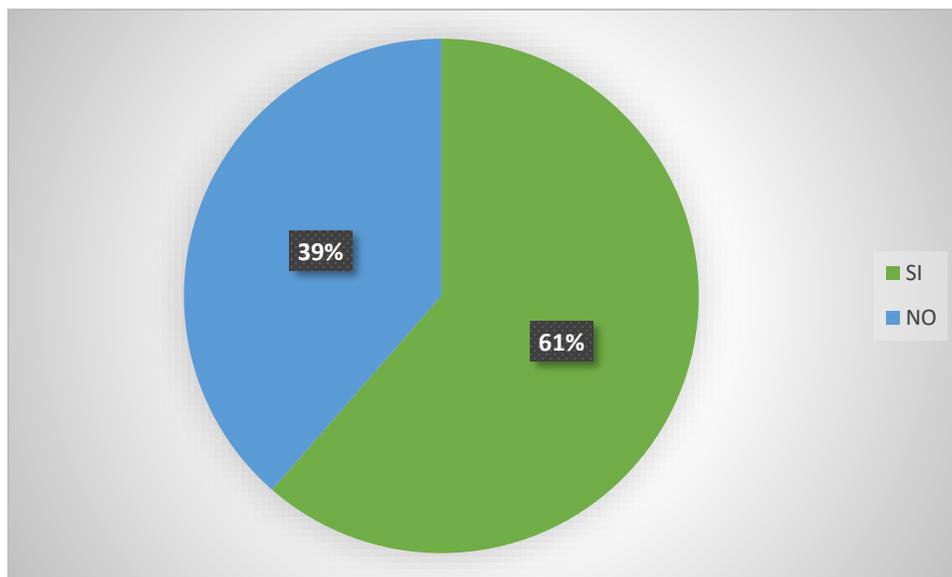
Análisis: De los 381 encuestados un 56% estaría dispuesto a ir a nuestro establecimiento por el plato de la crepe multicolor, así que este plato será nuestro producto estrella.

Pregunta 8.

Tabla 11. Pregunta 8

¿Se ofrecerá un servicio a domicilio en bicicleta lo pediría?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	234	61
No	147	39
TOTAL	381	100%

Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 8, gráfico circular. Quito.

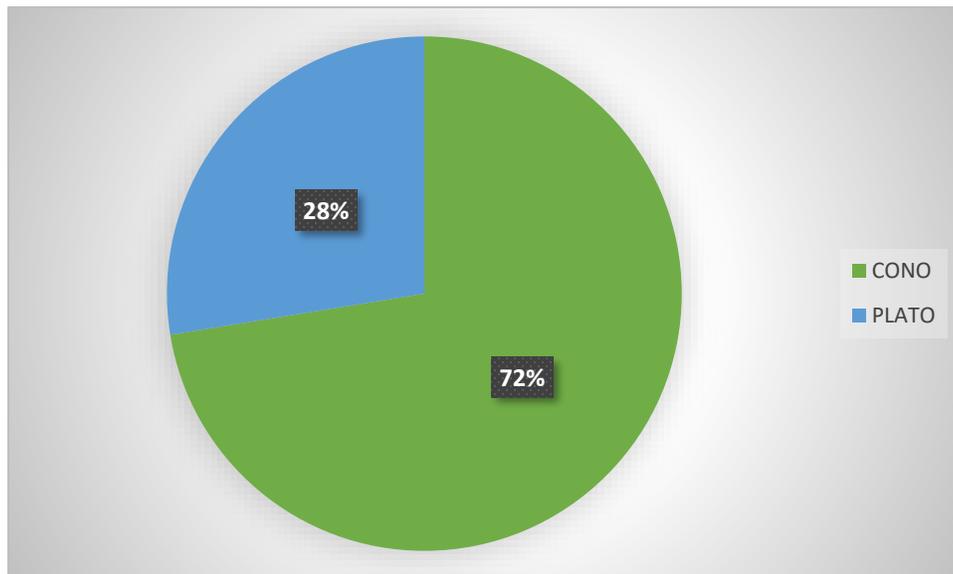
Análisis: Los encuestados en su mayoría si tomarían un servicio a domicilio La Casa de las Crepes debe trabajar para satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

Pregunta 9.

Tabla 12. Pregunta 9

¿Cómo prefiere las crepes en cono o en plato?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Cono	266	92
Plato	115	8
TOTAL	381	100%

Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 9, gráfico circular. Quito.

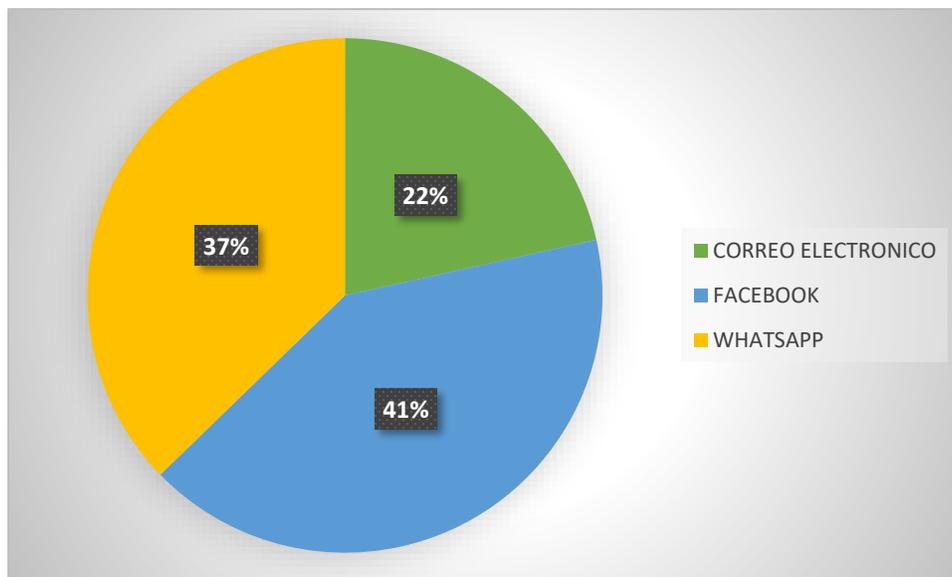
Análisis: El 72% de los encuestados prefieren la presentación en cono así que se enfocara La Casa de las Crepes en priorizar la venta e impulsar el cono.

Pregunta 10.

Tabla 13. Pregunta 10

¿Los descuentos y promociones donde le gustaría recibirlas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Correo electrónico	82	22
Facebook	167	41
WhatsApp	132	37
TOTAL	100	100%

Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular.



Vásquez, S. (2021). Pregunta 10, gráfico circular. Quito.

Análisis: El 41% y el 37% respondieron que prefieren sus promociones y descuentos por medio de redes sociales en su elección de comida rápida, esto ayuda a concluir que es de suma importancia la publicidad digital para atraer clientes potenciales.

3.4.1 Análisis General.

Como primer punto se puede concluir que el target al que va dirigido la empresa son jóvenes de entre 20 a 39 años de edad los cuales son ciudadanos del sector de San Bartolo, este target en su gran mayoría son personas que consumen comida rápida regularmente, que, al brindar una buena información, sobre los beneficios de consumir las crepes, atención al cliente y al utilizar productos de excelente calidad es una herramienta necesaria para fidelizar a nuestros clientes.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante para La Casa de las Crepes manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia regional con otras marcas de comida rápida.

El cliente hoy en día busca un buen servicio y promociones también hay clientes que buscan comida saludable y es lo que La Casa de las Crepes busca. Ofrecer un producto de calidad y saludable.

Lo más importante que se pudo analizar es la acogida que pueda tener un local de estas características en sector, ya que Las Casas de las Crepes tiene un porcentaje de aceptación del 92 %.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno.

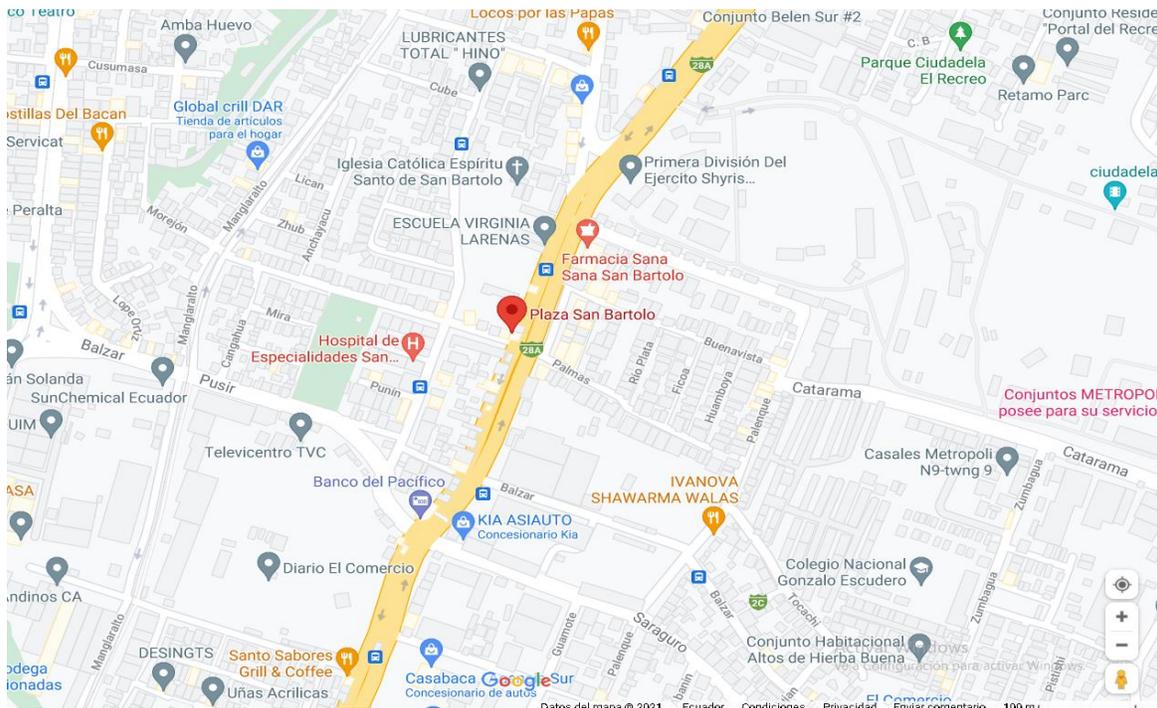
La Casa de las Crepes considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 14. Esquema microentorno La Casa de las Crepes.



Vasquez, S. (2021). Esquema microentorno La Casa de las Crepes. Quito.

Ilustración 15. Ubicación.



(GoogleMaps, 2021) Ubicación. Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/Plaza+San+Bartolo/@-0.2684102,-78.5298727,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d599480b455537:0xd3a24b8c9674a3e9!8m2!3d-0.2683957!4d-78.5277314>

- **Competencia directa.**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a encontrarse La Casa de las Crepes, no se encontró un establecimiento como competencia directa.

Competencia indirecta.

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar La Casa de las Crepes.

En la plaza San Bartolo se encuentran establecimientos que puede ser considerado como competencia indirecta.

- Heladeria Dulces Sueños en donde venden solamente lo que es helados.

En la Avenida del Mestro se encuentran dos establecimientos que son considerados como competencia indirecta.

- Pizza D' Lucca, local que vende solamente pizzas.
- Tienda San Bartolo, local donde se vende bebidas, snacks y helados.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector no se encontraron sustitutos.

Proveedores.

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja La Casa de las Crepes, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 14. *Proveedores.*

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Supermercado Santa María	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. • Establecimientos extensos. 	Embutidos, carnes, pollo, crema de leche, azúcar impalpable, canela, salsas, harina y aliños.
Mercado Mayorista	<ul style="list-style-type: none"> • Productos locales • Precios bajos 	Frutas y verduras

Vásquez, S. (2021). Proveedores. Quito.

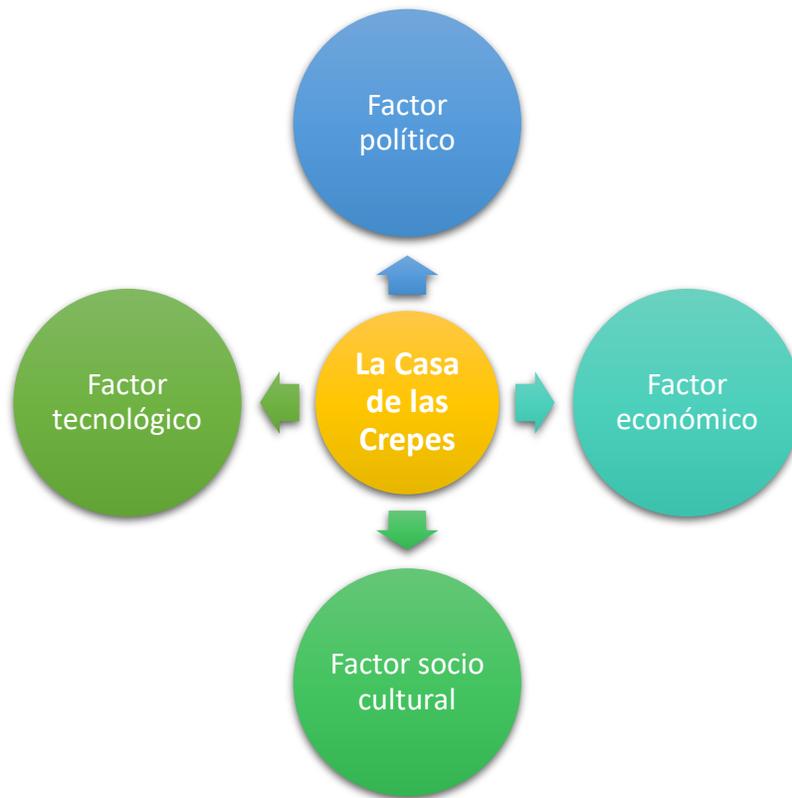
- **Clientes.**

La Casa de las Crepes es una empresa dirigida a familias, grupos de amigos, estudiantes y empleados de las diferentes empresas aledañas que visitan la plaza.

3.5.2 Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que La Casa de las Crepes no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 16. Esquema macroentorno La Casa de las Crepes.



Vásquez, S. (2021). Esquema macroentorno La Casa de las Crepes. Quito.

- **Factor Político.**

Sabemos que en el Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento. Por otro lado, también están sujetos al control del ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura). Debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas están bajo una estricta vigilancia sanitaria, el MINTUR (Ministerio de Turismo), ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) y el MSP (Ministerio de

Salud Pública) han emitido un manual de contingencia sanitaria que deben ser adoptadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso. La Casa de las Crepes realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de restauración.

Con los debidos permisos como:

- Matrícula de comercio
- Registro Único de Contribuyente
- Registro de Patente municipal y pago de justicia y vigilancia
- Pago al Benemérito Cuerpo de Bomberos
- Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación de locales
- Permiso Sanitario y Certificado Sanitario de los empleados del local
- Pago anual al ministerio de Gobierno y Policía
- Licencia Única Anual del Establecimiento.

- **Factor Económico.**

En la actualidad el Ecuador está viviendo un declive económico debido a la reciente pandemia que azotó el mundo, pandemia que tuvo al país en cuarentena por aproximadamente 3 meses, en los cuales el sector turístico fue el más afectado, ya que debido a la emergencia sanitaria varias empresas tuvieron que cerrar definitivamente, esto causó el despido masivo de un centenar de personas, por otro lado, existen empresas que ahora funcionan al mínimo de su capacidad con una baja considerable de ingresos.

Es por eso que La Casa de las Crepes está y estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

- **Factor Sociocultural.**

En cuanto a este factor La Casa de las Crepes ofrece un producto, que se puede mezclar con diferentes sabores sean de dulce o de sal con un menú extenso, para ofrecer las exigencias que exprese el cliente. Por otro lado, el estilo de vida ligado a la capacidad adquisitiva que afectan al cliente por los cambios económicos.

- **Factor Tecnológico.**

Si bien es cierto, en los últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera sorprendente, no solo en los países primermundistas, sino que, en todos los países del mundo, muchos de estos han sabido utilizar de una manera positiva a estos avances, y este es el caso de Ecuador, ya que este aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos.

Hablando del área de restaurantes, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de cierto restaurante.

La tecnología ha avanzado de manera radical, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar reservas, ver el menú de un establecimiento y hasta para la toma de pedidos. La Casa de las Crepes trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes, también trabajará con maquinaria tecnológica avanzada para agilizar la producción de los productos cabe mencionar que se realizara publicidad en línea.

3.6. Producto y servicio

La Casa de las Crepes es un restaurante dedicado a la elaboración de comida rápida y saludable, se enfoca básicamente en la producción de alimentos saludables con productos orgánicos, agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de producción que hacen énfasis en el uso óptimo de técnicas y métodos de cocción, seguridad alimentaria y bioseguridad. Con respecto a sus servicios, el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de restauración que incluyen: servicio a la mesa y reserva, La Casa de las Crepes también ofrece servicio de delivery (entrega a domicilio) y *takeaway* (servicio para llevar).

3.6.1. Producto Esencial.

Hoy en día, los clientes de restaurantes no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, sentirse relajados y disfrutando de algo gustoso, buscan un ambiente divertido con una temática llamativa. En La Casa de las Crepes, el producto esencial es el plato crepe multicolor, este plato tendrá prioridad y lo impulsaremos con la promoción 2x1.

3.6.2. Producto Real.

La Casa de las Crepes maneja una gran variedad de productos de bebidas y comida rápida diferente e innovadora entre los que se pueden encontrar:

- Crepes dulces, con variedades de sabores de helados con adicionales como chispas de chocolates, grageas, mermelada de frutilla, etc.
- Crepes de sal, rellenos de diferentes preparaciones como encocados de camarones, pollo en salsa de champiñones, carne en salsa dulce.
- Bebidas Típicas como jugos naturales. Gaseosas, té, café y aguas.

3.6.3. Características.

Para la elaboración de cada uno de los platos en La Casa de las Crepes hay una ardua labor de innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados del restaurante. En la cocina, los alimentos son preparados bajo específicos manuales de BPM, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes un producto final de primera, mientras que en el área de servicio los empleados están siempre a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y dudas durante su visita al establecimiento.

3.6.4. Calidad.

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Tiempos de cocción por producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.
- Análisis de puntos críticos de control.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

3.6.5. Estilo.

En La Casa de las Crepes será de una temática de cuidar el medio ambiente, se utilizarán la mayor parte de sus materiales reciclados, como sillas, mesas de pallet descartados, así como pinturas de la naturaleza en las paredes, con frases que se refieran a la conservación de la naturaleza y sus fuentes como el agua.

3.7. Marca.

La Casa de las Crepes es un nombre muy fácil de recordar y así posicionar en la mente de los clientes, la casa por que al ser un emprendimiento familiar y al estar ubicado en un sector donde conjugan diversos núcleos familiares, es un nombre ideal y crepes por ser el producto principal del establecimiento.

3.7.1 Producto aumentado.

Lo que diferencia a La Casa de las Crepes de su competencia es su concepto y estilo en donde los clientes que buscan deleitarse de un plato de comida puedan tener un momento de relajación tranquilidad con un buen ambiente, La Casa de las Crepes también brinda precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para visitar este lugar.

3.8. Plan de introducción al mercado

3.8.1. Distintivos y Uniformes

Área Administrativa.

La cajera administradora y el repartidor polifuncional usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Cajera administradora.**

- * Camiseta polo color verde mangas cortas con detalles en negro y sello distintivo de la empresa.
- * Pantalón jean negro.
- * Zapatillas negras
- * Medias negras

Ilustración 17. Diseño uniforme cajera administradora



Vásquez, S. (2021). Diseño uniforme cajera administradora. Quito.

Personal del área de servicio.

Tanto el mesero como el cajero usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Mesero polifuncional.**

- * Camiseta polo color verde mangas cortas con detalles en negro y sello distintivo de la empresa.
- * Pantalón jean negro.
- * Zapatillas negras
- * Medias negras

Ilustración 18. Diseño uniforme mesero polifuncional.



Vásquez, S. (2021). Diseño uniforme mesero polifuncional. Quito.

Personal del área de cocina.

El cocinero usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Cocinero.**

- * Camiseta blanca con detalles en rojo.
- * Delantal de servicio color negro con detalles en rojo y los sellos distintivos de la empresa.
- * Pantalón negro.
- * Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- * Medias negras largas.

Ilustración 19. Diseño uniforme personal del área de cocina.



Vásquez, S. (2021). Diseño uniforme, personal del área de cocina. Quito.

3.8.2. Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 20. Imagotipo La Casa de las Crepes.



Elementos a destacar:

- El empaque de las crepes representando la comida rápida.
- Los uniformes del establecimiento dando como referencia a la temática verde.
- El logotipo del establecimiento “La Casa de las Crepes”
- Los colores usados:
 - Color turqués, es un color que abre el apetito.
 - Rosa, simboliza la amabilidad, lo positivo, sentimental, sensibilidad, cortesía, buena educación, infancia e inocencia.
 - El Isotipo es claro en resaltar las crepes donde destacan la esencia del establecimiento que son las crepes.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 21. Anverso tarjeta de presentación



En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, se observan también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

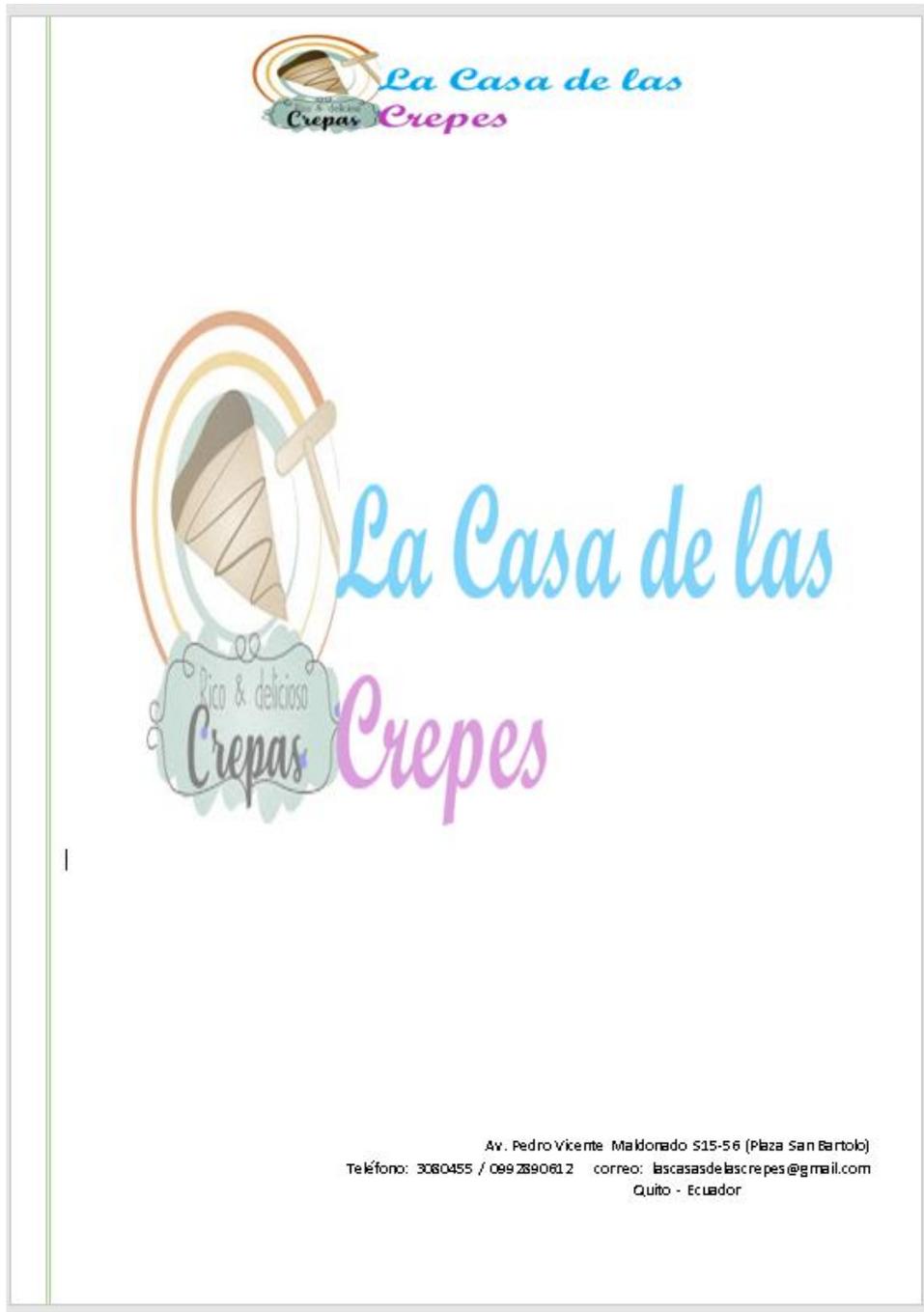
Ilustración 22. Reverso tarjeta de presentación



Hoja membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 23. Hoja membretada



3.8.3. Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de La Casa de las Crepes es su establecimiento ubicado en la ciudad de Quito, en la avenida Maldonado San Bartolo Plaza.

- **Promoción.**

- * El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- * Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.
- * Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

- **Contacto.**

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.

- **Correspondencia.**

- * A través de mail corporativo.

- **Negociación.**

- * Directa en el establecimiento con cita previa.
- * A través de videoconferencia. (Zoom).
- * Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 15. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$12.00
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$60.00
TOTAL		\$72.00
TOTAL, ANUAL		\$864.00

Vasquez, S. (2021). Financiamiento publicidad. Quito.

3.8.4. Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo La Casa de las Crepes, sino también todo establecimiento turístico y restaurantes es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobre todo en el proceso de producción, en donde se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del plato final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

La oportunidad más grande que tiene La Casa de las Crepes es la de posicionarse en un mercado que debido a la emergencia por el COVID 19 ha ido en caída, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos de comida se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos establecimientos de comida están surgiendo y creciendo debido a los nuevos sistemas de servicios que se vieron obligados a implementar.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a: tomar ordenes, realizar reservaciones, elegir platos en menús digitales, así como también para el pago realizados mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas.

3.6 Fijación de Precios

3.6.1 Fijación de precios por receta estándar.

Los precios en las recetas presentadas a continuación han sido calculados para un solo PAX (comensal). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el plato, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos de 2 recetas:

- Crepes multicolor.
- Crepes de carne al estragón.

- **Crepes multicolor.**

Tabla16 . Crepes multicolor, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Crepes multicolor.	Código: 001		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/08/2021	Chef:		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Crepes	g	\$0.0084	31	\$0.26
Plátano	g	\$0.001	25	\$0.25
Durazno	g	\$0.002	20	\$0.04
Salsa de chocolate	g	\$0.005	45	\$0.22
Kiwi	g	\$0.002	25	\$0.05
Salsa de mora	g	\$0.005	45	\$0.22
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$1.04
			10% imprevistos	\$0.10
			Total neto	\$1.14
			Gasto de fab. 15%	\$0.171
			Factor costo 33,33%	\$0.379
			M.O. 45%	\$0.513
			G. Admin 12%	\$0.136
			45% utilidad	\$0.513
			Subtotal	\$2.852
			12% IVA	\$0.342
			10% servicio	\$0.285
Total	\$3.479			

Vasquez, S. (2021). *Crepes multicolor, receta estándar de costos.* Quito.

- **Crepes de carne al estragón.**

Tabla 17. Crepes de carne al estragón, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Crepes de carne al estragón		Código: 002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/08/2021		Chef:	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Crepes	g	\$0.0084	62	\$0.52
Lomo de res	g	\$0.006	120	\$0.72
Champiñón	g	\$0.002	120	\$0.24
Cebolla perla	g	\$0.0029	30	\$0.087
Ajo	g	\$0.007	15	\$0.10
Lechuga romana	g	\$0.0012	30	\$0.036
Mantequilla	g	\$0.034	10	\$0.34
Sal	g	\$0.003	0.10	\$0.03
Pimienta	g	\$0.002	0.10	\$0.02
Crema de leche	g	\$0.0031	120	\$0.37
Estragón	g	\$0.003	0.10	\$0.03
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$2.493
			10% imprevistos	\$0.249
			Total neto	\$2.742
			Gasto de fab. 15%	\$0.411
			Factor costo 33,33%	\$0.913
			M.O. 45%	\$1.233
			G. Admin 12%	\$0.329
			45% utilidad	\$1.233
			Subtotal	\$6.861
			12% IVA	\$0.823
			10% servicio	\$0.686
Total	\$8.37			

Vasquez, S. (2021). *Crepes de carne al estragón, receta estándar de costos. Quito.*

3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 18. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$200	\$1800	\$3600

Vasquez, S. (2021). Arriendo del local. Quito.

- **Equipos industriales.**

Tabla 19. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Crepera	3	\$490.00	\$1470.00
Licuada industrial	1	\$500.00	\$500.00
Balanza digital	1	\$63.00	\$63.00
Frigoríficos	1	\$300.00	\$300.00
Mesas de trabajo	3	\$280.00	\$840.00
Cocina industrial+ Juego de mesas y sillas	1	\$520.00	\$520.00
TOTAL			\$3693.00

Vasquez, S. (2021). Equipos industriales. Quito.

- **Equipos de computación.**

Tabla 20. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Caja registradora	1	\$580.00	\$650.00
Teléfono	1	\$16.00	\$25.00
Laptop HP Core I5	1	\$580.00	\$580.00
Computadora d escritorio	2	\$489.00	\$978.00
Impresora copiadora	1	\$230.00	\$230.00
TOTAL			\$2463.00

Vasquez, S. (2021). Equipos de computación. Quito.

- **Muebles y enseres.**

Tabla 21. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estación de gerencia	1	\$120.00	\$350.00
Sillas de espera	1	\$150.00	\$150.00
Sillas de oficina	1	\$49.00	\$49.00
Lockers	1	\$320.00	\$320.00
Juego de cucharas	3	\$2.21	\$6.63
Set de chuchillos (3 piezas)	2	\$22.57	\$45.14
Juego de vasos	6	\$1.78	\$10.68
Vajilla	2	\$19.26	\$38.52
Tabla de picar	3	\$2.67	\$8.01
Juego de ollas	1	\$78.12	\$78.12
Jarras	2	\$0.93	\$1.86
Basureros	3	\$33.77	\$101.31
TOTAL			\$1159.27

Vasquez, S. (2021). Muebles y enseres. Quito.

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 22. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$16.43	\$16.43
Bomba de mano desinfectante	1	\$6.00	\$6.00
Detector de gas con alarma	1	\$15.00	\$15.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	4	\$8.00	\$32.00
TOTAL			\$69.43

Vasquez, S. (2021). Equipos industriales de seguridad. Quito.

- **Suministros de oficina.**

Tabla 4. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 100H.	1	\$1.16	\$1.16
Grapadora	1	\$3.57	\$3.57
Grapas (caja)	1	\$0.70	\$0.70
Caja 3 resaltadores	1	\$1.18	\$1.18
Esferos BIC (3 azul)	3	\$0.44	\$1.32
Perforadora	1	\$3.29	\$3.29
Cuaderno	2	\$0.89	\$1.78
Tijera	1	\$2.78	\$2.78
TOTAL			\$15.78
TOTAL, ANUAL			\$189.36

Vasquez, S. (2021). suministros de oficina. Quito.

- **Servicios básicos.**

Tabla 5. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$20.00
Luz	\$15.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$45.00
TOTAL	\$90.00
TOTAL, ANUAL	\$1080.00

Vasquez, S. (2021). servicios básicos. Quito.

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 6. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba plástica suave grande	2	\$2.96	\$5.00
Trapeador	2	\$2.96	\$6.00
Cloro 4000g	1	\$2.96	\$4.95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	2	\$5.00	\$10.00
Esponja lavaplatos	2	\$0.53	\$1.06
Fundas basura	1	\$0.65	\$0.65
Lavavajillas 1000gr.	1	\$2.63	\$2.63
Pala	2	\$1.56	\$3.12
Jabón líquido manos	1	\$3.58	\$3.58
Papel higiénico industrial	1	\$16.40	\$16.40
Toalla de papel	2	\$2.07	\$4.14
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$6.92	\$6.92
TOTAL			\$64.45
TOTAL, ANUAL			\$773.40

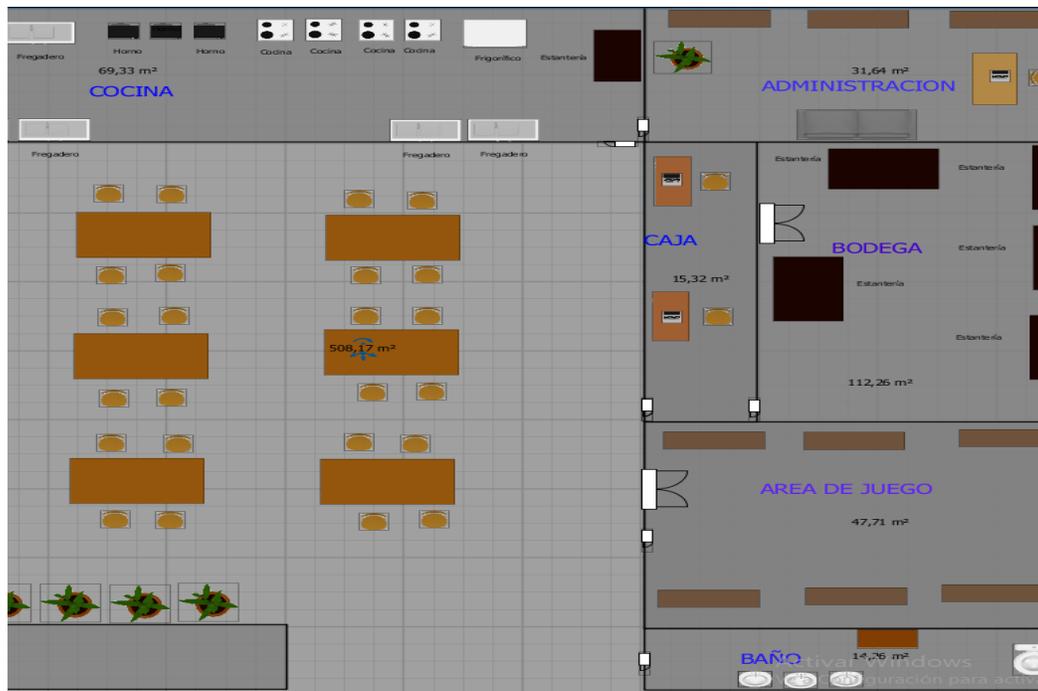
Vásquez, S. (2021). materiales de limpieza. Quito.

3.11 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (15 personas). En la cocina, se ha considerado el espacio que necesitara el cocinero para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. Se agregó espacio específico para la bodega. Como se puede observar, se agregaron espacios físicos para los juegos en donde los niños se pueden divertir.

Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 4. Estructura del establecimiento.



Vásquez, S. (2021). Estructura del establecimiento. Quito.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

- ***Servicio de Rentas Internas / SRI***

En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2020).

Para obtener el RISE se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.

- ***Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCOSA***

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCOSA, se debe cancelar un valor de \$96, y los requisitos que solicitan son (ARCOSA, 2020):

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

- ***Patente Municipal***

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. Los requisitos que se solicitan son (PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES, 2020).

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
 - Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
 - Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
 - Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual.
- **LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ)**

Para obtener la LUAE se necesitan los siguientes requisitos y no tienen ningún costo (PORTAL ÚNICO DE TRAMITES CIUDADANOS, 2020).

- Formulario de Solicitud LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cedula
- Copia de papeleta de votación vigente
- Copia del nombramiento del representante legal

Dentro de este permiso se toman en cuenta algunos factores, como:

- Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- Si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
- Si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
- Si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

- **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021)002E

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.

- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

- ***IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)***

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00. La protección de la marca tiene una duración de 10 años y puede ser renovada indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. El procedimiento que se debe realizar es el siguiente (SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES, 2021):

- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- Ingrese con su usuario y contraseña
- Ingrese a la opción PAGOS

- Opción TRÁMITES NO EN LÍNEA
- Opción GENERAR COMPROBANTE
- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos tres caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
- Imprima el comprobante
- Y asista el BANCO DEL PACÍFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea, Manual de uso.
- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

La industria alimentaria es un sector que tiene un alto impacto con el medio ambiente, ya que, se trabaja con productos orgánicos y químicos donde se puede causar algún tipo de daño en los procesos que realiza la empresa.

Por lo cual nuestra empresa tiene como objetivo prevenir y restaurar los daños que se pueda causar al medio ambiente en la elaboración de las crepes y que el establecimiento pueda ocasionar.

Al momento de elaborar las crepes se utilizará la materia prima necesaria, no se utilizará ningún tipo de químico para evitar cualquier tipo de contaminación ambiental.

Las personas ocasionan basura al momento de ingresar y salir del local, por lo que se colocarán tachos de basura diferentes, clasificando plásticos, papeles y productos orgánicos.

El impacto social se puede visualizar en el sector donde está ubicado La Casa de las Crepes, por lo cual se identificará cosas positivas y negativas cuando el establecimiento este brindando su servicio.

5.2 Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar La Casa de las Crepes.

- **Contaminación que ocasiona la basura:** los residuos que los clientes generan al momento que ingresen o salgan del local, tales como: fundas, servilletas, botellas, entre otros.

-

Ilustración 22. Basureros.



(Giner, 2017). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://www.zonaplastica.com/basureros-pequenos/>

- **Contaminación al momento de limpiar la crepería:** cuando se realiza la limpieza de pisos, cocina, utensilios de cocina y demás se lo realiza con productos químicos que al mezclarse con agua se convierten en aguas residuales y si no se evacuan por tuberías con el tiempo provocara contaminación al medio ambiente.
- **Consumo de electricidad:** los frigoríficos donde se tendrá los productos para la elaboración de las crepes.

Ilustración 23. Focos Ahorradores.



(Green Corporate Energy, 2018). *Ahorro de energía*. Recuperado de: <https://greencorporatenergy.com/es/conoces-la-importancia-del-ahorro-de-la-energia->

- **Consumo de agua:** al momento de realizar la limpieza del establecimiento y los utensilios de cocina si no se realiza un control del agua se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por la crepería.

- Para la basura generada en el local se colocarán tachos de basura en sitios estratégicos que estén visibles para los clientes.
- Se utilizarán fundas de papel.
- Se utilizarán utensilios de bambú.
- Focos ahorradores.
- Se optimizará los envases de los productos, que sean biodegradables.
- Se sensibilizará y se ofrece formación ambiental a los trabajadores.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.
- Mantener las refrigeradoras y congeladoras conectadas a un adaptador de consumo de energía.

5.3 Impacto social

Igualdad de género

La Casa de las Crepes desarrollará una política de igualdad de género que evita la discriminación profesional, trato, carreras profesionales. También se aceptarán colaboradores de ambos sexos que acepten las políticas internas del negocio.

Generar empleo

La Casa de las Crepes generará apoyo a jóvenes talento. Así mismo, en los empleos más profesionalizados, se da la oportunidad a jóvenes que presenten un talento diferencial.

Atracción de empleados

Mediante una política que incluya una gestión empresarial que sea sostenible y sobre todo responsable, se crea una aceptación por parte de los empleados para que ellos se sientan seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en su desempeño laboral.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de La Casa de las Crepes, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posicionar al restaurante dentro del mercado gastronómico.

6.2. Inversiones

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no consumir esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

6.3. Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$7.384,70

Tabla 22. Activos Fijos.

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Equipos Ind. / seguridad	3762,43
Equipos de Computación	2463
Muebles - enseres	1159,27
TOTAL, ACTVOS FIJOS	7384,70

Vásquez.S (2021). Activos Fijos.

6.4. Activos diferidos

Concierne en 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 \$600 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 23. Activos Diferidos.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	600
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	600

Vásquez.S (2021). Activos Diferidos.

6.5. Capital de trabajo

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

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos con veinte mil quinientos diecinueve dólares con ochenta centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de mil ochenta dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc) con ciento ochenta y nueve dólares con treinta y seis centavos, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc) setecientos setenta y tres dólares con cuarenta centavos, el alquiler de local por tres mil seiscientos dólares, publicidad con ciento cincuenta y nueve dólares con noventa y seis centavos, costo de materia prima con dos mil dólares, gastos financieros con tres mil quinientos dólares, dándonos un total de treinta y un mil ochocientos veinte y dos dólares con cincuenta y dos centavos.

Tabla 24. Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	18521.2
Servicios Básicos	1080
Material oficina	189,36
Material limpieza	773,4
Alquiler local	2400
Publicidad	864
Adquisición de materia prima	2000
Gastos financieros	3.500,00
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	29.327,96

Vásquez.S. (2021). Capital de trabajo

Tabla 25. Detalles de inversión.

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	7384,70
Total Activos Diferidos	600
Total Capital de Trabajo	29.327,96
TOTAL INVERSION	37.312,66

Vásquez.S. (2021). Detalles de inversión

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de 39.807,22

6.6 Sueldos

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

Tabla 26. *Sueldos.*

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador-cajero	500	6000	567	729	6162
Cocinero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
	0	0	0	0	0

Vásquez.S. (2021). Sueldos.

Tabla 27. *Decimos.*

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL, DÉCIMOS
Administrador- Cajero	500	400	500	900
Cocinero	400	400	400	800
Mesero	400	400	400	800
TOTAL	1300	1200	1300	2500

Vásquez.S. (2021). Decimos.

Tabla 28. *Sueldos totales.*

TOTAL, SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
16021,2	2500	18521,2

Vásquez.S. (2021). *Sueldos totales.*

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$18521,2 anual.

6.7. 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 \$1.313,09.

Tabla 29. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN			
ACTIVOS	FIJOS	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	3762,43	10%	376,243
Equipos de Computación	2463	33,33%	820,9179
Muebles y Enseres	1159,27	10%	115,927
TOTAL DEPRECIACIÓN			1313,09

Vásquez.S. (2021). Depreciación de activos fijos

6.8. 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 ciento veinte dólares, ya que el monto por constitución equivale a seiscientos dólares.

Tabla 30. Amortizaciones.

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	600	20%	120

Vásquez.S. (2021). Amortizaciones.

6.9. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$14.807,22 que equivale a una estructura del 37%; costo 13% con una tasa de descuento de 4,8 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$25.000 con una estructura del 63% , el costo es del 14 % que otorga el 8,8% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$39.807,22 que en la suma total 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.

Tabla 31. Capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	12312.66	33%	13%	4,3%	
Capital Financiero	25.000	67%	14%	9,4%	
TOTAL INVERSIÓN	37312.66	100%		13,7%	TMAR

Vásquez.S. (2021). Capital.

6.10. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 32. Amortización

MONTO	25000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25000
1	7282,09	3.500,00	3.782,09	21.217,91
2	7282,09	2.970,51	4.311,58	16.906,33
3	7282,09	2.366,89	4.915,20	11.991,13
4	7282,09	1.678,76	5.603,33	6.387,80
5	7282,09	894,29	6.387,80	0,00

Vásquez.S. (2021). Amortización.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 25.000, con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de 894,29 y a su vez el pago capital de 6.387,80, al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.11. Punto de equilibrio

Tabla 33. Datos punto de equilibrio.

COSTOS FIJOS	
Materia prima	166,67
Arriendo	200
Sueldos	1543,43
Ser. básicos	90
TOTAL	2000,1

Vásquez.S. (2021). Datos punto de equilibrio.

Tabla 34. Margen de contribución.

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		
Precio	2,85	
Costo	1,04	
Ganancia	1,81	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Vásquez.S. (2021). Margen de contribución.

Tabla 35. Punto de equilibrio.

Venta	1105	2,85	3149,3
Costos	1105	1,04	1149,2
Gasto			2000,1
PUNTO DE EQUILIBRIO	0		

Vásquez.S. (2021). Punto de equilibrio.

En el punto de equilibrio se establece el número mínimo de unidades que necesitamos vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, cuando los costos totales igualan a los ingresos totales por venta.

Tabla 36. Ventas /costos.

VENTAS PROYECTADAS			
2300	6555	78660	ventas
2300	2392	28704	costo

Vásquez.S. (2021). Ventas /costos.

Porque en nuestro punto de equilibrio tendríamos que vender 1105 unidades en 30 días para estar en un punto de equilibrio en 0. Ya que para tener ganancias debemos estar por encima del TMAR y una rentabilidad del 10% por encima de la tasa mínima de rendimiento.

6.12 Estado de Resultados

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

Tabla 37. Estado de Resultados.

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		78660,00	81027,67	83466,60	85978,94	88566,91
COSTO DE VENTAS		28704,00	29567,99	30457,99	31374,77	32319,15
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		49956,00	51459,68	53008,61	54604,17	56247,76
GASTOS ADMINISTRATIVOS		18521,20	19078,69	19652,96	20244,51	20853,87
SERVICIOS BASICOS		1080,00	1112,51	1145,99	1180,49	1216,02
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		962,76	991,74	1021,59	1052,34	1084,02
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		2400,00	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27
PUBLICIDAD		864,00	890,01	916,80	944,39	972,82
DEPRECIACIONES		1313,09	1313,09	1313,09	1313,09	1313,09
AMORTIZACIONES		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
UTILIDAD OPERATIVA		24694,95	25481,41	26291,53	27126,04	27985,67
GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		21194,95	22510,90	23924,65	25447,29	27091,38
BASE IMPOSITIVA		7683,17	8160,20	8672,68	9224,64	9820,63
UTILIDAD NETA		13511,78	14350,70	15251,96	16222,64	17270,76

Vásquez.S. (2021). Estado de Resultados.

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 \$14.690,80 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$18.598,27.

6.13. Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 38. Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		24694,95	25481,41	26291,53	27126,04	27985,67
DEPRECIACION		1313,09	1313,09	1313,09	1313,09	1313,09
AMORTIZACION		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
- BASE IMPOSITIVA		7683,17	8160,20	8672,68	9224,64	9820,63
- GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
- PAGO CAPITAL		3.782,09	4.311,58	4.915,20	5.603,33	6.387,80
= FLUJO NETO DE CAJA	-37312,66	11.162,78	11.472,20	11.769,85	12.052,40	12.316,05

Vásquez.S. (2021). Flujo de caja.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$12.341,80, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$13.643,56.

6.14. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.14.1. 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; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$5.775,13.

6.14.2. 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 18,58 % que en resumen brinda utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,63% con el TMAR.

Tabla 39. VAN/ TIR.

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	3.886,29
TIR	17,01%
TMAR	13,67%

Vásquez.S. (2021). VAN/ TIR.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

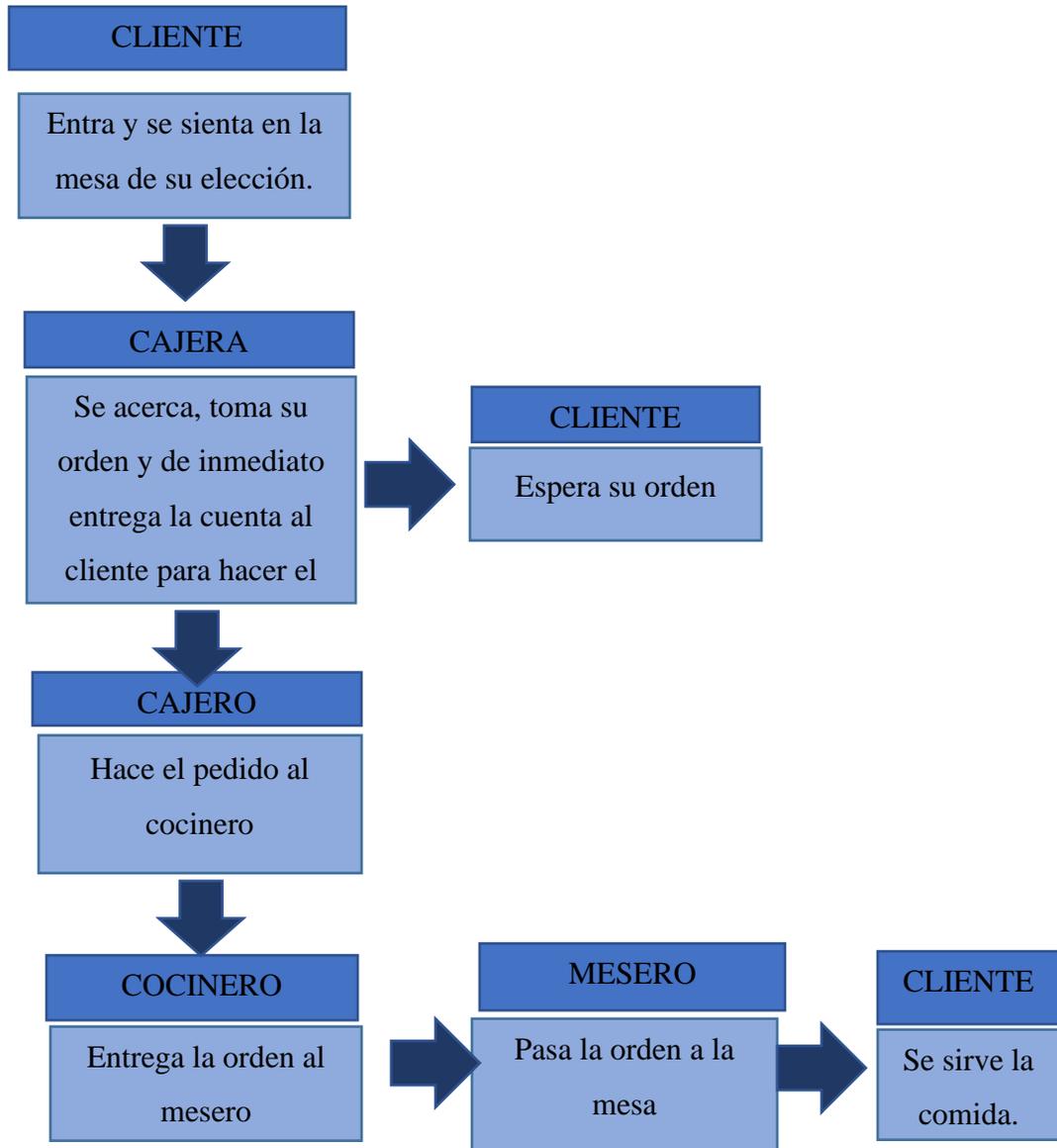
- Se demostró que las crepes son poco conocidas dentro de la población del sector de San Bartolo al sur de la ciudad de Quito, dando una oportunidad de emprender un nuevo negocio.
- El mercador potencial del establecimiento son estudiantes, trabajadores, población del sector y la mayoría prefieren la comida rápida.
- La gran mayoría de la muestra desearía la apertura de un local de crepes, "La casa de las Crepes" y tiene conocimiento de las mismas.
- Con el punto de equilibrio, se demostró que el proyecto es viable ya que el TIR es mayor al TMAR.
- En conclusión, tras analizar los datos se determina que Las casas de las crepes es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado

7.2 Recomendaciones

- ❖ Se recomienda expandir la oferta del producto, a través de franquicias del modelo del negocio, para dar a conocer más las crepes y de esta manera crear el hábito de consumo en la población y así poder cumplir las proyecciones de ingresos.
- ❖ Se recomienda utilizar agresivamente las estrategias de promoción y publicidad para posicionar más rápido nuestra marca y alcanzar a más clientes.
- ❖ Se recomienda capacitar al equipo de Las Casa de las Crepes con un buen servicio al cliente ya que no basta con tener un buen producto, el factor del servicio determina la elección del cliente.

7.3 ANEXOS

ANEXO # 1



ANEXO #2

ENCUESTA PARA LA APERTURA DE LA CASA DE LAS CREPES

Señor (ita/a): El objetivo de la presente encuesta es recolectar datos que sirvan para la apertura de un establecimiento. en la ciudad de Quito en el sector de San Bartolo, el análisis determinará sus gustos y preferencias; por lo que solicitamos su sinceridad al responder cada una de las preguntas.

Fecha de aplicación de la encuesta: AA / MM / DD

1. -Sexo

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

2.- Edad

20 – 29 años	30 – 39 años	40 – 49 años	50 – 59 años	Mayor 60 años

3.- ¿Conoce usted que son las crepes?

SI NO

4.- ¿Qué importancia le da al valor nutricional de sus comidas?

INDIFERENTE..... POCO..... IMPORTANTE.....

5.- ¿Sabía que las crepes facilitan algunas de las funciones digestivas?

SI NO

6.- ¿De existir un establecimiento de crepes en el sector de San Bartolo asistiría?

SI NO

7.- ¿Qué tipo de crepe consume más?

DULCE SAL

8.- ¿Por qué plato de crepes está usted dispuesto a ir a nuestro establecimiento?

CREPES MULTICOLOR..... CREPES DE CARNE AL ESTRAGON.....

CREPES AL ESTILO JALISCO.....

9.- ¿Se ofrecerá un servicio a domicilio en bicicleta lo pediría?

SI NO

10.- ¿Cómo prefiere las crepes en cono o en plato?

CONO PLATO

11.- ¿Los descuentos y promociones donde le gustaría recibir?

CORREO ELECTRÓNICO FACEBOOK WHATSAPP.....

ANEXO 3

Proforma



Product cards from Coral Hipermercados:

- Set cuchillos cuberteria mod360 16pzs 01cues36016**
Precio: \$22.57
- Cuchara mediana**
Precio: \$2.21
- Set vasos 6pz 202cc habitat 52499-1010463**
Precio: \$1.78
- Tabla plastica para picar #1 gde beige 29.5x44.5cm**
Precio: \$2.67
- Basurero residuo 7134 100l gr**
Precio: \$33.77
- Tra juego de ollas alegre 4pzs 66650/326**
Precio: \$78.12



Jarra plastica multicolor 2l

Jarra plastica multicolor 2l

\$0.93

☆☆☆☆☆



Jgo de vajilla sce zelle luminarc 18pzs

Jgo de vajilla sce zelle luminarc 18pzs

\$19.26

☆☆☆☆☆



Hojas bond a4 100hojas sin perforar

Hojas bond a4 100hojas sin perforar 75g

\$1.16

☆☆☆☆☆

Suministros de oficina



Engranadora media tira pelikan

Engranadora media tira pelikan 0170041

\$3.57

☆☆☆☆☆



Grapas caja x5000pzs mf0504

Grapas caja x5000pzs mf0504

\$0.70

☆☆☆☆☆



Set resaltador x3pzs mf936574-3j

Set resaltador x3pzs mf936574-3j

\$1.18

☆☆☆☆☆



Set esferos 0,7mm azul cardinal

Set esferos 0,7mm azul cardinal mf2502j-blue

\$0.44

☆☆☆☆☆



Perforadora 80gsm 80mm mp53978

Perforadora 80gsm 80mm mp53978

\$3.29

☆☆☆☆☆



Cuaderno universitario 100h cuadros

Cuaderno universitario 100h cuadros madison 950500

\$0.89

☆☆☆☆☆



Tijera peluquero tramontina

Tijera peluquero tramontina

\$2.78

☆☆☆☆☆

Materiales de limpieza



Escoba plástica suave grande

Escoba plástica suave grande

\$2.96

1

☆☆☆☆☆



Trapeador copa número 12 virutex

Trapeador copa #12 virutex (100035)

\$2.96

1

☆☆☆☆☆



Cloro sapo 4000g

Cloro sapo 4000g

\$2.96

1

☆☆☆☆☆



Desinfectante Amonio Cuaternario Listo Para Usar

Desinfectante Amonio Cuaternario Listo Para Usar

\$5

1

☆☆☆☆☆



Eponja la Brillosa saba unas x96

Eponja la Brillosa saba unas x96

\$0.53

1

☆☆☆☆☆



Funda basura estrella rollo 10uds

rollo de funda para basura

\$0.65

1

☆☆☆☆☆



Lavavajilla lava avena 1000g

Lavavajilla lava avena 1000g

\$2.63

1

☆☆☆☆☆



Recogedor de basura 9100282

Recogedor de basura 9100282

\$1.56

1

☆☆☆☆☆



Jabon liquido manos bacterion coco & vainilla 1000ml

Jabon liquido para manos coco 1000ml

\$3.58

1

☆☆☆☆☆



Papel higienico blanco jumbo familia 400m x4

Papel higienico blanco jumbo familia 400m x4

\$16.40

1

☆☆☆☆☆



Toallas de papel z blancas 150uds 23x23cm

Toallas de papel z blancas 150uds 23x23cm

\$2.07

1

☆☆☆☆☆



Alcohol antiseptico adheplast galon

Alcohol antiseptico adheplast galon

\$6.92

1

☆☆☆☆☆

Equipo industrial y de seguridad



\$6

Bomba Manual De Fumigar, Marca: Benzon de 1,5 Litros



Extintor recargable polvo abc 10lb

Extintor recargable polvo abc 10lb

\$16.43

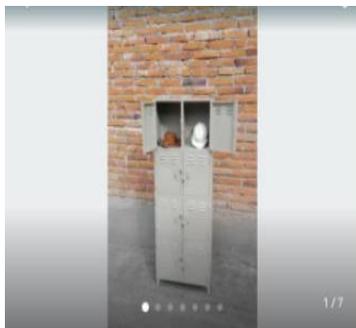
1

☆☆☆☆☆



\$15

Detector De Gas Con Alarma



\$320

Canceles casillero lockers 8 puertas metálicos.



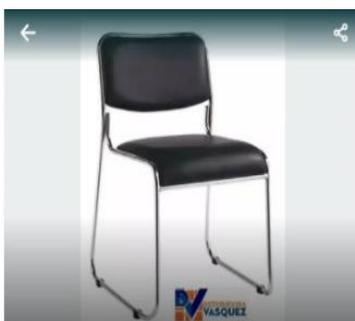
\$49

Silla de escritorio



\$150

Silla Sillón Sofá Oficina Espera 3 Tres Puestos



\$20

Silla De Espera Confidencial Reunion Despacho



\$230

IMPRESORA CANON G3110/ IMPRESORA/



\$120

Escritorio 100% madera, Con Vidrio Protector



\$ 580

HP CORE I5 DÉCIMA GENERACIÓN 8 RAM 1 TB
PANTALLA 14 PULGADAS WINDOWS 10



\$ 489

Computadora de Escritorio



\$ 16

Teléfono convencional para escritorio o pared



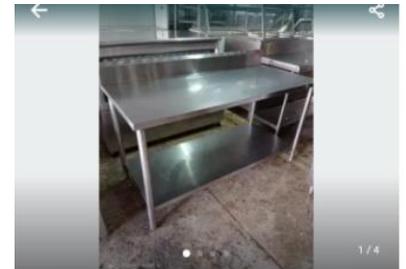
\$ 580

Máquina registradora



\$ 300

FRIGORÍFICO ENFRIADOR CONGELADOR
VITRINA PASTERAS PANERA HORNO COCINA



\$ 280

Mesa de trabajo en acero inoxidable con



\$ 520

Cocina Industrial + Juego de mesas y sillas

📍 SALVADOR ALLENDE, QUITO

15 AGO.



\$ 63

Balanza digital electrónica 30 kg.



\$ 500

LICUADORA INDUSTRIAL



\$ 490

vendo crepera waring industrial espátula y