



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

“DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREPES EN BASE A GOMA DE TAPIOCA EN LA CIUDAD DE AMBATO”.

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial

Línea de Investigación:

EMPRENDIMIENTO Y/O RESPONSABILIDAD SOCIAL

Autora:

ANA EMILIA GORDILLO ALTAMIRANO

Director:

Econ. Mg. TELMO DIEGO PROAÑO CÓRDOVA

AMBATO-ECUADOR

Diciembre 2015

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO**

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

“DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CREPES EN BASE A GOMA DE TAPIOCA EN LA
CIUDAD DE AMBATO”.

Línea de investigación:

EMPRENDIMIENTO Y/O RESPONSABILIDAD SOCIAL

Autora:

ANA EMILIA GORDILLO ALTAMIRANO

Telmo Diego Proaño Córdova, Econ. Mg. f. _____

CALIFICADOR

Ing. Mg. Julio Cesar Zurita Altamirano f. _____

CALIFICADOR

Ing. Mg. Miguel Augusto Torres Almeida f. _____

CALIFICADOR

Fanny Paulina Pico Barrionuevo, Ing. Mg. f. _____

**DIRECTORA DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr. f. _____

SECRETARIO GENERAL PUCESA

**Ambato- Ecuador
Diciembre 2015**

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Ana Emilia Gordillo Altamirano portadora de la cédula de ciudadanía N° 180326456-1 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniera Comercial, son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Ana Emilia Gordillo Altamirano
C.C. 180326456-1

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a la ciudad en la que nací, crecí y a la que espero seguir contribuyendo, Ambato debe continuar su progreso a través de proyectos emprendedores, generadores de trabajo, que impulsen el desarrollo social y económico de su población.

A mi familia, por ser el motor principal de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios porque su voluntad es perfecta.

A mis padres, Nasser y Sandra, por su amor, su esfuerzo y su apoyo incondicional.

Ustedes son la razón de todos y cada uno de mis logros.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, a sus docentes y autoridades, por todas las enseñanzas compartidas para mi crecimiento personal y profesional.

Al Econ. Mg. Diego Proaño por haber sido la guía para la realización del presente proyecto, aportando constantemente con sus conocimientos, experiencia, tiempo y dedicación.

RESUMEN

El Ecuador cuenta con varios recursos naturales agrícolas, los cuales pueden ser fuente de empleo para varias personas a través del aprovechamiento adecuado de los mismos. Es así que nace una idea de negocio, aprovechar los beneficios nutricionales de la yuca y transformarla en un producto final innovador y con gran valor nutricional para el consumidor. El presente proyecto tiene como objetivo principal comprobar la factibilidad de la elaboración y comercialización de crepes en base a goma de tapioca, analizándolo en cuatro etapas principales: el estudio de mercado, el estudio legal y administrativo, el estudio técnico y el estudio económico – financiero. Como herramienta de sustento de la investigación se utilizó la encuesta, la cual permitió determinar la existencia de una demanda insatisfecha de restaurantes que cuenten con productos saludables dentro de su menú y la predisposición del mercado a probar el producto en cuestión. Al finalizar el estudio de factibilidad se estableció una estructura legal y administrativa adecuada para el funcionamiento del negocio y se obtuvo una tasa interna de retorno de 59,49%, un costo beneficio de 14 centavos adicionales a cada dólar invertido, un VAN positivo de \$19.494,43 además de comprobar la inelasticidad del proyecto a través del análisis de sensibilidad. La creación y comercialización de crepes en base a goma de tapioca en la ciudad de Ambato es rentable, viable y busca contribuir al desarrollo económico y social de la misma.

Palabras claves: Proyecto, factibilidad, demanda, comercialización.

ABSTRACT

Ecuador has several natural agricultural resources that could be used as a source of employment for many people by using them appropriately. This is how this business idea was born, by taking advantage of the yucca's nutritional benefits and processing it into an innovative final product with great nutritional value for the consumer. This project is primarily aiming to prove its feasibility to develop and sell tapioca gum-based crepes, by analyzing it through four main stages: a marketing study, a legal and administrative study, a technical study and an economic-financial study. The survey was used to support this research to determine an unsatisfied demand for restaurants that have healthy products on their menus and to support the consumer willingness to try the product scope. At the end of the feasibility study of the business, an adequate legal and administrative structure were established to run the business, with an Internal Rate of Return (IRR) of 59,49%, a cost-benefit of 14 cents on each invested dollar, and a positive Net Present Value (NPV) of \$19.494,43. In addition, the inelasticity of the project was proved through the sensitivity analysis. The creation and the sales of tapioca gum-based crepes in Ambato are profitable, viable and it looks forward to contribute towards the economic and social development of the city.

Keywords: project, feasibility, demand, commercialization

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

Declaración de autenticidad y responsabilidad	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
Índice de contenidos.....	viii
Índice de gráficos	xii

CAPÍTULO I..... 3

EL PROBLEMA 3

1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento Del Problema.....	3
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.1.1. Macro Contextualización	3
1.2.1.2. Meso Contextualización.....	5
1.2.1.3. Micro Contextualización.....	6
1.2.2. Análisis Crítico	7
1.2.3. Prognosis	7
1.2.4. Formulación Del Problema	8
1.2.5. Interrogantes.....	9
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.....	10
1.3. Justificación.....	10
1.4. Objetivos	11
1.4.1. Objetivo General	11
1.4.2. Objetivos Específicos.....	11

CAPÍTULO II 12

MARCO TEÓRICO 12

2.1. Estado del Arte.....	12
2.2. Fundamentación Teórica.....	15
2.2.1. Proyecto.....	15
2.2.2. Proyecto de Inversión.....	16

2.2.3. Estudio de Factibilidad.....	18
2.2.4. Estudio de Mercado.....	20
2.2.4.1. Estudio técnico.....	26
2.2.4.2. Estudio Económico	29
CAPÍTULO III.....	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1. Fuentes de investigación	39
3.1.1. Fuentes Primarias	39
3.1.2. Fuentes Secundarias	39
3.2. Enfoque	40
3.2.1. Cualitativo – Cuantitativo	40
3.3. Modalidad De La Investigación	40
3.3.1. Investigación Bibliográfica	40
3.3.2. Investigación de Campo.....	41
3.4. Tipo de investigación	41
3.4.1. Exploratoria.....	41
3.4.2. Descriptiva	41
3.5. Técnica	42
3.5.1. Encuesta	42
3.6. Instrumento	42
3.6.1. Cuestionario	42
3.7. Población y muestra	42
3.8. Tabulación.....	44
CAPÍTULO IV	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	45
4.1. Tabulación de datos.....	45
4.2. Conclusiones	56
4.3. Recomendaciones.....	57
CAPÍTULO V.....	58
PROPUESTA	58
5.1. Título.....	58
5.2. Antecedentes	58
5.3. Beneficiarios	59
5.4. Ubicación	59

5.5. Justificación.....	59
5.6. Estudio de Mercado.....	60
5.6.1. Objetivos	60
5.6.1.1. General.....	60
5.6.1.2. Específicos	60
5.6.2. Fuentes de Información.....	61
5.6.3. Población y muestra	61
5.6.4. Análisis de la Oferta y la Demanda.....	62
5.6.4.1. Demanda Actual.....	62
5.6.4.2. Oferta Actual.....	63
5.6.4.3. Demanda Insatisfecha	63
5.6.4.4. Proyección de la Demanda Insatisfecha	64
5.6.4.5. Segmentación del Mercado.....	65
5.6.4.6. Análisis del Marketing Mix	65
5.7. Estudio Legal y Administrativo	72
5.7.1. Estructura Legal	72
5.7.1.1. Patente Municipal	73
5.7.1.2. Certificado Único de Habilitación	73
5.7.1.3. Permiso de Uso de Suelo	74
5.7.1.4. Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública	74
5.7.1.5. Vigilancia y Control Sanitario	75
5.7.1.6. Bomberos	77
5.7.1.7. Afiliación de IESS	78
5.7.1.8. Registro de Alojamiento – Alimentos y Bebidas.....	79
5.8. Estudio Administrativo	80
5.8.1. Organigrama Estructural	80
5.8.2. Orgánico funcional.....	81
5.8.3. Descripción de Puestos	82
5.9. Estudio Técnico.....	86
5.9.1. Actividades.....	86
5.9.2. Flujograma de Procesos	87
5.9.2.1. Flujograma de Compra de Materia Prima.....	87
5.9.2.2. Flujograma de Preparación de Ingredientes.....	88
5.9.2.3. Flujograma de elaboración de producto final	90

5.9.2.4. Flujograma de venta y atención al cliente.....	91
5.9.3. Tiempos.....	92
5.9.4. Infraestructura	93
5.9.4.1. Requerimientos para cocina.....	94
5.9.4.2. Requerimientos para restaurante.....	95
5.9.5. Localización	95
5.9.5.1. Macro	95
5.9.5.2. Micro.....	97
5.9.6. Implantación.....	98
5.9.7. Adecuación del local	99
5.10. Estudio Económico – Financiero	99
5.10.1. Inversión Inicial	99
5.10.2. Capital de Trabajo.....	100
5.10.3. Requerimiento Financiero.....	101
5.10.4. Financiamiento.....	101
5.10.5. Estado de Situación Inicial.....	104
5.10.6. Flujo de Fondos.....	105
5.10.7. Estado de situación final	111
5.10.8. Punto de Equilibrio	113
5.10.9. Valor Actual Neto	113
5.10.10. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	115
5.10.11. Relación Costo – Beneficio	116
5.10.12. Pay Back	117
5.10.13. Análisis de Sensibilidad.....	118
5.10.13.1. Escenario Pesimista	118
5.10.13.2. Escenario optimista	122
5.11. Matriz de Impacto Ambiental	127
CAPÍTULO VI.....	130
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	130
6.1. Conclusiones	130
6.2. Recomendaciones.....	131
BIBLIOGRAFÍA.....	132
ANEXOS.....	134

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Tablas

Tabla 4.1 ¿Conoce usted que son los crepes?	45
Tabla 4.2 ¿ Ha consumido alguna vez crepes ?	46
Tabla 4.3 ¿Con qué frecuencia consume usted crepes?	47
Tabla 4.4 ¿Estaría usted dispuesto a probar crepes a base de goma de tapioca (almidón de yuca hidratado)?.....	48
Tabla 4.5 ¿Piensa que la creación de un producto nutritivo hecho a base de yuca, contribuirá a tener un estilo de vida saludable?	49
Tabla 4.6 ¿Conoce usted restaurantes de comida rápida en la ciudad de Ambato que tengan opciones de crepes nutritivos dentro de su menú?	50
Tabla 4.7 ¿ Si se crearía un local que comercialice crepes a base de goma de tapioca con distintos rellenos saludables, lo visitaría?	51
Tabla 4.8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un crepe de tapioca mediano con el relleno de su elección?	52
Tabla 4.9 ¿Cuál es el factor más importante en el que se basa al momento de elegir un restaurante de comida rápida?.....	53
Tabla 4.10 ¿Conoce las bondades nutritivas del crepe en base a goma de tapioca?..	54
Tabla 4.11 ¿Estaría de acuerdo con que se cree en Ambato un sitio de expendio de crepes en base a goma de tapioca?.....	55
Tabla 5.1 Oferta Actual.....	63
Tabla 5.2 Demanda Insatisfecha	64
Tabla 5.3 Descripción de Puesto Gerente General.....	82
Tabla 5.4 Descripción de Puesto Tap Cooker	84
Tabla 5.5 Tiempos.....	92
Tabla 5.6 Requerimientos para cocina	94
Tabla 5.7 Requerimientos de mobiliario.....	95
Tabla 5.8 Adecuación del Local.....	99
Tabla 5.9 Inversión Inicial	100
Tabla 5.10 Capital de Trabajo	100
Tabla 5.11 Requerimiento Financiero.....	101
Tabla 5.12 Amortización.....	102
Tabla 5.13 Estado de Situación Inicial.....	104
Tabla 5.14 Base Imponible del Impuesto a la Renta.....	106
Tabla 5.15 Flujo Neto de Fondos	107

Tabla 5.16 Depreciación Enseres	109
Tabla 5.17 Depreciación Maquinaria	110
Tabla 5.18 Depreciación Equipo de Computo	110
Tabla 5.19 Depreciación Muebles.....	110
Tabla 5.20 Depreciación Equipos	111
Tabla 5.21 Depreciación Adecuaciones e Instalaciones	111
Tabla 5.22 Estado de Situación Final.....	112
Tabla 5.23 Punto de Equilibrio	113
Tabla 5.24 Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento	114
Tabla 5.25 Valor Actual Neto	114
Tabla 5.26 Tasa Interna de Retorno	115
Tabla 5.27 Relación Costo - Beneficio	116
Tabla 5.28 Pay Back	117
Tabla 5.29 Flujo Neto de Fondos – Escenario Pesimista.....	119
Tabla 5.30 Punto de Equilibrio – Escenario Pesimista	120
Tabla 5.31 Valor Actual Neto – Escenario Pesimista	120
Tabla 5.32 Tasa Interna de Retorno – Escenario Pesimista.....	121
Tabla 5.33 Pay Back– Escenario Pesimista	121
Tabla 5.34 Costo - Beneficio – Escenario Pesimista	122
Tabla 5.30 Flujo Neto de Fondos – Escenario Optimista	123
Tabla 5.31 Punto de Equilibrio – Escenario Optimista.....	124
Tabla 5.32 Valor Actual Neto – Escenario Optimista.....	124
Tabla 5.33 Pay Back – Escenario Optimista	125
Tabla 5.33 Costo - Beneficio– Escenario Optimista.....	126
Tabla 5.33 Análisis de Sensibilidad	126
Tabla 5.34 Matriz de Impacto Ambiental	128
Tabla 5.35 Actividades de Contingencia y Reducción de Impacto Ambiental.....	129

Gráficos

Gráfico 1.1 Árbol de problemas	8
Gráfico 2.1 Etapas del proyecto de inversión	17
Gráfico 2.2 Elementos del estudio de mercado.....	21
Gráfico 4.1 ¿Conoce usted que son los crepes?	45

Gráfico 4.2 ¿ Ha consumido alguna vez crepes ?	46
Gráfico 4.3 ¿Con qué frecuencia consume usted crepes?	47
Gráfico 4.4 ¿Estaría usted dispuesto a probar crepes a base de goma de tapioca (almidón de yuca hidratado)?.....	48
Gráfico 4.5 ¿Piensa que la creación de un producto nutritivo hecho a base de yuca, contribuirá a tener un estilo de vida saludable?	49
Gráfico 4.6 ¿Conoce usted restaurantes de comida rápida en la ciudad de Ambato que tengan opciones de crepes nutritivos dentro de su menú?.....	50
Gráfico 4.7 ¿ Si se crearía un local que comercialice crepes a base de goma de tapioca con distintos rellenos saludables, lo visitaría?.....	51
Gráfico 4.8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un crepe de tapioca mediano con el relleno de su elección?	52
Gráfico 4.9 ¿Cuál es el factor más importante en el que se basa al momento de elegir un restaurante de comida rápida?	53
Gráfico 4.10¿Conoce las bondades nutritivas del crepe en base a goma de tapioca?	54
Gráfico 4.11 ¿Estaría de acuerdo con que se cree en Ambato un sitio de expendio de crepes en base a goma de tapioca?.....	55
Gráfico 5.1 Logotipo.....	69
Gráfico 5.2 Organigrama Estructural	80
Gráfico 5.3 Organigrama Funcional	81
Gráfico 5.4 Flujograma de Compra de Materia Prima.....	87
Gráfico 5.5 Flujograma de Preparación de Ingredientes.....	88
Gráfico 5.6 Flujograma de Elaboración de Producto Final.....	90
Gráfico 5.7 Flujograma de Venta y Atención al Cliente.....	91
Gráfico 5.8 Macrolocalización.....	96
Gráfico 5.9 Microlocalización	97
Gráfico 5.10 Implantación	98

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las personas han optado por tener un estilo de vida cada vez más saludable y en la ciudad de Ambato existen pocos lugares de comida que vayan de la mano con el mismo. Las tendencias actuales por incorporar recursos naturales de altos valores nutricionales en productos terminados permiten pensar en la creación de los crepes en base a goma de tapioca como una idea de negocio, ya que los mismo se derivan de la yuca, un tubérculo con gran nivel energético.

Por ello, es necesario el diseño de un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de crepes en base a goma de tapioca en la ciudad de Ambato.

Dicho estudio verifica que tan factible es el negocio planteado, a través del desarrollo del estudio de mercado, legal administrativo, técnico y económico – financiero, con el fin de reducir los riesgos de la inversión, asegurando su viabilidad operativa y su rentabilidad económica para los próximos cinco años.

El trabajo de investigación se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I. Identificación del problema, contextualización y análisis crítico del mismo, la justificación para el desarrollo del proyecto y los objetivos que se esperan obtener.

Capítulo II. Se compone por el estado del arte y la fundamentación teórica, que reúne todas las definiciones necesarias para el desarrollo del proyecto.

Capítulo III. La metodología de la investigación describe las fuentes de investigación, los enfoques, modalidades y tipos de investigación empleadas en el proyecto, así como las técnicas y herramientas manejadas para el levantamiento de datos, incluyendo dentro de este capítulo el cálculo de la muestra.

Capítulo IV. Compuesto por el análisis e interpretación de resultados, la tabulación de los datos obtenidos y conclusiones y recomendaciones acerca de los mismo.

Capítulo V. La propuesta reúne el desarrollo del estudio de mercado, el estudio administrativo – legal, el estudio técnico y el estudio económico financiero entorno a la idea de negocio.

Capítulo VI. Determina las conclusiones y recomendaciones que arroja el proyecto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.Tema

Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de crepes en base a goma de tapioca en la ciudad de Ambato.

1.2.Planteamiento Del Problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Macro Contextualización

La tendencia mundial hacia una alimentación saludable crece cada vez más, la población ha adoptado un estilo de vida diferente, es así que en el momento de elegir un platillo o un pasaboca, una opción nutritiva es la más favorable. Esto ha permitido que en América Latina el mercado de los *snacks* saludables crezca un 20% en el año 2014 según un estudio realizado por *Euromonitor Internacional*.

Incluso las organizaciones internacionales como el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), han puesto gran interés en la seguridad alimentaria, asegurando en la Cumbre Mundial (1996) sobre la Alimentación celebrada en Roma, que la misma existe “cuando las personas tienen en todo momento acceso físico y

económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana”.

Es por ello que se ve la introducción de productos naturales en la dieta diaria del consumidor; entre estos se destacan se encuentran los tubérculos como la malanga, la yuca, el camote y principalmente la quinua, que se venden en mercados nacionales e internacionales.

En la mayoría de continentes como África, América y Asia, la yuca ha sido por mucho tiempo la base de la alimentación de muchas personas, se ha convertido en el alimento diario o el acompañamiento de platos fuertes por ser una fuente nutricional con gran energía en forma de carbohidratos, vitamina C, provitamina A, además de ser considerada como fibra alimentaria (Food & Agriculture Org, 1991) muy importante, la cual gracias a su fácil cultivo se la considera primordial en localidades en las que las condiciones de vida son inestables.

De la misma manera, la yuca tiene distintos atributos que son utilizados en la cocina, su preparación difiere mucho entre países inclusive entre las mismas regiones, ya que las recetas de cada país rescatan la cultura y costumbres de sus ancestros; en Brasil la yuca es protagonista de varios platillos regionales, entre ellos es muy popular la tapioca, una especie de tortilla con diferentes rellenos realizada a base de almidón de yuca hidratado, constituyéndose en una delicia de paladares exigentes.

1.2.1.2. Meso Contextualización

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2012), el mercado ecuatoriano de alimentos y bebidas saludables ha experimentado grandes cambios, se han desarrollado nuevos productos con los que se ha podido palpar la aparición de nuevas ofertas alimenticias a través de la creación de negocios enfocados en una alimentación sana y nutritiva. Dicho mercado ha tenido un gran crecimiento en los últimos años, la preocupación por los altos índices de obesidad que refleja la existencia a nivel mundial de mil millones de adultos con sobrepeso y 475 millones de obesos determinados por la Organización Mundial de la Salud (2008), ha sido uno de los factores de impulso para crear un nuevo sistema alimentario y contrarrestar los efectos de un estilo de vida sedentario.

La necesidad de diferenciación de productos en un mercado altamente competitivo, ha tenido como efecto la implementación de recursos naturales comestibles novedosos, nutritivos y de buen sabor, reduciendo el contenido de ingredientes nocivos para la salud; uno de los claros ejemplos es el crecimiento que ha tenido la quinua en el periodo 2007 – 2010, siendo incluso implementada en la elaboración de vodka y en varios productos para el consumo final gracias a su contenido entre 12% a 18% de proteína, siendo así una fuente de aminoácidos esenciales (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012).

En el Ecuador la yuca o *manihot esculenta* como se la conoce científicamente se la cosecha en varias épocas del año y es utilizada en la industria y en la alimentación humana y animal; es muy tradicional que se prepare frita o como guarnición de

distintos platillos tradicionales de la costa y de la Amazonía ecuatoriana. Se cultiva principalmente en las llanuras tropicales, en las estribaciones exteriores de la cordillera, es decir en todas las provincias del país incluidas Galápagos. Entre los productos industrializados que se derivan de este tubérculo se encuentra el almidón de yuca que se emplea en la preparación de varios productos, como el pan, rosquillas, infinidad de postres y es el ingrediente principal de los crepes en base a goma de tapioca, este tiene propiedades como espesante, aglutinante, estabilizante y mejorador de textura, se produce tanto en Ecuador como en Colombia, Paraguay, Brasil y el resto del mundo con un demanda potencial que tiende a crecer (Ceballos & Ospina, 2002).

1.2.1.3. Micro Contextualización

En Tungurahua se empezó campañas de sensibilización y concientización lideradas por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, dirigidas a la población sobre la importancia de una buena alimentación nutritiva y saludable; sin embargo, es lamentable que en el momento de elegir una opción para comer no existan o hayan pocos lugares que ofrezcan un menú saludable, que no sea basado en frituras o comida rápida y que tenga un precio asequible.

Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP,2012) en el centro del país se encuentra el 26% de las plantaciones de yuca a nivel nacional que se cosechan, para luego ser comercializadas en los distintos mercados de la localidad. Por otra parte no existen procesadoras de almidón de yuca, pero si lo comercializan en los negocios locales,

tampoco hay establecimientos que preparen y vendan crepes en base a goma de tapioca, ya que la tapioca o almidón de yuca hidratado es más utilizado para la preparación de sopas, batidos, entre otros.

1.2.2. Análisis Crítico

La alimentación es una de las necesidades básicas del ser humano, en la actualidad el mundo se encuentra inundado de una infinidad de opciones gastronómicas, cada una enfocada a complacer los gustos y preferencias del consumidor. La competencia en el mercado alimenticio es bastante fuerte, ya que las alternativas cada vez son más atractivas e implementan ingredientes y productos que hacen a las propuestas únicas. Una de las tendencias es incorporar vegetales, hortalizas, frutas y cereales naturales en platillos con alto beneficio nutricional, sabiendo que la mejor inversión para el cuerpo y la mente es la nutrición adecuada.

El Ecuador se caracteriza por ser un país pequeño, pero cuenta con un sin número de recursos naturales que ni los países con gran extensión geográfica lo tienen, gracias a la variedad de climas, de tipos de suelo, de composición geográfica. Dentro del territorio nacional se puede encontrar variedad de materia prima comestible, que se la puede emplear en la elaboración de productos para el consumidor.

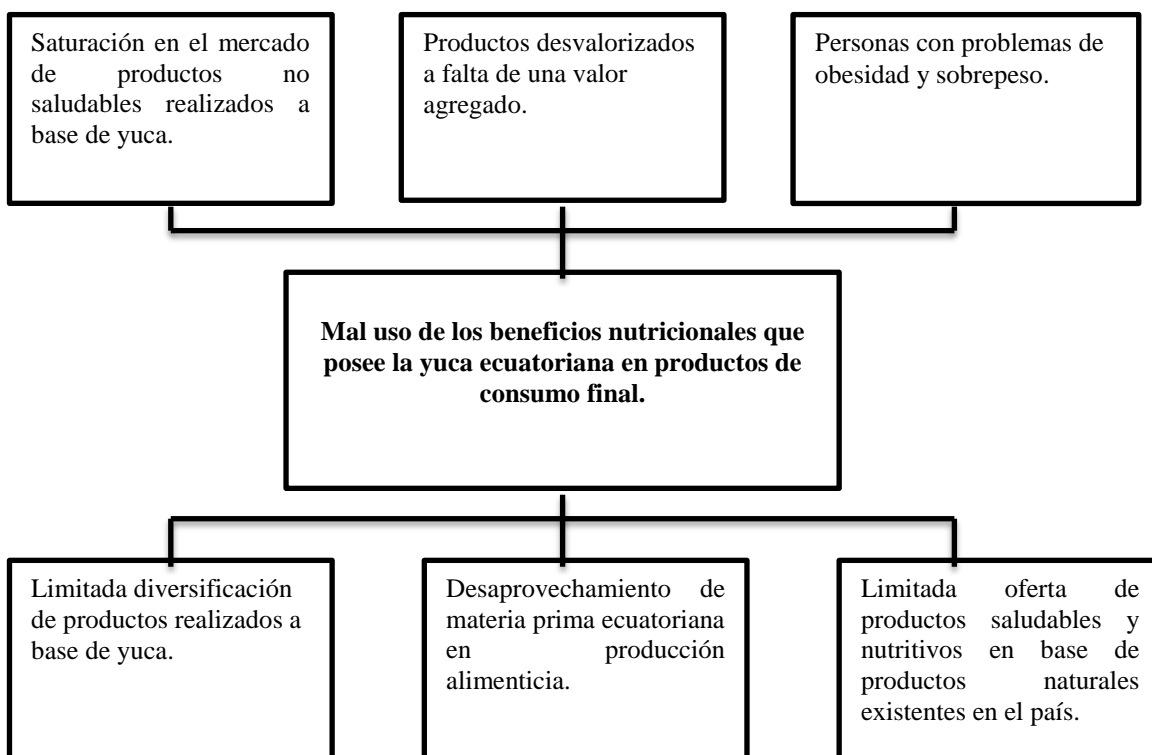
1.2.3. Prognosis

Ambato es una ciudad que cuenta con muchos negocios de alimentación, pero lastimosamente son pocos los que ofrecen un menú saludable e igualmente delicioso,

es así que las personas han adoptado malos hábitos de alimentación y sus opciones son limitadas en el momento de inclinarse por un platillo saludable. En caso de no realizarse un estudio de factibilidad para la elaboración y venta de crepes en base a goma de tapioca, se pierde la oportunidad de brindar una nueva opción nutricional como base de la alimentación diaria de los ecuatorianos.

1.2.4. Formulación Del Problema

Gráfico 1.1 Árbol de problemas



Fuente: Propia
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

La ciudad de Ambato cuenta con varios locales que satisfacen la necesidad fisiológicas de alimentación o de primer orden del consumidor, pero las mismas no son enfocadas a brindar alimentos saludables o con gran valor nutricional, esto se traduce en una oportunidad de introducir un nuevo estilo de alimentación y producto

en el mercado que supere las expectativas del consumidor, aprovechando la excelente fuente de energía que representa la yuca dentro de la dieta alimenticia (Cock, 1989).

Existe un desaprovechamiento de los beneficios nutricionales que poseen algunos recursos naturales agrícolas ecuatorianos, por ejemplo la yuca, lo que se da a causa del mal uso de dicha materia prima para realizar productos listos para el consumidor final. Esto ha llevado a que en el mercado se reduzcan la variedad de productos saludables e innovadores que se pueden hacer a base de materia prima ecuatoriana enfocados al sector alimenticio.

1.2.5. Interrogantes

¿Cuándo se origina?

El problema se origina cuando según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010) a través del Censo Nacional Económico, determinó que dentro de los 2593 locales de alojamiento y servicio de comidas en la provincia de Tungurahua no existe uno que se dedique a la elaboración y venta de crepes a base de goma de tapioca.

¿Dónde se origina?

En la provincia de Tungurahua, ciudad Ambato.

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

Elaborar un nuevo producto con la utilización innovadora de recursos existentes en el medio actual y que no han sido explotados en el mercado.

- Generar fuentes de empleo directos a través creación de un producto innovador que sea comercializable.
- Identificar la viabilidad administrativa y financiera para la consecución de los objetivos planteados.
- Posicionar en la mente del consumidor un producto nutritivo e innovador en un mercado desatendido.

CAMPO:	Administrativo
ÁREA:	Investigación
ESPECIALIZACIÓN:	Estudio de Factibilidad
ESPACIAL:	Ambato
TEMPORAL:	4 meses

1.3. Justificación

El Ecuador es un país que gracias a su tierra fértil y su variedad de paisajes, climas y suelos cuenta con muchos recursos naturales comestibles que lastimosamente no son

aprovechados en su plenitud, o no han sido transformados en productos innovadores y nutritivos para los consumidores.

La potencialidad de emprendimiento y de creación de un nuevo producto que tiene el proyecto en cuestión, justifica el desarrollo del mismo. Para ello es muy importante comprobar si esta idea de emprendimiento es rentable, ya que de no serlo, representaría una fuerte pérdida de capital o una mala inversión.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Diseñar un estudio de factibilidad, para la implantación de un negocio de elaboración y comercialización de crepes en base a goma de tapioca en la ciudad de Ambato

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar las condiciones del mercado, para conocer el nivel de aceptación del producto.
- Estructurar la empresa desde un punto de vista técnico-administrativo, para conocer los procesos, el tamaño idóneo y la localización de la misma.
- Evaluar la utilidad de la empresa en términos económicos y financieros, para comprobar su rentabilidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del Arte

En base a la observación realizada se puede determinar que no existen estudios en lo referente a creación o emprendimiento de productos que utilizan la goma de tapioca, pero para referencia del presente estudio, se tomarán investigaciones en base a la factibilidad de productos o empresas innovadoras en el país.

Para realizar un estudio de factibilidad no existe una estructura única, ya que el mismo puede ser elaborado con ayuda de información que complementa este previo a la toma de decisiones, si bien es cierto hay aspectos que están totalmente relacionados con la elaboración del mismo, como son: la oferta y demanda del producto, la tecnología que implica el desarrollo del proyecto, el tipo de organización bajo el cual se va a operar, la inversión necesaria, el estudio de alternativas de financiación, el análisis de ingresos y costos, así como los rendimientos que generará la operación de la organización expresado en términos económicos, sociales y ambientales (Méndez Lozano, 2010).

Para evaluar la factibilidad de un proyecto se necesita considerar el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, evaluación económica y

administración del riesgo. (Baca Urbina, 2013). Dicha estructura se diferencia de la presentada por otros autores, en la que se agrega una evaluación económica y social, un estudio ambiental, un estudio administrativo y los aspectos legales del proyecto (Murcia, et al., 2009). Mientras que otros afirman que entre los aspectos a analizar en un proyecto están: el estudio de mercado o viabilidad comercial, el estudio técnico, estudio económico y financiero, estudio legal y ambiental, estudio de la organización o de gestión y el análisis del riesgo de un proyecto. (Rodríguez Cairo, Bao García, & Cárdenas Lucero, 2010).

En términos técnicos un proyecto es viable cuando los recursos y procesos son de fácil alcance, razón por la cual el inversionista no tendría dificultades en la ejecución, cuando existe una aceptación mayoritaria por parte de la población acerca de la creación de un nuevo producto o servicio, resulta un indicador preponderante para que el proyecto sea viable en términos de mercado. La mayor parte de la población considera que los factores de calidad, servicio y variedad de sabores en una heladería o una propuesta de alimentación son muy importantes a extremadamente importantes, por lo que es necesario que el inversionista haga esfuerzos en cuidar los mismos dentro de la etapa de operación del proyecto. (Espin, 2009).

El análisis de la viabilidad comercial tiene el fin de establecer una herramienta para la formulación de proyectos que identificará la demanda de individuos, empresas u otras entidades económicas a fin de diseñar la mejor oferta, tal que permita la puesta en marcha de un proyecto y satisfaga las necesidades o elimine un problema. Muchas

veces a pesar de que existe una buena oferta del mercado, esta no logra satisfacer la demanda existente, lo mismo sucede con el mercado alimenticio de la ciudad de Ambato, la que a pesar de que existe una gran cantidad de negocios y productos de este ámbito, no hay uno que se dedique a la elaboración y venta de crepes de tapioca y que proponga una alimentación saludable e innovadora que logre complacer los gustos de los clientes y que pueda asegurar su factibilidad (Rivas, 2012). Con el desarrollo del estudio financiero se puede medir la factibilidad del proyecto, para después hacer análisis de las proyecciones y seguir una adecuada planeación y ejecución, y verificar si además de que la creación de una organización sea factible, esta también pueda ser sostenible y rentable en el largo plazo. (Rivas, 2012)

La creación de un producto o servicio en la ciudad de Ambato, que esté relacionada con una temática innovadora y se enfoque en ofrecer al cliente, una experiencia diferente y poco común en la ciudad; es operativamente, factible y financieramente rentable. El estudio técnico determinará el espacio físico más idóneo para instalar el negocio, además de todo el equipo necesario para ponerlo en funcionamiento. Por lo cual es muy recomendable llevar a cabo un proyecto, viéndolo como una oportunidad innovadora de negocio en la ciudad (Rendón, 2012), para de esta forma dar una solución a un problema el cual tiene como objetivo principal resolver una necesidad humana; con la elaboración y comercialización de crepes en base de goma de tapioca, se pretende mejorar el servicio de comida saludable de la ciudad de Ambato, contribuyendo también al desarrollo productivo del cantón, generando fuentes de empleo y rentabilidad para el gestor. (Baca Urbina, 2013)

Considerando que este es un plan al que se asigna un determinado monto de dinero o capital (Baca Urbina, 2013), se lo puede considerar como un emprendimiento que es un proyecto de inversión. Para lo cual resulta primordial la correcta preparación y evaluación del mismo, puesto que el fin de estas acciones es evitar el mal uso de los recursos disponibles y de esta forma asignarlos eficientemente.

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Proyecto

“Un proyecto se puede definir como un estudio de carácter técnico y científico que mediante aproximaciones sucesivas permite sustentar la toma de decisiones.” (Méndez, 2010, p. 36), esto implica analizar varios aspectos que en conjunto determinan su viabilidad o no.

De igual manera Ajenjo (2000), dice que: “Proyecto es el conjunto de actividades planificadas, ejecutadas y supervisadas que, con recursos finitos, tiene como objeto crear un producto o servicio único”.

Baca Urbina (2013), afirma que: “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, el cual tiende a resolver una necesidad humana”. (Baca Urbina, 2013, p. 2)

Es así, que se puede decir que un proyecto reúne distintas actividades con el fin de resolver o alcanzar un determinado objetivo u objetivos. “El punto de partida para una idea que se quiere trabajar como proyecto es identificar las necesidades y expectativas de una población potencial y el diseño del producto o servicio debe ser en base a las características detalladas de dicha población”. (Méndez, 2010, p. 5), y “el éxito de un proyecto en cualquiera de sus fases esta relacionado tanto con la calidad de la información para la toma de decisiones como con la capacidad de gestión para ganar la voluntad y compromiso de los actores de interés para el mismo”. (Méndez, 2010, p. 14)

2.2.2. Proyecto de Inversión

Méndez (2010), define a un proyecto de inversión como “plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan diversos insumos, producirá un bien o un servicio útil a la sociedad”.

Dicha afirmación, tiene gran similitud con el criterio de Baca Urbina (2013), el cual describe al proyecto de inversión como “un plan que tiene asignado un determinado monto de capital además de insumos de varios tipos, el cual producirá un producto (bien o servicio) útil para la sociedad”.

Cortázar Martínez (2001), amplía un poco el concepto, estructurándolo como “la unidad mínima económica de planeación, conformada por un conjunto de actividades relacionadas, complementarias que se ejecutan entre sí y sirven de fundamento para la toma de una decisión”.

Gráfico 2.1 Etapas del proyecto de inversión

Etapas	Fases	Nivel de análisis	Detalles de análisis
Pre inversión	Identificación	Gran visión	Economía nacional e internacional y análisis del sector. Diagnóstico empresarial que contiene: ventajas, desventajas, oportunidades y problemas que deberá enfrentar la empresa.
	Formulación y evaluación	Perfil	Se presenta un proyecto de inversión con datos de análisis de la gran visión.
		Pre factibilidad	Estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero.
		Factibilidad	Estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero.
Ingeniería	Detalle de planos de planta y oficina.		
Decisión	Decisión	Comité de inversiones	Análisis y discusión de los estudios del proyecto. Decisión de aceptación, aplazamiento, ampliación o rechazo del proyecto de inversión.
Inversión	Gestión de recursos y trámites diversos	Análisis de financiamiento y trámites diversos	Evaluación de las distintas fuentes de financiamiento. Inicio de trámites necesarios para

			<p>obtener recursos financieros para adquirir activos.</p> <p>Inicio de trámites diversos: acta constitutiva, avisos diversos de funcionamiento, patentes, marcas.</p>
	Ejecución y puesta en marcha	Plan de ejecución	Programas de inversión y actividades para el funcionamiento de las plantas productivas y oficinas
Recuperación	Administración de la inversión	Funcionamiento del proyecto	Inicio de operaciones de fabricación y venta de productos.
		Optimización	Ajustes a las operaciones de producción-venta para mejorar resultados
Evaluación	Evaluación de resultados	Comparación de los resultados	Medición de los resultados financieros, de mercado, administrativos, así como de los beneficios para la empresa.
Ajustes	Ajustes diversos	Supervisión de los ajustes	Seguimiento a los ajustes en las diversas áreas: marketing, administración, técnicas y financieras.

Fuente y elaboración : (Morales Castro & Morales Castro, Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación , 2009)

2.2.3. Estudio de Factibilidad

“Es el análisis detallado de un proyecto desde las siguientes perspectivas: mercado, técnica, legal, organizativa, inversión, fuentes de financiamientos, ingresos, costos y gastos, bondades financieras e impacto socio económico”. (Méndez, 2010, p. 21)

Dicho estudio de factibilidad se lo realiza cuando después de haber realizado el estudio de pre factibilidad aun existen dudas acerca de la viabilidad del proyecto. (Uribe, 2010)

El mismo que según Uribe (2010):

“Identifica el plan de negocio preciso a través de un estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el nivel de compromisos con la participación en el proyecto, la aplicación de criterios de evaluación financieros, económico, social y ambiental que permita obtener argumentos para la decisión de realización del mismo”.

Del mismo modo Méndez (2010), muestra los componentes básicos de un estudio de factibilidad que son:

- Características de la oferta y demanda del bien o servicio que se va a producir.
- Ubicación y tamaño recomendado para iniciar actividades.
- Características tecnológicas del proyecto y aspectos relacionados con la Infraestructura requerida.
- Cuantificación de las inversiones y alternativas de financiamiento.
- Proyección de los ingresos y costos cuando entre a operar el proyecto.
- Definición del tipo de organización desde una perspectiva jurídica y administrativa.
- Evaluación financiera del proyecto y análisis del impacto social.

2.2.4. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es aquel que “define las condiciones de operación del proyecto y sienta las bases del estudio técnico, este analiza la existencia y el volumen de los demandantes de los bienes y servicios ofrecidos en el proyecto, así como los canales de comercialización que se utilizarán, los costos asociados y la determinación de costos”. (Cambroner Esquivel, Zuñiga Blanco, & Montoya Maquín, 2003).

“Su objetivo básico es estimar la cantidad de productos y o servicios que podría adquirir el mercado al cual se desea proveer de acuerdo con el proyecto de inversión” (Morales Castro & Morales Castro, Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación , 2009).

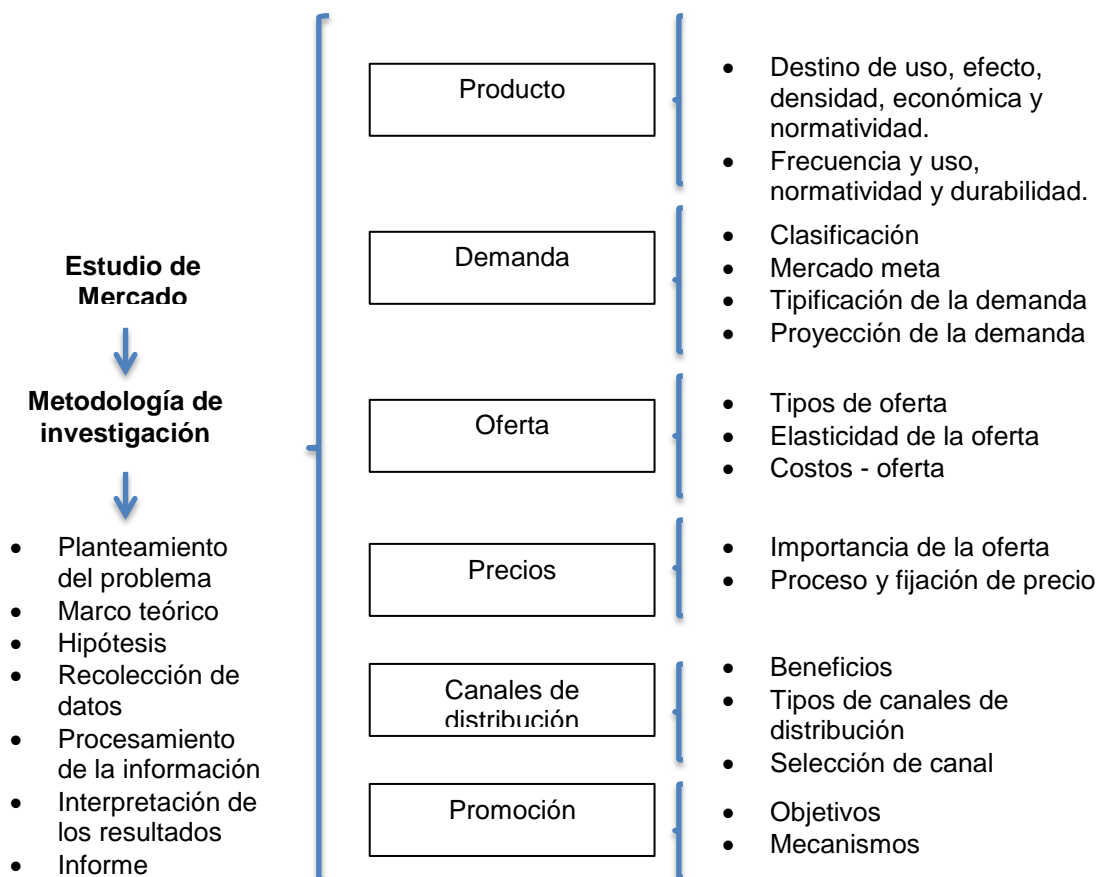
Los aspectos principales del estudio de mercado según Morales Castro & Morales Castro (2009) son:

- Perfil de los productos y o servicios.
- Análisis de la oferta.
- Análisis de la demanda.
- Análisis de los precios.
- Análisis de los canales de distribución.
- Promoción.

Méndez. (2010) sostiene que para realizar un estudio de mercado y comercialización es fundamental estudiar el comportamiento del sector al que pertenece el proyecto, considerando las dimensiones económica, social, política, cultural, tecnológica, jurídico – institucional y ambiental.

Por lo tanto, se puede decir que el estudio de mercado busca determinar si existe una demanda insatisfecha en el mercado y, si la misma puede ser satisfecha con el producto a ofertar; proponer un producto o servicio que reúna las características adecuadas para satisfacer las necesidades detectadas; conocer los canales de distribución idóneos para la comercialización; determinar el volumen de ventas estimado y comprender el entorno.

Gráfico 2.2 Elementos del estudio de mercado



Fuente y Elaboración: (Morales Castro & Morales Castro, Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación, 2009)

Producto

Kotler (2001), define al producto como “cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad”. Los productos pueden ser bienes, servicios, experiencias, eventos, lugares, personas, organizaciones, información, ya que según Morales Castro & Morales Castro (2009) un producto “es un bien que se recibe en un intercambio, que contiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles, como los aspectos sociales y psicológicos”.

Del mismo modo Sapag Chain (2011) también considera al producto como un conjunto de atributos, el cual tiene por lo menos tres estados que son: el producto mismo, sus características y usos; el producto agregado que valora el cliente por su diseño, envase, marca y calidad; y el nivel de fidelización, que engloba la instalación del producto, el tiempo de entrega, las garantías y el servicio postventa.

Demanda de Mercado

Sapag Chain (2011) define a la demanda del mercado como: “La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones.”

“La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad específica” (Morales Castro & Morales Castro, Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación , 2009).

Para el cálculo, es útil el análisis de información estadística disponible, la cual debe complementarse con la información primaria obtenida de las labores de campo del respectivo proyecto (Méndez Lozano, 2010).

Oferta de Mercado

“Son los bienes o servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a la demanda” (Sapag Chain, 2011).

Méndez (2010) conceptualiza la oferta como “la cantidad de bienes o servicios similares o sustitutos a los del proyecto de estudio de origen local, regional, nacional o internacional, que están disponibles para atender la demanda en un mercado determinado”.

“El propósito del análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio” (Baca Urbina, 2013).

Precio

“Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. (Baca Urbina, 2013)

Se debe señalar también que el precio es el valor de los productos expresado en términos monetarios y este puede adquirir diversas formas dependiendo del bien o servicio. (Morales Castro & Morales Castro, Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación, 2009).

Canal de distribución

“Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria” (Baca Urbina, 2013). Cabe mencionar que según el autor se realiza un pago o transacción, además de un intercambio de información en dichos puntos.

A su vez los canales de distribución deben superar brechas de tiempo, plaza y posesión que separan los bienes y servicios de quienes lo necesitan o lo desean. (Kotler, 2001).

Están constituidos por organizaciones independientes que participan en el proceso de colocar un producto o un servicio para su uso o consumo. Son importantes ya que los productos deben estar disponibles en el lugar, en las cantidades necesarias y en el momento oportuno. (Morales Castro & Morales Castro, Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación, 2009).

Para determinar el canal de distribución adecuado es importante analizar varios factores, por ejemplo:

- Objetivos que persigue la empresa.
- Monto que se desea invertir en la comercialización del producto.
- Tipo de producto a comercializar.
- Mercado a atender.
- Control que desea mantener sobre el producto.
- Capacidad de la empresa para establecer o no los canales de distribución.

Promoción

“Es una actividad, material, o ambas cosas, que actúa como un estímulo directo brindando al producto un valor adicional o un incremento para los revendedores, vendedores o consumidores. Incluye todas las actividades promocionales y materiales”. (Pride & Ferrel, 1986)

La promoción trata de identificar y atraer a nuevos clientes, introducir un nuevo producto o aumentar el número de consumidores a través de la exposición de las mejoras del producto, reducir los esfuerzos de la competencia para así obtener más y mejores espacios en los estantes y exhibidores (Morales Castro & Morales Castro, Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación , 2009).

En lo referente a la empresa, esta debe capacitar a todo el personal que tiene contacto con el cliente para que sean amables, persuasivos y desarrollen una buena imagen institucional, puesto que, lo importante es desarrollar una buena comunicación con el cliente, transmitiendo la información necesaria y precisa.

2.2.4.1. Estudio técnico

El estudio de técnico tiene como objetivo verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto así como también analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para la realización de la producción. (Baca Urbina, 2013).

Méndez (2010) simplifica los componentes técnicos de un proyecto a fundamentalmente tres aspectos: el tamaño, la localización y el proceso tecnológico.

En esta etapa del estudio de factibilidad se incluyen la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la fábrica. (Morales Castro & Morales Castro, Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación, 2009)

De manera que, el estudio técnico busca resolver las preguntas frecuentes de a dónde, cuando, cómo y con qué producir lo que se desea, porque el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Baca Urbina, 2013).

Según (Rivera Martinez & Hernandez Chavez, 2010) el también llamado ingeniería del proyecto inicia con el aspecto organizacional describiendo la figura legal de la organización, seguido de la misión, visión y valores empresariales, su estructura, forma de gobierno, y a los accionistas. Se considera prudente aclarar las competencias de los colaboradores o definir los puestos de trabajo. Después se

analiza la localización del proyecto a nivel micro y macro y es conveniente analizar el impacto ambiental. Para determinar la infraestructura, es preciso describir los procesos productivos que conlleva el proyecto, los activos indispensables y las inversiones por hacer.

En fin, el estudio técnico permite sentar bases para realizar el estudio económico y financiero, por lo tanto se hace indispensable realizarlo adecuadamente para así poder tomar una decisión certera en cuanto a la factibilidad que tiene el mismo o no.

Localización

A criterio de Méndez (2010), la localización hace referencia al lugar donde se ubicará el proyecto. Cuando el estudio está orientado a la creación de unidades de producción o servicios para atender una demanda de bienes y servicios, la localización puede estar orientada hacia el mercado de productos o servicios y se busca una ubicación que facilite el acceso para el usuario o el consumidor.

Existen también otros factores que influyen para decidir en donde se puede ubicar un proyecto, entre ellos se encuentran: la disponibilidad de terrenos, facilidad de construcción, incentivos fiscales y financieros, niveles de interés de la comunidad, facilidad de acceso a servicios públicos, acceso a servicios complementarios, políticas de desarrollo empresarial, nivel de impacto ambiental.

Tamaño

“El tamaño tiene que ver con la magnitud del proyecto y puede expresarse de diferente manera, puesto que puede ser en función de la producción, según el monto de la inversión, según el número de empleos generados, según la cobertura geográfica del mercado.” (Méndez Lozano, 2010)

A criterio del mismo autor, los factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta son: la demanda, los suministros e insumos, la tecnología y los equipos, el financiamiento y la organización.

Ingeniería

La ingeniería del proyecto se relaciona directamente con los procesos de producción o de prestación de servicios, por lo que en este componente del proyecto se establecen las bases técnicas (Méndez Lozano, 2010).

Por otra parte, Morales Castro & Morales Castro (2009) asegura que la ingeniería del proceso se ocupa de resolver todo lo concerniente a la instalación y al funcionamiento de la planta, para lo cual se debe analizar los siguientes factores:

- Procesos de producción.
- Sistema de producción.
- Maquinaria y equipo utilizados.
- Distribución de planta. (*lay – out*)

- Requerimientos de mano de obra, materiales y servicios.
- Necesidades de terreno y edificaciones.
- Tecnología de procesos

2.2.4.2. Estudio Económico

Una vez que se ha comprobado la viabilidad del proyecto, ya que existe una demanda potencial que puede ser satisfecha y no existe impedimento tecnológico para llevarlo a cabo, el estudio económico busca expresar en términos monetarios todas las determinaciones realizadas anteriormente en el estudio técnico, que aparecerán en forma de inversiones y gastos. (Baca Urbina, 2013).

Por otra parte la evaluación financiera examina el proyecto en función de su rendimiento financiero, con el objetivos de determinar la viabilidad de atender oportunamente los costos y gastos, medir que tan rentable es la inversión del proyecto y aportar elementos de juicio para comparar el proyecto con otras alternativas de inversión. (Méndez Lozano, 2010)

Para realizar lo anteriormente explicado es necesario determinar y analizar datos acerca de:

- La inversión
- Ingresos, costos y gastos
- Formas de financiamiento
- Utilidad de la operación del proyecto

- Inventarios
- Capital de trabajo
- Depreciaciones
- Amortizaciones

Así mismo, como se realiza en los dos estudios anteriores, se debe tomar una decisión acerca de la viabilidad del proyecto, diagnosticando su situación y los resultados que arroje el estudio económico.

Costos

“Es un desembolso en efectivo en especie hecho en el pasado, en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad). (Baca Urbina, 2013).

Dichos costos se dividen:

- Costos de producción (materia prima, mano de obra, costos indirectos, otros.)
- Costos de Administración (sueldos administrativos, insumos, otros.)
- Costos de Venta (sueldos, comisiones, mercadeo, otros.)
- Costos Financieros (intereses, transacciones bancarias, otros.)

Inversión inicial

“Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.” (Baca Urbina, 2013)

Capital de Trabajo

Baca Urbina (2013) define al capital de trabajo como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, en otras palabras, es el capital adicional, distinto al de la inversión en activo fijo y diferido con el que hay que contar para que un empresa comienza a funcionar.

Se denomina también capital de rotación o capital de giro y su objetivo principal es garantizar el normal funcionamiento de la empresa durante un ciclo productivo, para su tamaño y capacidad determinada. (Méndez, 2010)

Se debe tomar en cuenta el financiamiento de la primera producción sin haber recibido los ingresos, esto engloba los costos que genera la mano de obra directa, la materia prima, los créditos otorgados de las primeras ventas y los gastos diarios de la empresa.

Punto de Equilibrio

“Es el nivel de producción en que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijo y variables” (Baca Urbina, 2013).

De igual manera a criterio de Barfield (2005), en el punto de equilibrio, los ingresos de las empresas simplemente cubren a los costos, de este modo la compañía no incurre ni en utilidades ni en pérdidas en su operación. Conociendo el punto de equilibrio se puede fijar metas de ventas que generarán utilidades de operación en vez de perdidas.

Evaluación Financiera

La evaluación financiera según Méndez (2010), es útil para medir la rentabilidad que un proyecto representa al inversionista, la misma que se realiza en base a tres criterios básicos llamados indicadores integrales de evaluación porque son el resultado de la interacción de todos los componentes de un proyecto. Estos criterios son:

- Valor actual neto (VAN o VPN)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- Relación costo beneficio (B / C)

Valor Actual Neto (VAN)

“El valor actual neto mide el excedente después de obtener rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión del proyecto. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos de caja, proyectados desde el primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el año 0” (Sapag Chain, 2011).

Los criterios de toma de decisión para este indicador son:

Si el VAN es mayor a cero se debe aceptar el proyecto, ya que dicho resultado reflejara cuanto se gana con el proyecto después de haber recuperado la inversión inicial.

Si el VAN es menor a cero, lo más probable es que el proyecto no sea viable, ya que esta cifra muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

En caso de que el VAN es igual a cero, esto indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido, por tanto la decisión debe basarse además en otros factores.

La fórmula que se utiliza para calcular el VAN es la siguiente:

$$\text{VAN} = -\text{I.I.} + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5$$

donde:

I.I.= Inversión Inicial.

FnF= Flujo de Caja Proyectado.

r/i= Tasa Maxima de Aversión al Riesgo (TMAR).

Tasa Interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) mide la rentabilidad como porcentaje y se define como “la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del valor actual neto (VAN) hace que este sea igual a cero.” (Méndez, 2010).

La tasa interna de retorno busca el porcentaje de interés que hace que el flujo traído a valor presente y restado de la inversión inicial sea igual a cero. Para el cálculo del T.I.R. se utiliza la siguiente formula matemática:

$$\text{TIR} = -\text{I.I.} + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5 = 0$$

donde:

I.I.= Inversión Inicial.

FnF= Flujo Neto de Fondos.

I= Tasa de descuento.

Relación Beneficio – Costo (B/C)

Según el autor Sapag Chain (2011), este indicador “compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.”

La regla de decisión para este indicador es:

- Si la relación beneficio – costo es igual a uno, por lo tanto, se debe aceptar el proyecto.
- Si la relación beneficio – costo es menor a uno, por lo tanto, se debe rechazar el proyecto.

La fórmula empleada para determinar la relación beneficio / costo es:

$$B / C = VAI / VAC$$

donde:

VAI= Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos

VAC= Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales

Comercialización

La comercialización de un producto es una fase muy importante, que muchas veces se la deja de lado una vez que se ha determinado la factibilidad del mismo. Pero es fundamental determinar la actividad que permitirá al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor en el sitio y momento adecuado. (Baca Urbina, 2013)

De esta necesidad han surgido agentes o también llamados intermediarios que permiten que el producto fabricado llegue al consumidor, siendo estas empresas o negocios propiedad de terceros.

La decisión de la comercialización del producto viene de la mano del análisis del tamaño y la localización de la planta de producción, Kotler (1993) define los siguientes aspectos a analizar:

Cuándo (Programación)

Se refiere al momento en el que el producto entra al mercado, Kotler (1993) afirma que existen tres alternativas respecto a lo señalado.

La entrada del producto en el mercado puede ser como primera entrada, es decir, adelantarse a los competidores para así asegurar algunos distribuidores, clientes claves y ganar liderazgo en cuanto al prestigio.

Por otra parte, la entrada paralela se refiere a la programación de la entrada del producto con la del competidor.

Así mismo, la firma podría retrasar el lanzamiento del producto hasta después de que haya entrado el competidor, pudiendo aprovechar que este haya absorbido el costo de educación del mercado.

Dónde (Estrategia geográfica)

Se refiere a la localidad en la que la compañía decide ingresar, ésta puede ser regional, en el mercado nacional y hasta internacional, esta decisión depende del capital, la confianza y la capacidad para lanzar nuevos productos que tiene la empresa.

Los principales criterios de evaluación para elegir una estrategia geográfica según Kotler (1993), son:

- Potencial del mercado.
- Prestigio local de la compañía.

- Costo de cobertura de la red.
- Calidad de información en el área.
- Influencia del área en otras áreas y penetración competitiva.

A quién (Prospectos de mercado meta)

La compañía debe dirigir su distribución y su promoción a los mejores grupos de prospecto, o también llamados clientes potenciales, los cuales ya han sido determinados previamente en el estudio de mercado realizado, las características ideales que deberían tener dichos prospectos son: que sean adoptadores tempranos, usuarios intensivos del producto, líderes de opinión.

Cómo (Estrategia introductoria al mercado)

“Para introducir un nuevo producto en el mercado es necesario que la empresa tenga un plan de acción que permita distribuir el presupuesto de la mercadotecnia entre las herramientas de la mezcla de mercadotecnia.” (Kotler, 2001) .

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Fuentes de investigación

3.1.1. Fuentes Primarias

El levantamiento de datos de la investigación se realiza de forma directa y actual a través de la aplicación de encuestas a la Población Económicamente Activa que posee trabajo adecuado o inadecuado del sector urbano de la ciudad de Ambato, con el fin de obtener información de primer nivel que sustenten el proyecto de investigación.

3.1.2. Fuentes Secundarias

Se refiere a toda la información bibliográfica proveniente de libros, publicaciones, investigaciones previamente realizadas, páginas web y documentos de distintos autores, que ayuden a desarrollar el tema de estudio.

El presente trabajo de investigación recopiló información de distintos autores publicada en libros, tesis anteriormente realizadas, datos y estudios realizados por

instituciones nacionales oficiales y varios artículos publicados en internet por organizaciones mundiales.

3.2.Enfoque

3.2.1. Cualitativo – Cuantitativo

El enfoque de investigación que se aplicó en el presente proyecto es el enfoque cualitativo – cuantitativo, el cual, a través de la aplicación de encuestas para la recolección de datos acerca de los gustos, preferencias y percepciones de los clientes potenciales, permite comprobar el nivel de aceptación que podría tener el producto en el mercado y a la vez, mediante estudios financieros y datos numéricos puede comprobar la viabilidad y factibilidad del mismo.

3.3.Modalidad De La Investigación

3.3.1. Investigación Bibliográfica

Para la construcción del marco teórico del proyecto de investigación, se utilizó la modalidad investigativa bibliográfica, que permitió solucionar inquietudes, profundizar y ampliar los conocimientos acerca del tema en cuestión, sustentándose en información extraída de textos, folletos, revistas, investigaciones científicas, páginas web, documentos, entre otros,.

3.3.2. Investigación de Campo

A través de la investigación de campo se estableció un contacto directo con los clientes potenciales de la ciudad de Ambato, que permitió conocer las características del entorno en que se establecería la idea comercial, para así plasmarlas en la propuesta del proyecto de investigación.

Se realizó encuestas para conocer los gustos, preferencias del consumidor y recopilar información válida para el proyecto de investigación.

3.4. Tipo de investigación

3.4.1. Exploratoria

La información necesaria para comprender de mejor manera el problema y la posible solución del presente proyecto de investigación fue proporcionada por los clientes potenciales ubicados en el sector urbano de la ciudad de Ambato.

3.4.2. Descriptiva

El proyecto de investigación describe las necesidades insatisfechas de los consumidores determinadas a partir de los datos arrojados de las encuestas realizadas, de igual manera, se propone también el modelo de negocio necesario para la viabilidad de la idea en cuestión.

3.5.Técnica

3.5.1. Encuesta

La técnica empleada para el desarrollo del proyecto de investigación fue la encuesta, a través de su aplicación, se recolectó datos importantes acerca de la población seleccionada para el desarrollo de la investigación.

3.6.Instrumento

3.6.1. Cuestionario

El instrumento aplicado en el presente proyecto de investigación fue el cuestionario, mismo que constó de once preguntas enfocadas principalmente en definir si existe una demanda insatisfecha, así como los gustos y preferencias de los clientes potenciales.

3.7.Población y muestra

Las encuestas se las realizó a una muestra estratificada de la población seleccionada, que comprende a las personas de la Población Económicamente Activa (P.E.A.) de Ambato, que se encuentran en el segmento de empleo adecuado e inadecuado de la zona urbana, entendiéndose P.E.A., a las “personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo

(empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)” (INEC,2015).

Según los datos extraídos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) con corte a junio del 2015, la P.E.A. es de 7.430.701 personas, mientras que en Ambato es de 173.370 personas en su totalidad y de ellas 86.820 pertenecen al sector urbano.

El segmento de personas con empleo adecuado se refiere a aquellas que “durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales” (INEC,2015), las mismas que en Ambato representan el 58,44% de la P.E.A. total, por otra parte, el segmento de personas con empleo inadecuado representa el 37,49%, teniendo en cuenta que son personas con un empleo que “no satisfacen las condiciones mínimas de horas o ingresos y, que durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales menores al salario mínimo y/o trabajan menos de 40 horas a la semana, y pueden o no, desear y estar disponibles para trabajar horas adicionales” (INEC,2015), determinando así que la población económicamente activa de la zona urbana de Ambato que tiene un empleo adecuado o inadecuado es de 83.286 personas.

Una vez cuantificado el universo del proyecto de investigación, se procedió a aplicar la fórmula de muestra finita, trabajando con el 95% de confianza, una probabilidad del 50% y con un valor en z de 1,96 según la tabla de distribución normal estándar, obteniendo así una muestra de 382 personas a las que se les aplicó la encuesta.

$$n = \frac{z^2(p)(q)N}{Ne^2 + z^2(p)(q)}$$
$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)83286}{83286(0,05)^2 + 1,96^2(0,5)(0,5)} = 382,40$$

3.8.Tabulación

La información obtenida a través del análisis y revisión de los datos extraídos de las encuestas aplicadas, se plasmó en tablas y gráficos de pastel elaborados en Microsoft Excel, para una mejor comprensión.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Tabulación de datos

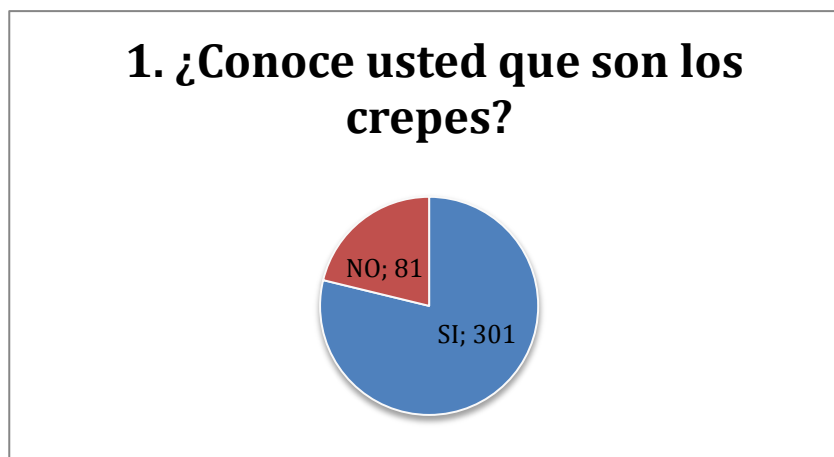
1. ¿Conoce usted que son los crepes?

Tabla 4.1 ¿Conoce usted que son los crepes?

PREGUNTA 1		
SI	301	79%
NO	81	21%
TOTAL	382	100%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.1 ¿Conoce usted que son los crepes?



Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

De los 382 encuestados, 301 personas afirmaron que si conocían que son los crepes, mientras que 81 personas que representan el 21% no lo hacen, por lo tanto, el resto de preguntas solo fueron respondidas por el 79% de la muestra seleccionada.

2. ¿ Ha consumido alguna vez crepes ?

Tabla 4.2 ¿ Ha consumido alguna vez crepes ?

PREGUNTA 2		
SI	291	76%
NO	10	3%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.2 ¿ Ha consumido alguna vez crepes ?



Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

El 76% de la población encuestada si ha consumido alguna vez crepes, mientras que solamente el 3% de la muestra seleccionada conformada por 10 personas no lo han hecho.

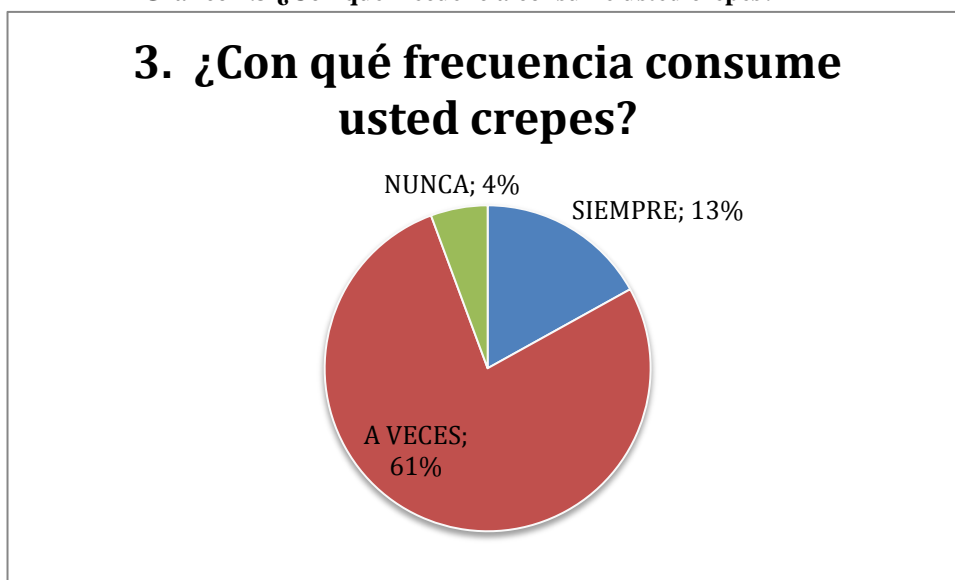
3. ¿Con qué frecuencia consume usted crepes?

Tabla 4.3 ¿Con qué frecuencia consume usted crepes?

PREGUNTA 3		
SIEMPRE	51	13%
A VECES	233	61%
NUNCA	17	4%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.3 ¿Con qué frecuencia consume usted crepes?



Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

La mayoría de personas encuestadas que consumen crepes lo hacen a veces, esto es lo que refleja la pregunta número 3, mientras que tan solo el 4% nunca ha consumido crepes, a diferencia del 13% que lo hace siempre.

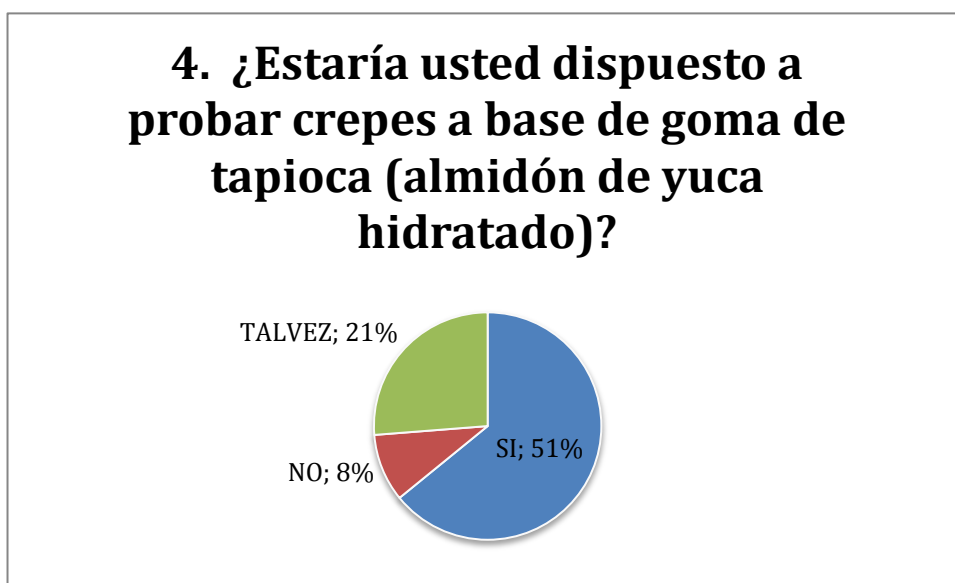
4. ¿Estaría usted dispuesto a probar crepes a base de goma de tapioca (almidón de yuca hidratado)?

Tabla 4.4 ¿Estaría usted dispuesto a probar crepes a base de goma de tapioca (almidón de yuca hidratado)?

PREGUNTA 4		
SI	193	51%
NO	29	8%
TAL VEZ	79	21%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.4 ¿Estaría usted dispuesto a probar crepes a base de goma de tapioca (almidón de yuca hidratado)?



Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

La pregunta número 4 refleja la disposición de los encuestados para probar crepes en base a goma de tapioca, ya que el 51% respondió que si lo haría, el 21% de las personas dijo que tal vez lo probaría y el 8% no estaría dispuesto a probar este alimento.

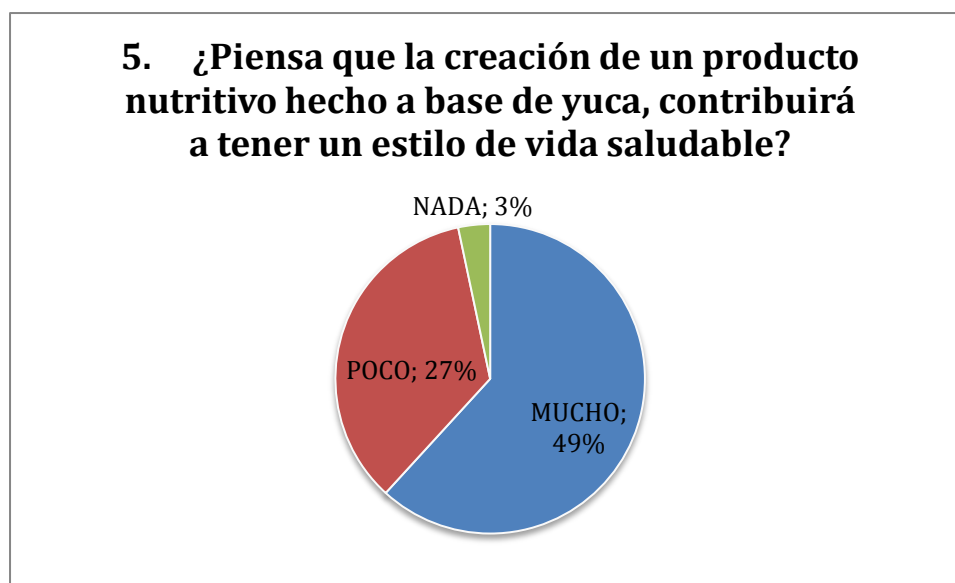
5. ¿Piensa que la creación de un producto nutritivo hecho a base de yuca, contribuirá a tener un estilo de vida saludable?

Tabla 4.5 ¿Piensa que la creación de un producto nutritivo hecho a base de yuca, contribuirá a tener un estilo de vida saludable?

PREGUNTA 5		
MUCHO	186	49%
POCO	105	27%
NADA	10	3%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.5 ¿Piensa que la creación de un producto nutritivo hecho a base de yuca, contribuirá a tener un estilo de vida saludable?



Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

El 49% de las personas encuestadas alegaron que la creación de un producto nutritivo hecho a base de yuca ayudaría mucho a tener un estilo de vida saludable, el 27% piensa que ayudaría poco, mientras que el 3% dice que la creación de este producto no ayudaría en nada a un estilo de vida saludable.

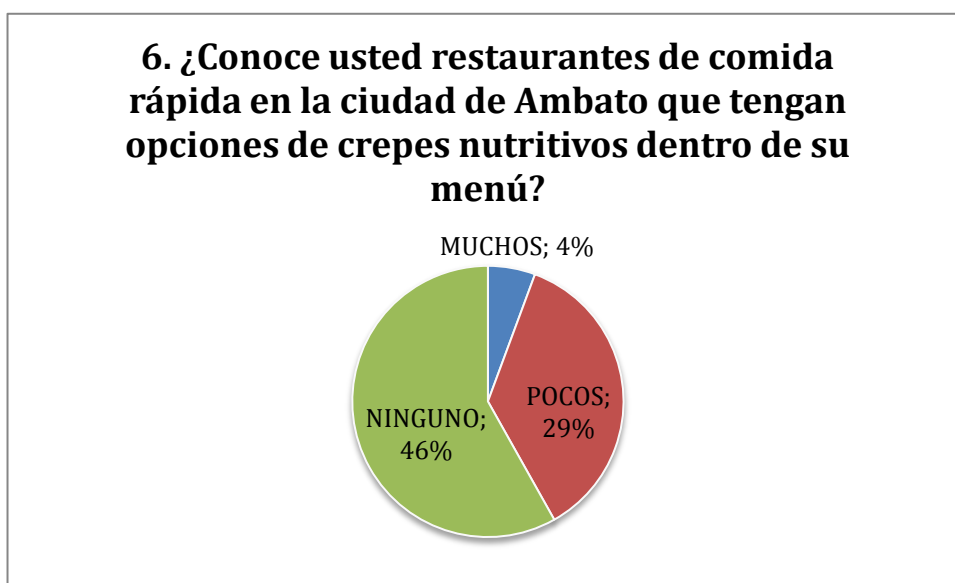
6. ¿Conoce usted restaurantes de comida rápida en la ciudad de Ambato que tengan opciones de crepes nutritivos dentro de su menú?

Tabla 4.6 ¿Conoce usted restaurantes de comida rápida en la ciudad de Ambato que tengan opciones de crepes nutritivos dentro de su menú?

PREGUNTA 6		
MUCHOS	17	4%
POCOS	109	29%
NINGUNO	175	46%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.6 ¿Conoce usted restaurantes de comida rápida en la ciudad de Ambato que tengan opciones de crepes nutritivos dentro de su menú?



Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

De acuerdo con los datos arrojados en pregunta número 6, el 46% de los encuestados piensan que no existe un restaurante de comida rápida en Ambato que tengan opciones de crepes nutritivos dentro de su menú, el 29% piensa que hay poco, y tan solo el 4% afirma que hay muchos lugares con este tipo de menú.

7. ¿ Si se crearía un local que comercialice crepes a base de goma de tapioca con distintos rellenos saludables, lo visitaría?

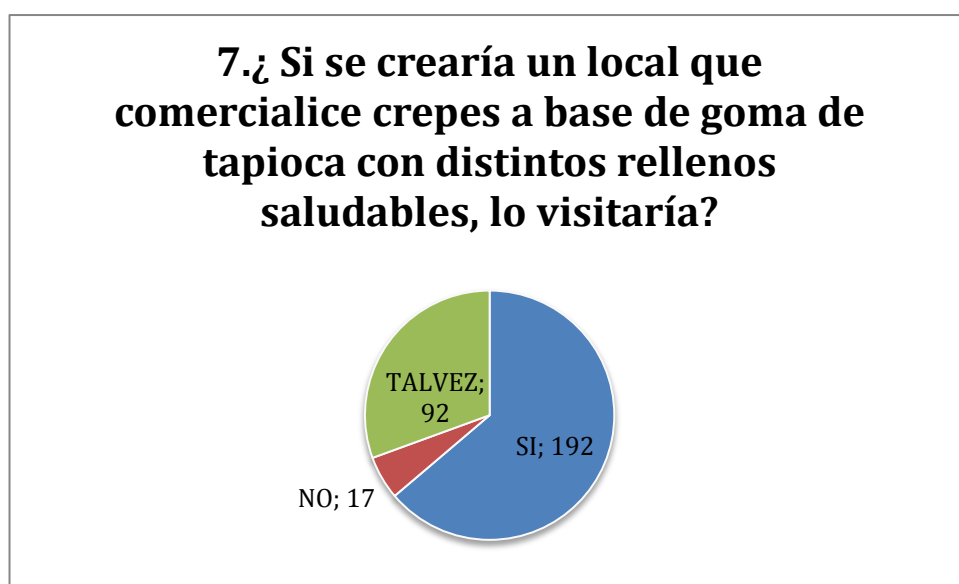
Tabla 4.7 ¿ Si se crearía un local que comercialice crepes a base de goma de tapioca con distintos rellenos saludables, lo visitaría?

PREGUNTA 7		
SI	192	50%
NO	17	4%
TAL VEZ	92	24%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación

Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.7 ¿ Si se crearía un local que comercialice crepes a base de goma de tapioca con distintos rellenos saludables, lo visitaría?



Fuente: Investigación

Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

El 50% de los encuestados si visitaría un local que comercialice crepes en base a goma de tapioca, el 24% tal vez lo haría y el 4% no lo visitaría. Es decir conjuntamente con los resultados de la pregunta 4 se puede notar que la mayoría de la población estaría dispuesto a tener una primera experiencia consumiendo crepes en base a goma de tapioca.

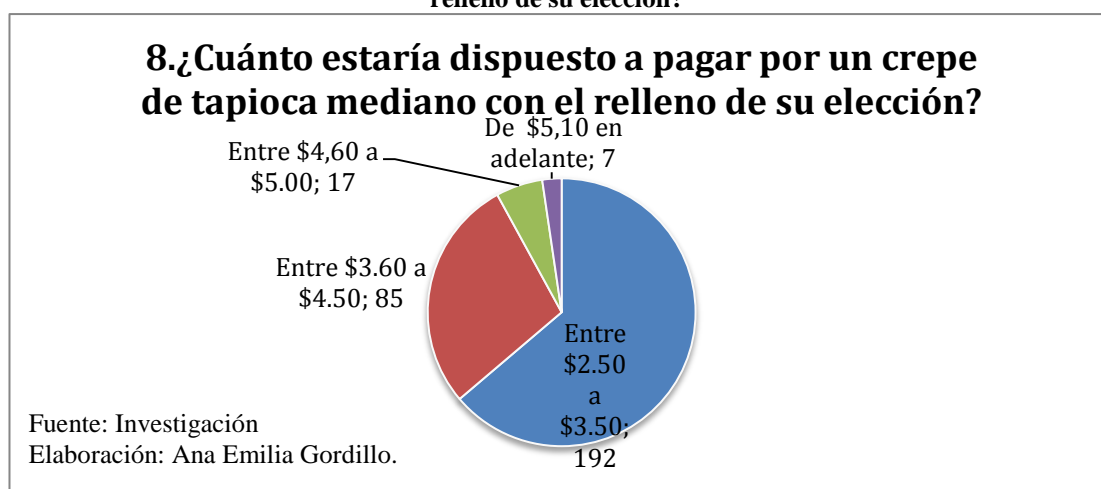
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un crepe de tapioca mediano con el relleno de su elección?

Tabla 4.8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un crepe de tapioca mediano con el relleno de su elección?

PREGUNTA 8		
Entre \$2.50 a \$3.50	192	50%
Entre \$3.60 a \$4.50	85	22%
Entre \$4,60 a \$5.00	17	4%
De \$5,10 en adelante	7	2%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un crepe de tapioca mediano con el relleno de su elección?



El 50%, es decir 192 personas encuestadas estarían dispuestas a pagar de \$2.50 a \$3.50 dólares americanos por un crepe de tapioca mediano con el relleno de su elección, seguidamente el 22% pagaría de \$3,60 a \$4,50 por el mismo producto en cuestión, mientras que el 4% pagaría de \$4,60 a \$5,00 y el 2% pagaría mas de \$5,10 por dicho crepe. Es decir el precio mejor visto para la población encuestada es de \$2,50 a \$3,50.

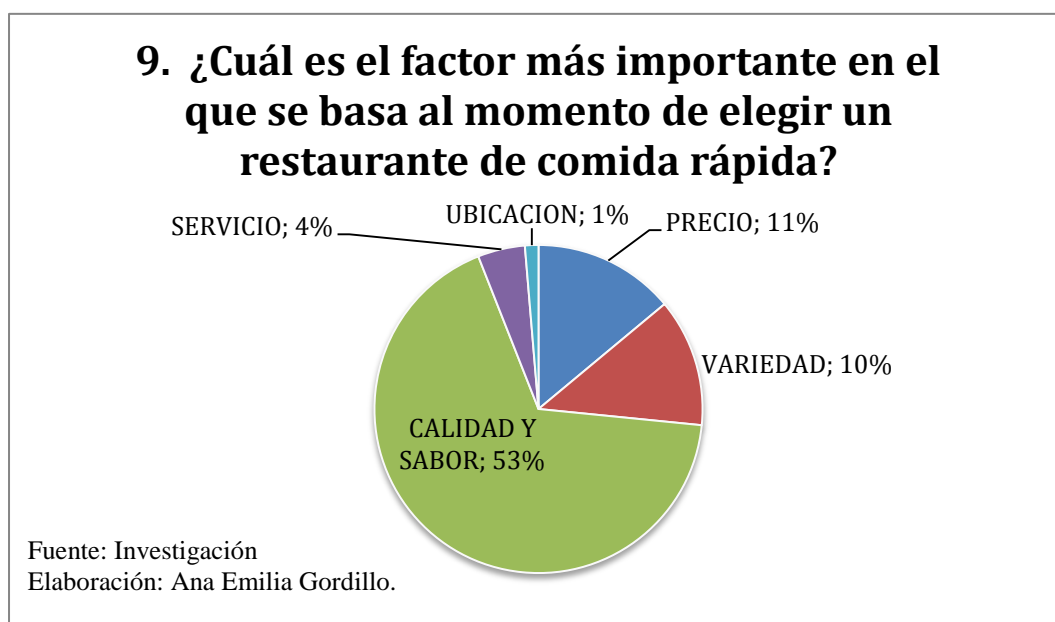
9. ¿Cuál es el factor más importante en el que se basa al momento de elegir un restaurante de comida rápida?

Tabla 4.9 ¿Cuál es el factor más importante en el que se basa al momento de elegir un restaurante de comida rápida?

PREGUNTA 9		
PRECIO	42	11%
VARIEDAD	38	10%
CALIDAD Y SABOR	203	53%
SERVICIO	14	4%
UBICACIÓN	4	1%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.9 ¿Cuál es el factor más importante en el que se basa al momento de elegir un restaurante de comida rápida?



En cuanto al factor más importante en el que las personas basan su decisión al momento de elegir un restaurante de comida rápida sobresale, con un 53% la calidad y el sabor, seguido del precio con un 11%, el 10% dijo que su decisión lo hace en base a la variedad que posee el restaurante, mientras que el 4% lo hace según el servicio y la ubicación fue seleccionada tan solo por el 1%.

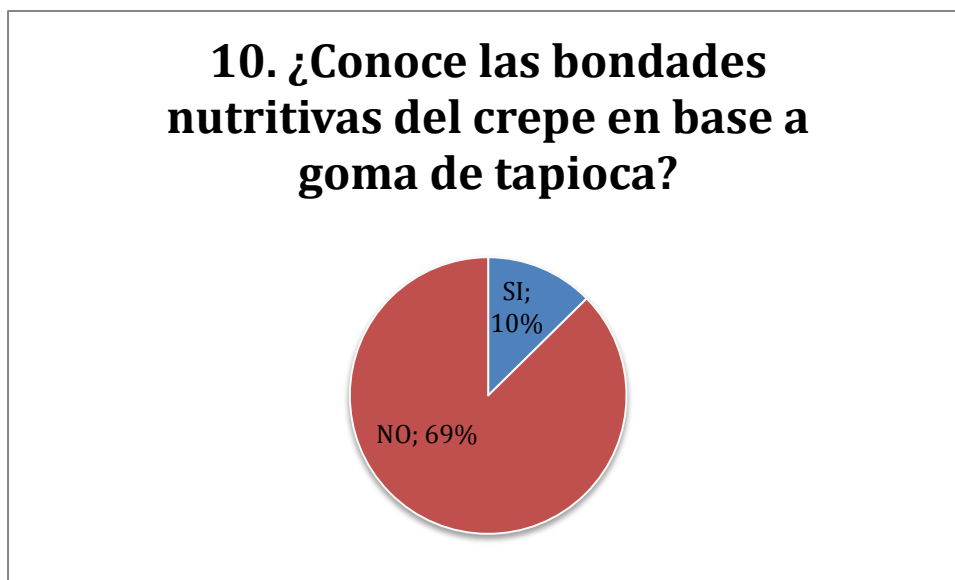
10. ¿Conoce las bondades nutritivas del crepe en base a goma de tapioca?

Tabla 4.10 ¿Conoce las bondades nutritivas del crepe en base a goma de tapioca?

PREGUNTA 10		
SI	38	10%
NO	263	69%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.10 ¿Conoce las bondades nutritivas del crepe en base a goma de tapioca?



Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

El 69% de los encuestados que está conformado por 263 personas, no conocen las bondades nutritivas de los crepes en base a goma de tapioca, 38 personas de las 301 que respondieron a la pregunta 10 si conocen dichas bondades.

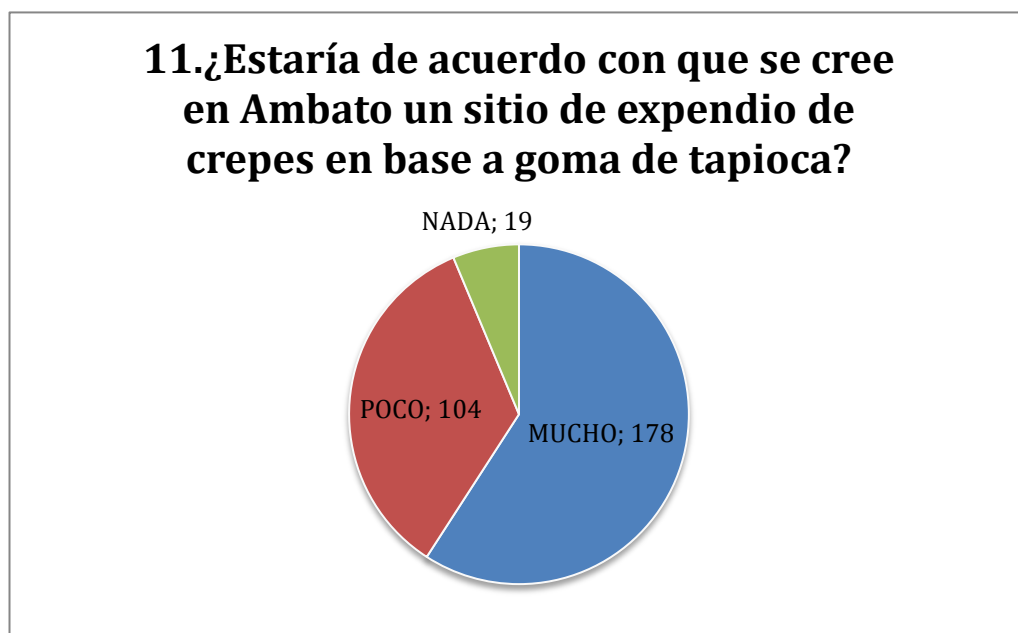
11. ¿Estaría de acuerdo con que se cree en Ambato un sitio de expendio de crepes en base a goma de tapioca?

Tabla 4.11 ¿Estaría de acuerdo con que se cree en Ambato un sitio de expendio de crepes en base a goma de tapioca?

PREGUNTA 11		
MUCHO	178	47%
POCO	104	27%
NADA	19	5%
TOTAL	301	79%

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Gráfico 4.11 ¿Estaría de acuerdo con que se cree en Ambato un sitio de expendio de crepes en base a goma de tapioca?



Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

El 47% respondió que estaría muy de acuerdo en que se cree un sitio de expendio de crepes en base a goma de tapioca en la ciudad de Ambato, el 27% estaría poco de acuerdo y el 5% no estaría de acuerdo. Lo cual expresa que la ciudadanía ambateña no solamente probaría los crepes propuestos, sino que también visitaría el lugar donde se comercialice el mismo ya que esta de acuerdo con su creación.

4.2. Conclusiones

El 79% de los encuestados si conocen que son los crepes e incluso la mayoría de ellos los han consumido, es decir, a pesar de no ser un producto posicionado, la población ambateña sabe de su existencia.

La mayoría de los encuestados consumen crepes a veces, a pesar de que en Ambato existen pocos restaurantes de comida rápida que ofrezcan este producto con rellenos nutritivos dentro de su menú, por lo tanto se puede decir que existe una demanda insatisfecha de comida rápida saludable.

A pesar de que las personas no conocen los beneficios nutricionales que tienen los crepes en base a goma de tapioca, piensan que un producto hecho a base de yuca si ayudaría a que las personas tengan un estilo de vida más saludable.

La mayoría de los encuestados no conocen que son los crepes en base a goma de tapioca, pero existe una muy buena predisposición a probarlos y se puede concluir que también visitarían un lugar que se dedique a su comercialización.

La mitad de los encuestados estarían dispuestos a pagar de \$2,50 a \$3,50 por un crepe con un relleno de su preferencia, sin embargo, en el momento de elegir un restaurante de comida rápida, el precio no es el factor más importante en el que se basa su decisión, sino es la calidad y el sabor.

4.3.Recomendaciones

Es necesario realizar una degustación para que las personas conozcan lo que son los crepes en base a goma de tapioca, adicionando información acerca de las diferencias y beneficios que poseen en comparación a los crepes normales.

Aprovechar la oportunidad existente en el mercado ambateño para la introducción o creación de un restaurante de comida rápida que ofrezca productos saludables dentro de su menú, ya que se podría satisfacer esta demanda con la elaboración de crepes en base a goma de tapioca.

Dar a conocer a las personas los beneficios nutricionales que poseen los crepes en base a goma de tapioca, para que de esta manera se sientan motivados a su consumo gracias al aporte saludable que esto conllevaría en su estilo de vida.

Crear una experiencia en el cliente al momento en que pruebe los crepes preparados en base a goma de tapioca, pues es importante brindar un valor agregado al producto para que de esta forma las personas lo disfruten aún más.

Todos los factores de decisión son importantes al momento de elegir un restaurante de comida rápida, debe existir un equilibrio entre el precio, el servicio, la calidad y el sabor, la ubicación del local, con el fin de que el cliente obtenga una relación costo – beneficio bastante alta.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Título

“Estudio de factibilidad previo a la implementación de un local de comercialización de crepes en base a goma de tapioca en la ciudad de Ambato.”

5.2. Antecedentes

Actualmente el estilo de vida saludable se está volviendo parte de la sociedad ambateña, muchas personas practican algún tipo de deporte o dedican parte de su tiempo libre para realizar ejercicio, como complemento de ello es necesario una alimentación saludable y nutritiva, lastimosamente dentro de la ciudad no existen muchos locales o negocios de comida que ofrezcan opciones saludables para el público.

El presente proyecto tiene la finalidad de verificar la factibilidad de la creación de crepes en base a goma de tapioca y su comercialización en la ciudad de Ambato, proponiendo este producto como una opción nutritiva e innovadora de comida rápida que apoye al estilo de vida saludable de la población, aprovechando así los beneficios nutricionales que posee la yuca.

5.3.Beneficiarios

La población se beneficiará del presente proyecto, ya que contaría con un nuevo lugar de alimentación que ofrezca opciones nutritivas y saludables dentro de su menú, que los comercialice de manera innovadora. Los propietarios se beneficiarían con los réditos económicos de este local y la satisfacción de crear un espacio que apoye al estilo de vida saludable, de la misma manera los colaboradores serían beneficiarios directos ya que esto se traduce en la creación de fuentes de trabajo.

5.4.Ubicación

Ciudad: Ambato

Sector: Ficoa

5.5.Justificación

Los crepes en base a goma de tapioca provienen básicamente de la yuca, la cual contiene un alto valor nutricional y no contienen gluten por lo cual incluso las personas celiacas son aptas para consumirlos. Básicamente son tortillas con sabor neutro y una textura interesante, que se puede combinar con el relleno de la preferencia del cliente, haciendo altamente saludables, sabrosas y novedosas.

En Ambato existen pocos lugares de comida rápida que ofrecen opciones nutritivas dentro de su menú, la creación de un lugar que comercialice crepes en base a goma

de tapioca sería un opción para satisfacer la demanda de personas que prefieren o que elegirían una alternativa saludable en el momento de servirse un bocadillo.

La creación de este producto significaría también una oportunidad de crecimiento bastante alta, ya que cuando éste se posicione, se lo puede comercializar prefabricado en supermercados y en tiendas, o se establece como una línea de negocio. De allí, se justifica la necesidad de realizar un estudio de factibilidad, que verifique la aceptación del mercado, la viabilidad técnica y administrativa, y los beneficios económicos que tendría esta propuesta.

5.6. Estudio de Mercado

5.6.1. Objetivos

5.6.1.1. General

Determinar las condiciones actuales del mercado para conocer el nivel de aceptación que puede tener el producto.

5.6.1.2. Específicos

- Determinar la demanda insatisfecha que existe para el producto en la ciudad de Ambato.

- Especificar las características del producto que se va a ofertar en el mercado para comprobar su factibilidad.
- Definir el segmento de mercado al que va a ir dirigido el producto.

5.6.2. Fuentes de Información

Las fuentes de información fueron de carácter primario, ya que los datos se obtuvieron a través de la aplicación de encuestas realizadas en locales comerciales que cuentan con clientes de un nivel económico medio, medio alto y alto.

También se extrajeron datos a través de la observación de los principales negocios de expendio de crepes en la ciudad de Ambato.

Para la determinación de la muestra se usaron datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, como la Población Económicamente Activa (INEC, 2015).

5.6.3. Población y muestra

La población con la que se trabajó fue la económicamente activa del sector urbano de la ciudad de Ambato que cuenta con un trabajo adecuado o inadecuado, obteniendo así una muestra estratificada de 382 personas a las cuales se les aplicó la encuesta.

$$n = \frac{z^2(p)(q)N}{Ne^2 + z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)83286}{83286(0,05)^2 + 1,96^2(0,5)(0,5)} = 382,40$$

$$n = 382$$

Se deben levantar 382 muestras.

5.6.4. Análisis de la Oferta y la Demanda

5.6.4.1. Demanda Actual

Para determinar la demanda actual, se segmentó según rangos de edad de entre 15 a 49 años (hombres y mujeres), tomando como referencia la Población Económicamente Activa de la zona urbana de Ambato (INEC, Junio 2015) con trabajo adecuado e inadecuado, que son 83.286 personas, de ellos solamente se consideraran estratégicamente como potenciales clientes al 52%, teniendo como resultado un total de 43.309 personas que consumen crepes.

Para determinar la frecuencia de consumo se utilizó los resultados de las encuestas (pregunta 3), de quienes respondieron que consumen crepes (siempre y a veces) es decir el 13% y 61% respectivamente, con lo cual se obtiene un promedio del 37% que consumen crepes, con este valor se calculó la frecuencia de consumo en número de meses, si 100% son 365 días entonces 37% cuanto será, obteniendo 135 días que equivale a un consumo crepes cada 4,5 meses, que es lo mismo 2,67 veces al año. Con este valor se calculó el número de crepes que consumirá el mercado potencial en un año, multiplicando 43,409 personas por 2,67 veces de consumo al año, obteniendo

una cifra de 115.305 crepes anuales, que mensualizado (dividido para 12) resulta 9.636 crepes.

5.6.4.2. Oferta Actual

Tabla 5.1 Oferta Actual

NOMBRE	CANTIDAD DIARIA	PRECIO PROMEDIO (\$)	VENTAS DIARIAS (\$)	VENTAS MENSUALES (\$)	CANTIDAD MENSUAL
Candie's	80	4,75	380	9120	1920
Nico's Crepes Express	100	4,5	450	10800	2400
M&M Paliwaffles y Crepes	90	3,75	337,5	8100	2160
El Sabor	60	3,5	210	5040	1440
OFERTA TOTAL					7920

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Para determinar la oferta actual se realizó un investigación de campo (observación) para determinar el precio promedio de los productos que se ofertan y también la cantidad que se vende diariamente y mensualmente en dichos negocios de la ciudad.

5.6.4.3. Demanda Insatisfecha

La diferencia entre la demanda actual y la oferta actual se considera como demanda insatisfecha, por lo tanto:

$$\text{Demanda} - \text{Oferta} = \text{Demanda Insatisfecha}$$

$$9636 - 7920 = 1716 \text{ (crepes mensuales)}$$

De los cálculos se deduce que si dividimos 1716 crepes al mes para los 20 días (5 a la semana) que funcionará el local en un mes, resultan 86 crepes diarios de ventas, cifra bastante cercana a las ventas actuales de la competencia en Ambato.

5.6.4.4. Proyección de la Demanda Insatisfecha

Tabla 5.2 Demanda Insatisfecha

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OFERTA ACTUAL	7920	8039	8159	8282	8406	8532
DEMANDA ACTUAL	9636	9819	10006	10196	10389	10587
DEMANDA INSATISFECHA	-1716,0	-1780,3	-1846,3	-1914,0	-1983,5	-2054,8

Fuente: Investigación
Elaboración: Ana Emilia Gordillo.

Como criterio para la proyección de la oferta se trabajó con la tasa de crecimiento de población de Ambato que es de 1,5% (INEC, 2010), y la proyección de la demanda se basó en la Tasa de Crecimiento de la Economía (BCE, 2015) del país que es de 1,9%, obteniendo así la demanda insatisfecha para los próximos cinco años.

5.6.4.5. Segmentación del Mercado

Geográfica

- Personas que viven el área urbana del cantón Ambato.

Demográfica

- Hombres y mujeres de 15 a 49 años de edad.

Socio – económica

- Personas que forman parte de la Población Económicamente Activa (P.E.A.) con empleo adecuado e inadecuado.

5.6.4.6. Análisis del Marketing Mix

Producto

Se ofrecerá a los clientes el “Tap 3”, una selección de tres diferentes tipos de crepes de tapioca con rellenos especiales para cada uno de ellos y como valor agregado la empresa ofrece un cuarto tipo de crepe para satisfacer los antojos o las necesidades de las personas conservando siempre el concepto del producto.

- Capresse: Crepe de tapioca relleno con albahaca, queso mozzarella y tomates deshidratados.
- Lomito lomo: crepe relleno de lomo en tiritas finas, champiñones, cebollas y pimientos salteados cubierto quesos mozzarella.
- Pollo - Loco: Crepe relleno de pollo, champiñones y salsa de champiñones.

- Banana-Bang (Capricho Semanal) : Un crepe para complacer los antojos de nuestros clientes, relleno de banana, chocolate, leche condensada y un toque de canela.

De acuerdo al crecimiento y posicionamiento de la empresa se evaluará ofrecer más variedad de crepes de acuerdo al gusto y preferencia del consumidor.

Empaquetamiento

El local oferta dos tipos de servicio, el primero para que el cliente pueda servirse el crepe en el local y el otro para que pueda ordenarlo para llevar.

El producto final tendrá en el mismo tipo de empaque, que contará con las siguientes características:

- Contendrá el número de calorías que tiene cada crepe.
- Distinguirá el tipo de crepe que contiene el empaque.
- El material de empaque conservará la temperatura adecuada y brindará la comodidad respectiva para el consumo del producto.
- Tendrá un diseño innovador.

Precio

El precio establecido para el producto permitirá que la empresa sea competitiva en el mercado, de acuerdo con los precios referenciales de la competencia, brindando las siguientes políticas:

- Flexibilidad
- Lista de precios
- Posible concesión a instituciones educativas.

Factores legales: el precio estará acorde a lo que exige y estipula la legislación ecuatoriana, en él se incluye todos los rubros a pagar como aporte tributario al Estado.

Costos: los costos que se van a tomar en cuenta para establecer el precio final del producto, serán los siguientes:

- Materia Prima
- Mano de obra
- Costos Indirectos de Fabricación

Demanda: de acuerdo a los resultados que arrojaron las encuestas aplicadas a los clientes potenciales, el precio que la mayoría estaría dispuesta a pagar es de \$2,50 a \$3,50.

Precios de otros productos similares: el precio promedio con el que se ofertan productos similares (crepes hechos en base a harina de trigo) en el mercado es de \$4,00, por lo que se ve una oportunidad al ofertar este tipo de producto a menor precio.

Plaza

Canal de Distribución: Para el presente proyecto se optará por un canal directo de comercialización, estableciendo una relación B2C (empresa – consumidor).

Logística: TAP TAP venderá sus productos a través de un negocio físico, será pequeño (contará con dos o tres mesas) pero tendrá mucho concepto y diseño, para poder brindar al cliente una experiencia diferente y única, que represente a la empresa y que transmita la cultura organizacional de la misma.

Promoción

Publicidad: la publicidad seleccionada para este tipo de proyecto será a través de redes sociales, flyers y anuncios en prensa escrita local (Heraldo y La Hora).

Promoción: Los días jueves se ofertará el “Promo-Tap”, los clientes podrán adquirir su segundo crepe de igual o menor valor a mitad de precio.

Por la compra de 6 crepes de rellenos diferentes, los clientes podrán llevar uno adicional gratis.

En el onomástico de los clientes, tendrán derecho a disfrutar del crepe “banana-bang” totalmente gratuito, con el objetivo de fidelizar clientes y dar a conocer los productos.

Logotipo

Gráfico 5.1 Logotipo



Significado de los colores

Naranja: estimula el apetito, pero también contiene mucha fuerza y da un sentido de accesibilidad, jovialidad, entusiasmo y creatividad.

Verde: Es un color que hace referencia a la naturaleza, por lo tanto representa vida y renovación, dando una percepción de saludable y nutritivo.

Marrón: Es un color cálido, que indica naturalidad, tranquilidad y amistad con la marca. De cierta forma puede crear confianza entre el cliente y el negocio.

Slogan

“Sano y Delicioso”

Misión

Complacer los gustos y necesidades de nuestros clientes con la venta de crepes de tapioca, de una manera alegre, divertida con excelente servicio y productos de la mejor calidad. Todo esto siendo una empresa sostenible y sustentable con principios y valores de desarrollo apoyando el estilo de vida saludable.

Visión

Ser la primera cadena de tiendas a nivel nacional de crepes de tapiocas siendo pionera en la fabricación de goma de tapioca para el consumo masivo, convirtiéndonos en un ente promotor del desarrollo con responsabilidad social.

Valores

Responsabilidad

Respeto

Lealtad

Calidad

Optimismo

Amor

- Responsabilidad con nuestras funciones y obligaciones
- Respeto con la comunidad y el medio ambiente

- Lealtad a quienes somos como empresa, con quienes conformamos la misma y hacia nuestros clientes
- Calidad en todas nuestras actividades.
- Optimismo de crecimiento conjunto, no solamente como empresa, sino confiados de que nuestro trabajo puede aportar a un crecimiento compartido.
- Amor a todo lo que hacemos, porque de esta manera lo haremos mejor.

5.7. Estudio Legal y Administrativo

5.7.1. Estructura Legal

La empresa se estructurará legalmente como Persona Natural No obligada a llevar Contabilidad, para lo cual es necesario la obtención de un RUC.

Ley de Registro Único de Contribuyentes (Servicio de Rentas Internas, 2015)

Afirma:

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes.

Los requisitos necesarios para la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes son:

- Documento de Identificación (Original y copia)
- Documento de votación (Original y copia)
- Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato (Copia)

5.7.1.1. Patente Municipal

Para obtener la patente municipal es necesario realizar el trámite pertinente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ambato (GADMA), para lo cual es necesario cumplir con los requisitos establecidos para la obtención de la patente para una persona natural y obligada a llevar contabilidad por primera vez que son:

- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación.
- Formulario de declaración inicial actividad económica
- Copia de RUC actualizado
- Tarjeta de Certificado Único de Habilitación.

5.7.1.2. Certificado Único de Habilitación

- Solicitud dirigida al Señor Alcalde (debe constar dirección, número telefónico celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis con referencias).
- Formulario de solicitud en el blanco.
- Copia de RUC

Es importante acotar que también es necesario obtener un permiso para colocar un anuncio publicitario fuera del local según establece las regulaciones propuestas por el GAD Municipalidad de Ambato, para lo cual se debe llenar un formulario, una solicitud en una especie valorada de la entidad, una fotografía digital de la fachada del local, la copia del RUC y la copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación. (GAD, 2015).

5.7.1.3. Permiso de Uso de Suelo

La Reforma y Codificación de la Ordenanza General del Plan de Ordenamiento Territorial de Ambato (2008), establece el uso, ocupación, utilización y fraccionamiento del suelo, a través del ente regulador que es la municipalidad de Ambato, quien emite el permiso respectivo para el uso de suelo.

Art. 61. Tipos de Usos Complementarios, condicionados y no permitidos. Uso destinado al comercio-servicios, equipamientos, de acuerdo a su tipología: barrial, sectorial, zonal y urbano.

COMERCIO: Frigoríficos con venta de embutidos, carnicerías, fruterías, panaderías, pastelerías, cafeterías, restaurantes (venta restringida de bebidas alcohólicas), confiterías, heladerías, farmacias, ferreterías pequeñas, papelerías, venta de revistas y periódicos, micro mercados, delicatessen, floristería, fotocopadoras, alquiler videos. (Municipalidad del Cantón Ambato, 2008, p.46)

5.7.1.4. Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

El permiso de funcionamiento que emite el Ministerio de Salud Pública (2014) es según el tipo de negocio o actividad que se desea ejercer, para restaurantes, bar restaurantes o bar (incluye bares escolares), boîte grill, cafeterías, heladerías, fuentes de soda, picantería, los requisitos son:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo (restaurantes, bar – restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicadas en sitios turísticos.)
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por el Ministerio. (Tiene 1 año de validez desde su emisión).
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

5.7.1.5. Vigilancia y Control Sanitario

El permiso de funcionamiento emitido por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2015), es categorizado y codificado según el tipo de establecimiento sujeto a control sanitario.

El negocio en cuestión necesariamente tiene que obtener dicho permiso, ya que los productos que se comercializarán son de consumo humano, por lo tanto, se acogen a los siguientes artículos:

Art. 10.- Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá ingresar su solicitud a través del formulario único en el sistema automatizado de la ARCSA o de

las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda;
- d) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o documento que lo remplace;
- e) Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda;
- f) Certificado de Salud Ocupacional del personal que labora en el establecimiento;
- g) Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- h) Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos. (Ministerio de Salud Pública, 2014, p.4)

Art. 11.- Todo establecimiento de servicios de atención al público y otros sujetos a vigilancia y control sanitario, para la obtención del Permiso de Funcionamiento, a más de cumplir con los requisitos establecidos en este Reglamento, debe contar al menos con un baño o batería sanitaria equipados con:

- a) Lavamanos.
- b) Inodoro y/o urinario, cuando corresponda.
- c) Dispensador de jabón de pared provisto de jabón líquido.
- d) Dispensador de antiséptico, dentro o fuera de las instalaciones sanitarias.
- e) Equipos automáticos en funcionamiento o toallas desechables para secado de manos.

- f) Dispensador provisto de papel higiénico.
 - g) Basurero con funda plástica.
 - h) Provisión permanente de agua, ya sea agua potable, tratada, entubada o conectada a la red pública.
 - i) Energía eléctrica.
 - j) Sistema de alcantarillado o desagües funcionales que permitan el flujo normal del agua hacia la alcantarilla o al colector principal, sin que exista acumulación de agua en pisos, inodoros y lavabos.
 - k) Sistema de eliminación de desechos conforme a la normativa ambiental aplicable.
- (Ministerio de Salud Pública, 2014, p.4)

Art. 12.- El propietario o representante legal del establecimiento sujeto a vigilancia y control sanitario será responsable de lo siguiente:

- a) Que el establecimiento ejecute de manera única y exclusiva la(s) actividad(es) para la(s) que se otorgó el Permiso de Funcionamiento.
- b) Cumplir con las normativas vigentes relacionadas al funcionamiento del establecimiento a su cargo; y,
- c) Contar con la documentación actualizada relacionada con el establecimiento y su actividad. (Ministerio de Salud Pública, 2014, p.4)

5.7.1.6. Bomberos

Para la obtención del permiso de Bomberos de Ambato (2010) es necesario presentar:

- Pago de Predio actualizado.
- Copia del RUC.
- Copia del Permiso del año anterior (para verificación).
- Informe de Inspección, elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP.
- Para centros de abastecimiento, embazadoras, centros de acopio y depósitos de distribución de GLP el permiso de la DNH, del año inmediato anterior.
- Para locales de categoría turística, de tolerancia y general de acuerdo a la REFORMA Y CODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA DE CONTROL Y REGULACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE DIVERSIÓN Y TURISMO, publicada el 03 de diciembre de 2010, expedida por el I. Municipio de Ambato deberán presentar además informe favorable de la Dirección de Planificación de la Municipal de Ambato y el permiso único para su instalación otorgado por el GADMA de acuerdo al Art. 9 y Art. 28 de la mentada Ordenanza.

5.7.1.7. Afiliación de IESS

Todos los colaboradores contarán con todos los derechos que establece la Ley, con su respectiva afiliación, el pago de todos beneficios que antecede el organismo regulador.

Según la Ley de Seguridad Social (2014):

Art. 2.- SUJETOS DE PROTECCIÓN.- Son sujetos "obligados a solicitar la protección" del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular: a. El trabajador en relación de dependencia; b. El trabajador autónomo; c. El profesional en libre ejercicio; d. El administrador o patrono de un negocio; e. El dueño de una empresa unipersonal; f. El menor trabajador independiente; y, g. Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

5.7.1.8. Registro de Alojamiento – Alimentos y Bebidas

Un proceso importante para establecer el negocio en cuestión, es su registro en el Ministerio de Turismo (2010) , para lo cual se necesita:

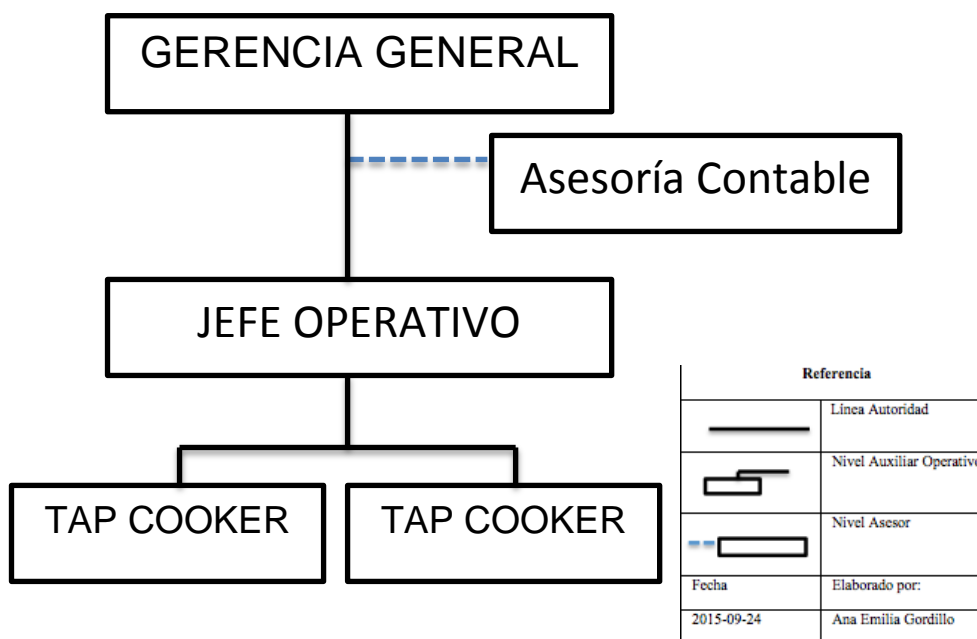
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de la Cédula de Identidad
- Copia de la última papeleta de votación
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- Fotocopia de las escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).

- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa (Formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

5.8. Estudio Administrativo

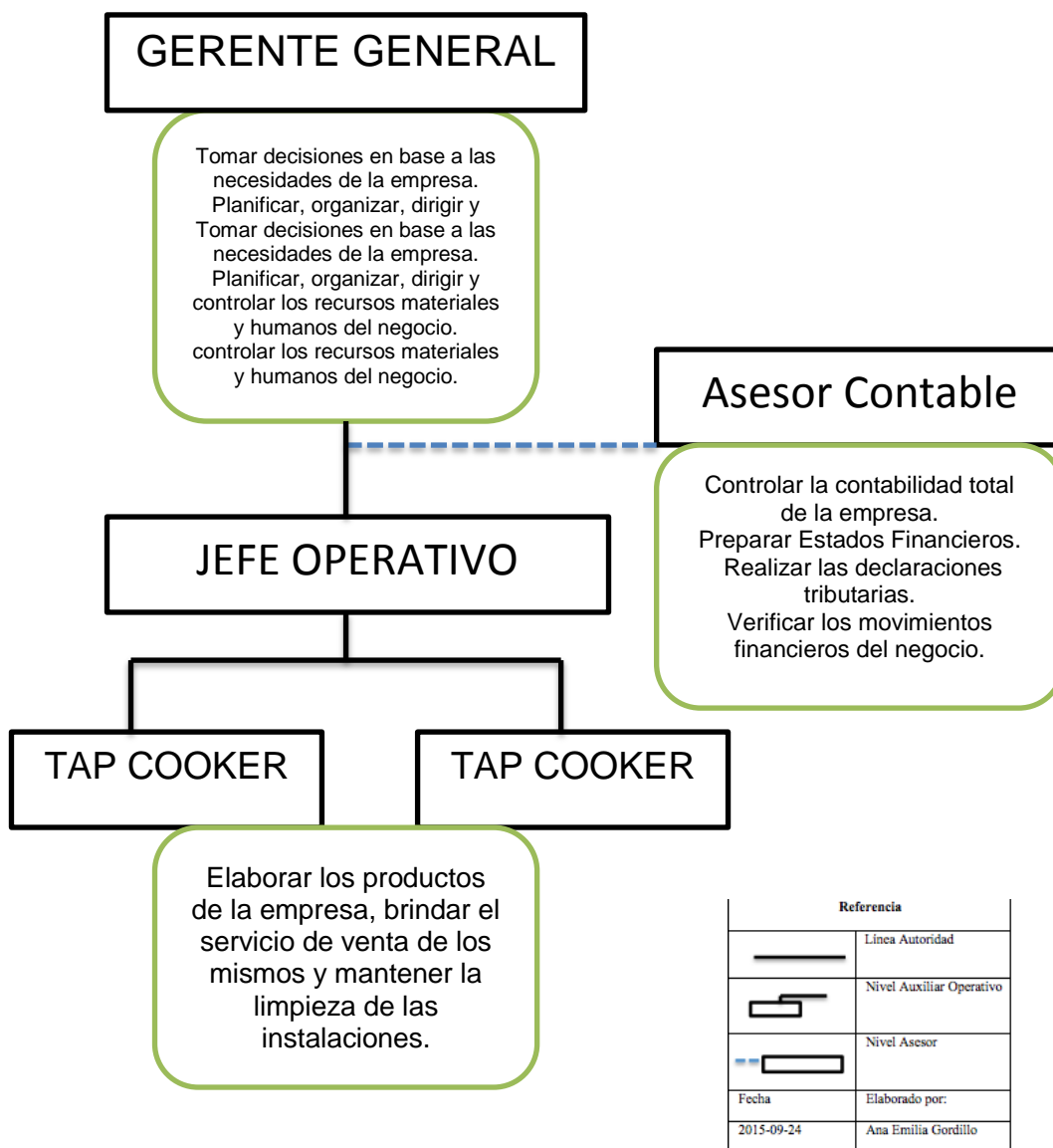
5.8.1. Organigrama Estructural

Gráfico 5.2 Organigrama Estructural



5.8.2. Orgánico funcional

Gráfico 5.3 Organigrama Funcional



5.8.3. Descripción de Puestos

PUESTO : GERENTE GENERAL

DESCRIPCIÓN: Perfil, Misión, Funciones, Competencias, Habilidades y Destrezas.

Tabla 5.3 Descripción de Puesto Gerente General

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo	Fecha : 2015-10-07		
CARGO: GERENTE GENERAL			
<u>MISIÓN DEL CARGO</u>			
Gestiona los recursos de la empresa, planifica, organiza, dirige y controla los mismos. Administra todas las actividades diarias de la organización y se encarga de la elaboración de planes y programas de marketing y publicidad. Vela por el bienestar de los empleados y la satisfacción de sus clientes.			
<u>EDUCACIÓN:</u>		<u>TRABAJA CON :</u>	
Maestría en Administración de Empresas o Maestría en Finanzas Maestrías en Gestión Financiera Ingeniería en Administración de Empresas		Asesor Contable Nivel Operario Clientes	
<u>DIRIGE A :</u>		<u>EXPERIENCIA REQUERIDA:</u>	
Operarios o Tap Cookers Contador (a)		Por lo menos 2 años en funciones a fines al cargo a desempeñar	
<u>COMPETENCIAS DESEABLES</u>			
<p>INTEGRIDAD. Capacidad para mantenerse dentro de las normas éticas y morales socialmente aceptadas incluso en situaciones riesgosas y difíciles; sentido de obligación propia. (Usera, 2006)</p> <p>COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN. En el ejercicio de su labor actúa motivado, escucha, respeta y se compromete con las labores planeadas</p> <p>TRABAJO EN EQUIPO. Maximiza la participación y la cooperación en equipo, fortaleciendo intereses colectivos sobre intereses personales, para el logro eficiente de los objetivos comunes.</p> <p>COMUNICACIÓN ASERTIVA. En beneficio de un buen clima laboral es oportuno, expresa claramente pensamientos y sentimientos para optimizar los procedimientos.</p> <p>VISIÓN EMPRESARIAL. Capacidad estratégica para anticiparse a las necesidades futuras, formulando los pasos a medio y largo plazo, con objeto de encontrar oportunidades de negocio.</p>			

TOMA DE DECISIONES. Capacidad para elegir entre varias alternativas, las más viables para la consecución de los objetivos, bajo un análisis exhaustivo de los efectos y riesgos así como posibilidades de implantar soluciones.

LIDERAZGO. Capacidad para dirigir a las personas y lograr que éstas contribuyan de forma efectiva y adecuada a los objetivos. Compromiso en el desarrollo de sus colaboradores, su evaluación y la utilización del potencial de los mismos (Buol, 2013)

NEGOCIACIÓN. Capacidad para llegar a acuerdos convenientes, a través del intercambio de información, debate de ideas y utilización de estrategias efectivas.

FUNCIONES:

Representar legalmente a la empresa.
 Planear estrategias de actividades.
 Dirigir las actividades generales de la empresa.
 Realizar el proceso de contratación de personal.
 Dirigir el desarrollo de la empresa.
 Revisar el potencial de la empresa para ingresar o ampliarse a nuevos mercados.
 Tomar decisiones estratégicas para la empresa.
 Controlar el aseguramiento de calidad en los procesos de toda la cadena de valor de la empresa.
 Supervisar el cumplimiento de las responsabilidades del nivel operativo y motivar a los mismos.
 Realizar los trámites legales correspondientes al negocio.
 Controlar las ventas y operaciones económicas del negocio.

CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS DEL CARGO:

Planeamiento Estratégico
 Políticas Públicas
 Planeamiento de Sistemas
 Procesos de Administración General
 Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales.
 Desarrollo Organizacional
 Relaciones humanas
 Técnicas de delegación
 Manejo y solución de conflictos

HABILIDADES Y DESTREZAS

Inteligencia para resolver problemas que se presenten.
 Capacidad de comunicación.
 Capacidad de escuchar.
 Capacidad de trabajo.
 Perseverancia y constancia.
 Liderazgo y toma de decisiones.
 Integridad moral y ética.
 Planificador, metódico, ordenado.

PUESTO : TAP COOKER

DESCRIPCIÓN: Perfil, Misión, Funciones, Competencias, Habilidades y Destrezas.

Tabla 5.4 Descripción de Puesto Tap Cooker

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo	Fecha : 2015-10-07		
CARGO: TAP COOKER			
<u>MISIÓN DEL CARGO</u>			
Se encarga de la preparación de los crepes de tapioca y atención al cliente para la venta de todos los productos de TAP TAP. Mantener los utensilios, el lugar de trabajo y el local limpio.			
<u>EDUCACIÓN:</u> Mínimo Bachiller		<u>TRABAJA CON :</u> Gerencia Clientes	
<u>DIRIGE A :</u> Ninguna persona a su cargo		<u>EXPERIENCIA REQUERIDA:</u> Se toma en cuenta las referencias personales.	
<u>COMPETENCIAS DESEABLES</u>			
<p>INTEGRIDAD. Capacidad para mantenerse dentro de las normas éticas y morales socialmente aceptadas incluso en situaciones riesgosas y difíciles; sentido de obligación propia. (Usera, 2006)</p> <p>COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN. En el ejercicio de su labor actúa motivado, escucha, respeta y se compromete con las labores planeadas</p> <p>TRABAJO EN EQUIPO. Maximiza la participación y la cooperación en equipo, fortaleciendo intereses colectivos sobre intereses personales, para el logro eficiente de los objetivos comunes.</p> <p>COMUNICACIÓN ASERTIVA. En beneficio de un buen clima laboral es oportuno, expresa claramente pensamientos y sentimientos para optimizar los procedimientos.</p> <p>ESPIRITU TRABAJADOR: Es muy importante que las personas que forman parte de la empresa disfruten lo que hacen para que lo hagan de la manera apropiada impulsando el desarrollo y crecimiento de la misma.</p>			
<u>FUNCIONES:</u>			
Recibir capacitación dentro de la empresa, en función de su cultura, procesos y sistemas necesarios para el desempeño correcto dentro de la misma.			

Realizar la limpieza, orden y manejo de los utensilios, bienes, instalaciones e infraestructura de la empresa.

Preparar y almacenar los ingredientes necesarios para la elaboración de los productos de la empresa.

Recibir e informar papeles o mensajes que tenga que ver con la empresa.

Preparar y vender crepes de tapioca y de todos los productos que la empresa ofrece, brindando un servicio y atención de calidad a los clientes.

Realizar el control de ventas realizadas dentro del local.

Realizar un inventario de los ingredientes y productos diarios que posee el local de la empresa y presentar a la gerencia semanalmente.

Evitar peleas, discusiones y mal entendidos entre los empleados de la empresa.

Recibir llamadas telefónicas e informar a la gerencia acerca de las misma.

Obedecer y realizar instrucciones sean proporcionadas por el superior.

CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS DEL CARGO:

Conocimientos básicos sobre el funcionamiento de un negocio
Relaciones humanas

HABILIDADES Y DESTREZAS

Buen trato en la atención al público
Discreción, fidelidad y honradez
Facilidad de expresión verbal y escrita
Destreza de aprendizaje rápido y disposición de trabajo
Facilidad de seguimiento de recetas, sistemas y procesos.
Excelentes relaciones interpersonales

5.9. Estudio Técnico

El estudio técnico analiza y define aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto, el tamaño óptimo del local o de la planta, basado en los requerimientos y las actividades del negocio, así como su localización. Se establece de igual manera, las actividades principales y los procesos para la realización de las mismas, para de esta forma verificar la viabilidad del proyecto.

5.9.1. Actividades

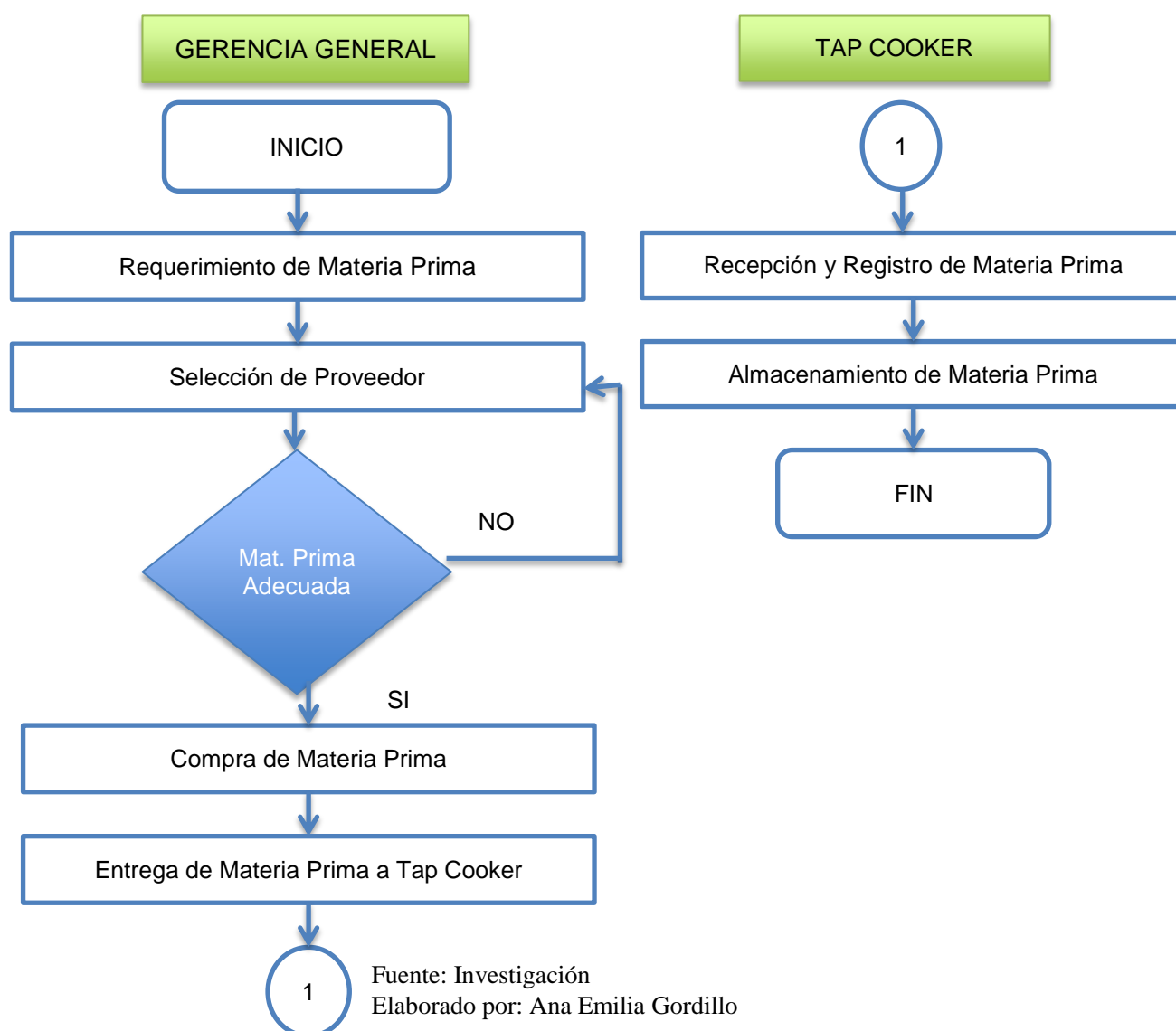
Las principales actividades del negocio son:

- Adquisición de materia prima
- Preparación de Ingredientes
- Elaboración de producto final
- Venta y Atención al cliente

5.9.2. Flujograma de Procesos

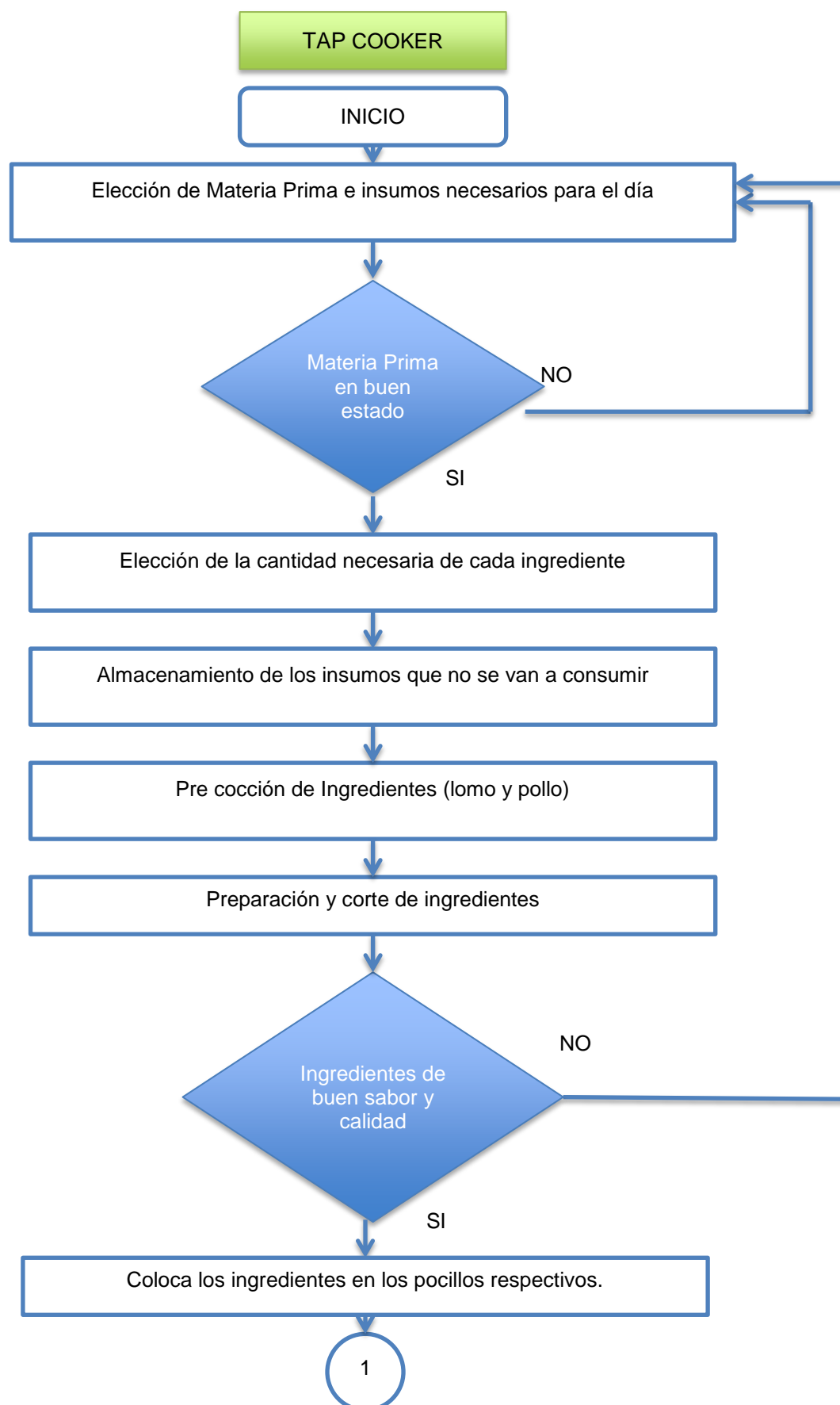
5.9.2.1. Flujograma de Compra de Materia Prima

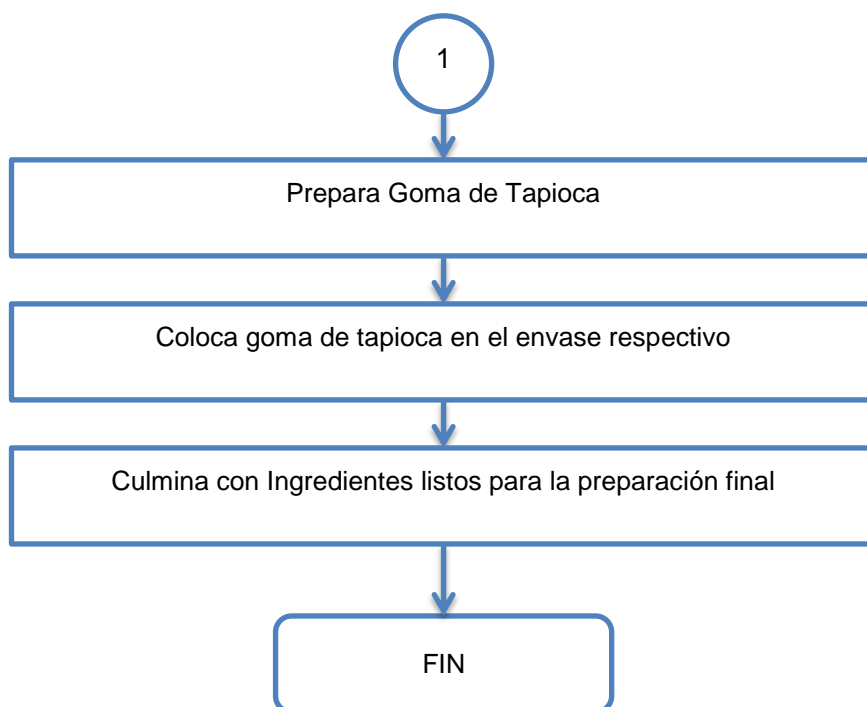
Gráfico 5.4 Flujograma de Compra de Materia Prima



5.9.2.2. Flujograma de Preparación de Ingredientes

Gráfico 5.5 Flujograma de Preparación de Ingredientes



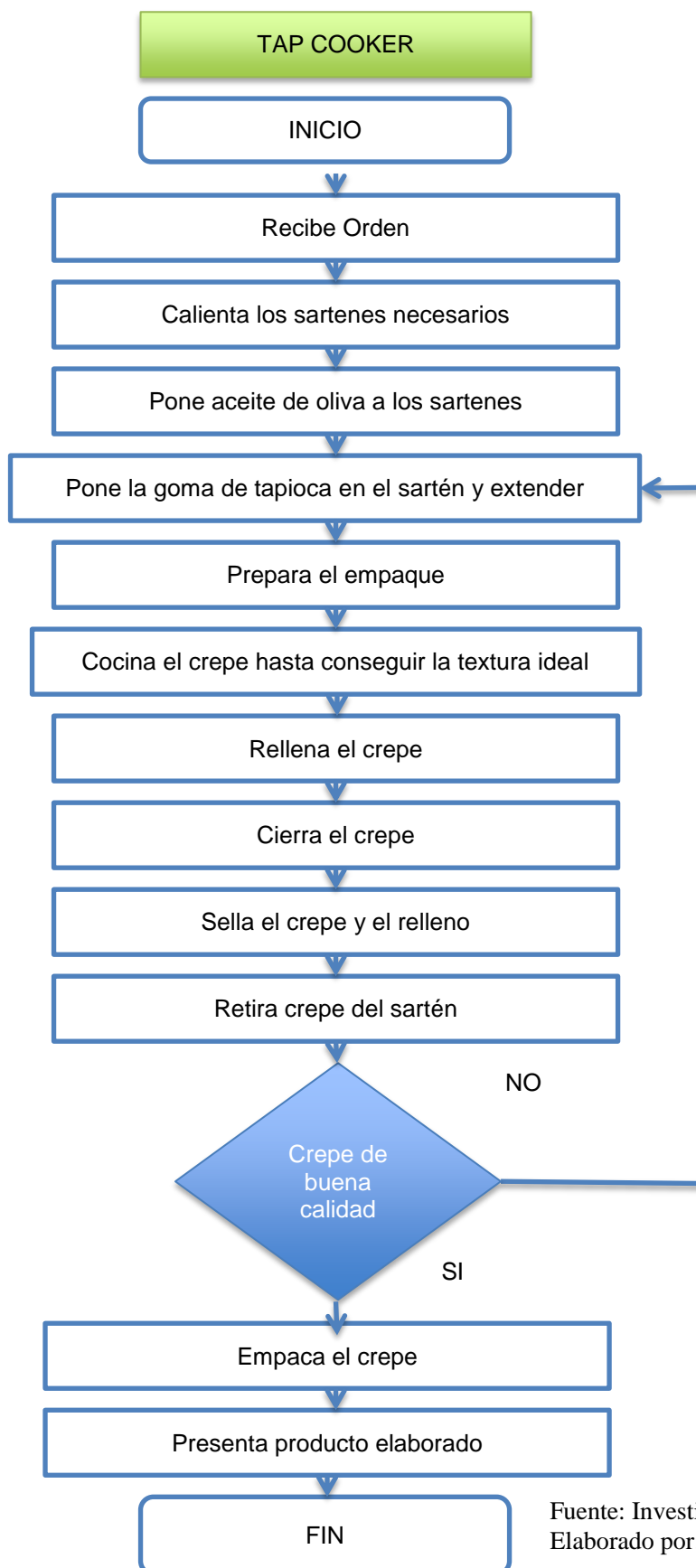


Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.9.2.3. Flujograma de elaboración de producto final

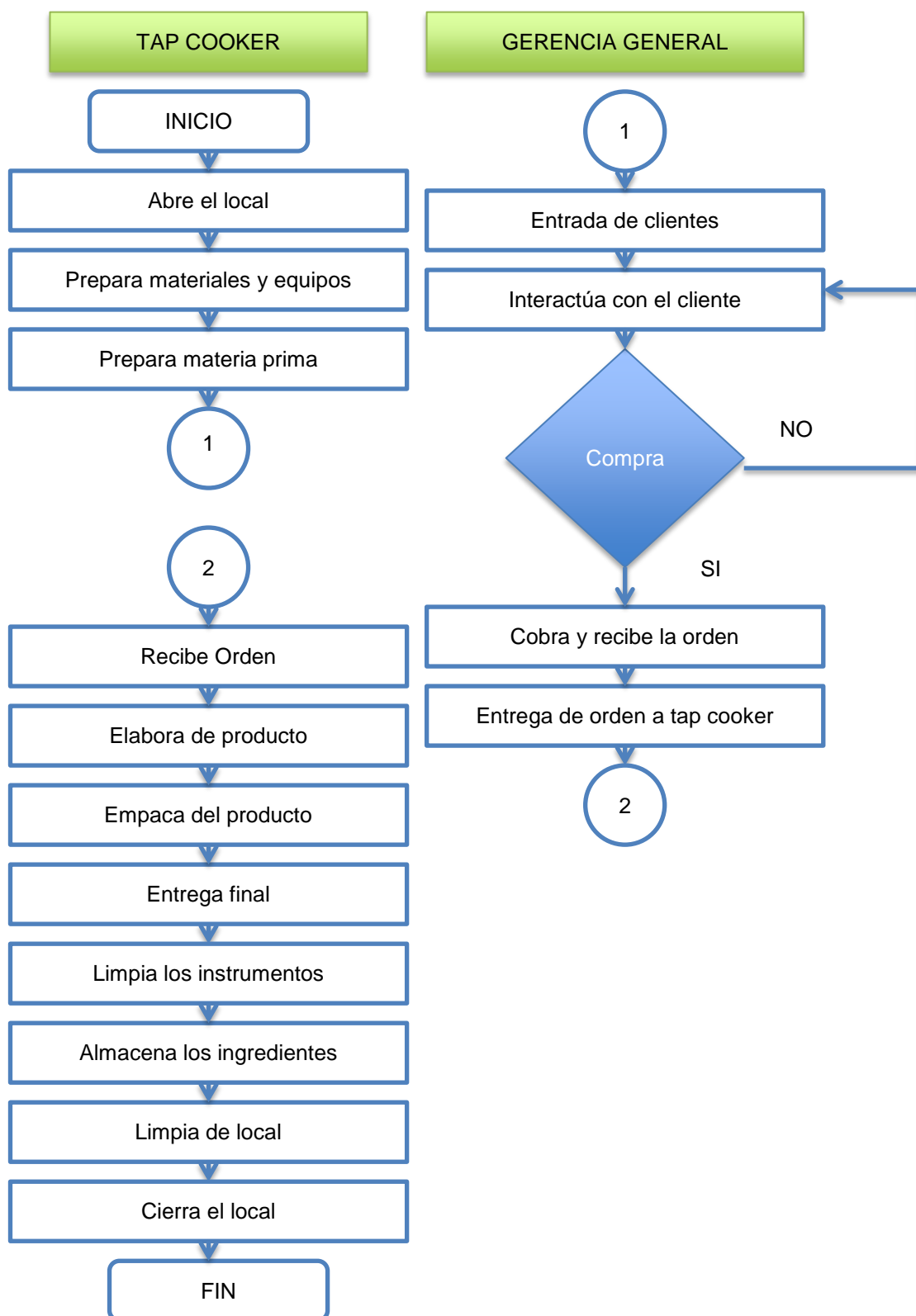
Gráfico 5.6 Flujograma de Elaboración de Producto Final



Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.9.2.4. Flujograma de venta y atención al cliente

Gráfico 5.7 Flujograma de Venta y Atención al Cliente



Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.9.3. Tiempos

Los tiempos necesarios para la realización de las actividades mas importantes son:

Tabla 5.5 Tiempos

Nombre de proceso	Tiempos	Tiempos Totales (Horas-minutos-segundos)	m2
Preparación de materiales y equipos		0:05	2,85
Preparar materiales y equipos	0:05		
Preparación materia prima		0:54:10	6,82
Elección de Materia Prima e insumos necesarios	0:01:30		
Elección de cantidad necesaria	0:01:10		
Almacenamiento de insumos sobrantes	0:01:30		
Pre cocción de ingredientes	0:20		
Preparación y corte de ingredientes	0:12		
Pocillaje	0:05		
Preparación de goma de tapioca	0:12		
Envase de goma de tapioca	0:01		
Atención al publico		0:08	104,25
Interacción con el cliente	0:03		
Recibimiento de orden	0:05		
Elaboración de Producto		0:09	6,08
Entrega de orden a tap cooker	0:00		
Calentar sartenes	0:01:30		
Engrasar y hacer crepe	0:01:30		
Preparar empaque	0:00:40		
Rellenar y sellar	0:01:10		
Servir y empacar	0:00:30		
Limpieza	0:04		
TOTAL			120,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Cabe recalcar que el proceso de venta y atención al cliente tiene una duración aproximada de 0:17:00 minutos, mientras que el resto de procesos y actividades se

las realiza sin la presencia del cliente, esto para brindar una atención rápida y eficaz al consumidor.

5.9.4. Infraestructura

Los instrumentos, equipos e infraestructura necesaria para el funcionamiento apropiado del local se ha dividido en dos áreas principales, la cocina y la de restaurante, de las cuales se detalla los requerimientos a continuación.

5.9.4.1. Requerimientos para cocina

Tabla 5.6 Requerimientos para cocina

Cantidad	Instrumentos	V. Unitario (\$)	V. Total (\$)
5	Sartenes 24cm	9,70	48,50
1	Cocina 3 hornillas	267,85	267,85
1	Mostrador de self service	1.600,00	1.600,00
10	Espátulas	3,13	31,30
4	Cuchillos	3,14	12,56
20	Pocillos	10,33	206,60
15	Cucharones	2,00	30,00
2	Cernidor Grande	2,35	4,70
6	Bowl 4 litros	7,58	45,48
1	Refrigeradora	669,00	669,00
1	Refrigeradora para bebidas	869,75	869,75
1	Cafetera	49,00	49,00
1	Rallador Metálico	3,14	3,14
2	Tabla Plástica para carnes	8,81	17,62
2	Tabla Plástica para frutas y verduras	8,81	17,62
2	Salero y pimentero	5,71	11,42
2	Apoya Sartén	5,60	11,20
5	Dispensador de salsas	0,52	2,60
1	Trapeador	9,85	9,85
1	Escoba	5,25	5,25
1	Pala de Basura	4,51	4,51
3	Basurero	12,77	38,31
1	Botellón de Agua	19,71	19,71
1	Fregadero	45,00	45,00
1	Portarrollos	3,70	3,70
6	Juegos de Cubiertos	24,57	147,42
1	Azucarera	1,59	1,59
1	Botella para aceite	4,42	4,42
1	Licuada	86,99	86,99
1	Olla de presión	45,75	45,75
1	Juego de ollas (7)	58,64	58,64
2	Juego de Paño de cocina	11,30	22,60
TOTAL			4.392,08

Fuente: Megamaxi, (2015)

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.9.4.2. Requerimientos para restaurante

Tabla 5.7 Requerimientos de mobiliario

Cantidad	Mobiliario	V. Unitario (\$)	V. Total (\$)
5	Juegos de comedor 4	242,00	1.210,00
5	Silla Alta Individual	65,00	325,00
5	Silla individual	21,00	105,00
1	Menú Iluminado	160,00	160,00
2	Juegos de Sanitarios	70,00	140,00
2	Espejos	25,75	51,50
1	Counter	70,00	70,00
1	Mesa Alta	81,00	81,00
2	Dispensador de jabón	6,90	13,80
2	Dispensador de desinfectante	6,90	13,80
2	Dispensador de papel	14,99	29,98
7	Servilleteros	3,22	22,54
2	Basurero	16,48	32,96
1	Mueble (Estanterías)	45,86	45,86
1	Computadora, Registradora e Impresora	800,00	800,00
1	Televisión LED 32"	688,00	688,00
1	Minicomponente	254,72	254,72
TOTAL			4.044,16

Fuente: Megamax (2015)
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.9.5. Localización

5.9.5.1. Macro

El proyecto se localizará en Ecuador, provincia de Tungurahua, cantón Ambato, pues dentro de la ciudad existen pocos negocios de comida rápida que comercializan productos saludables dentro de su menú y no existe ninguno que vende crepes en base a goma de tapioca, lo cual deja una demanda insatisfecha y lo que se traduce en una oportunidad de negocio.

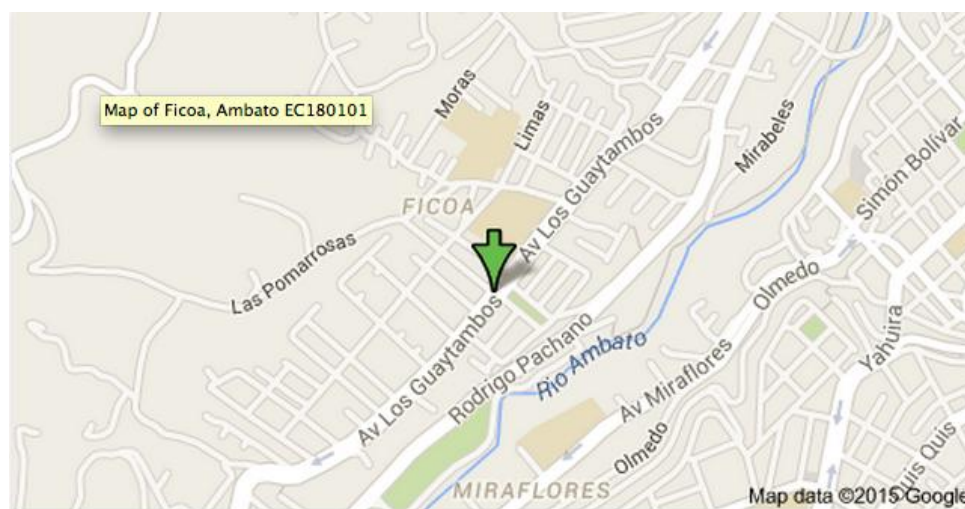
Ambato se encuentra en el centro del país, por lo tanto, hay disponibilidad de materia prima necesaria para la elaboración del producto.

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Ambato
- **Ciudad:** Ambato
- **Sector:** Ficoa

Gráfico 5.8 Macrolocalización



Fuente: Google Maps.

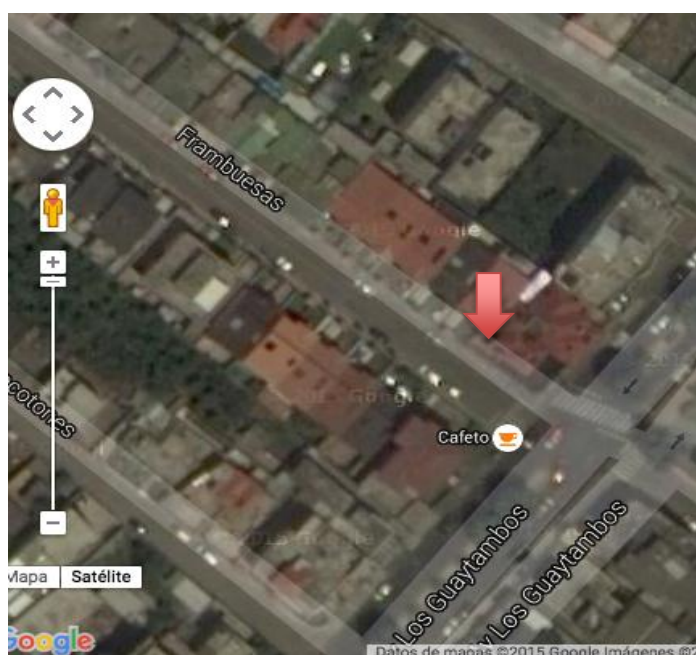


Fuente: Google Maps.

5.9.5.2. Micro

La localización del local dentro la ciudad será en la zona urbana, en el sector de Ficoa, ya que permite el desarrollo de las actividades principales del negocio, tiene un tránsito de personas y automóviles notable y brinda facilidades al consumidor en cuanto al estacionamiento y a la facilidad de llegada.

Gráfico 5.9 Microlocalización



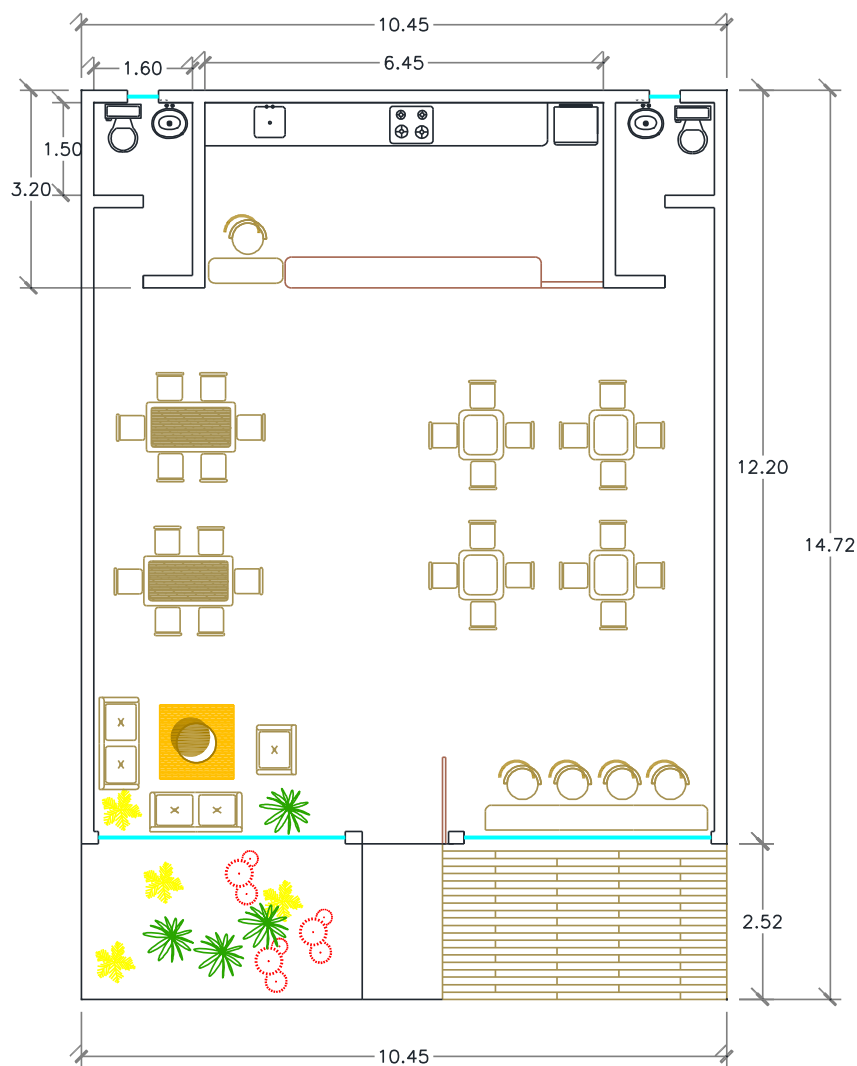
Fuente: Google Maps

El local estará ubicado en la Av. Guaytambos y Frambuesas, frente al Parque de Los Quindes, en la planta baja de un edificio nuevo y urbanamente atractivo.

5.9.6. Implantación

El local elegido para el proyecto es de 127m², espacio suficiente para el desarrollo de todas las actividades que involucra el negocio y con la siguiente distribución:

Gráfico 5.10 Implantación



Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.9.7. Adecuación del local

Es necesario contemplar los costos de adecuaciones e instalaciones o reparaciones que se requieren dentro del local.

Tabla 5.8 Adecuación del Local

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
	Adecuaciones e Instalaciones	\$1.750,00	\$1.750,00
TOTAL			\$1.750,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.10. Estudio Económico – Financiero

En el estudio económico – financiero se analiza la factibilidad del proyecto en torno a la información monetaria proporcionada por los estados financieros, indicadores económicos, flujos de caja, proyecciones que permiten evaluar si el proyecto es rentable o no.

5.10.1. Inversión Inicial

Para el cálculo de la inversión inicial se toma en cuenta los costos de los instrumentos y equipos de cocina, los muebles del restaurante y el costo de las adecuaciones e instalaciones del local.

Tabla 5.9 Inversión Inicial

Detalle	V. Total
Requerimientos de Cocina	\$4.392,08
Requerimientos de Restaurante	\$4.044,16
Adecuaciones e Instalaciones	\$1.750,00
TOTAL	\$10.186,24

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.10.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo necesario para el funcionamiento del negocio se conforma por los costos y gastos necesarios en el primer año de actividad, tomando en cuenta también la amortización y los intereses del crédito bancario realizado en el primer año.

Tabla 5.10 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	
Detalle	Total Anual
Mano de Obra	\$18.103,56
Materia Prima	\$30.960,00
Servicios Básicos	\$1.680,00
Otros Gastos	\$8.940,00
Amortización	\$6.320,00
Intereses	\$4.175,00
TOTAL	\$70.178,56

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.10.3. Requerimiento Financiero

El requerimiento financiero del proyecto esta conformado por la inversión inicial mas el capital de trabajo necesario para el primer año de actividad del negocio, es así, que la inversión total del negocio asciende a \$80.364,80.

Tabla 5.11 Requerimiento Financiero

Requerimiento Financiero	
Detalle	Total Anual
Inversión Inicial	\$10.186,24
Capital de Trabajo	\$70.178,56
TOTAL	\$80.364,80

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.10.4. Financiamiento

El financiamiento del proyecto estará dado en un 51,30% por capital propio, que equivale a \$40.364,80 y en un 49,70%, es decir \$40.000 por un crédito bancario que será realizado en el Banco del Pacífico en el segmento Productivo PYMES, a una tasa de interés del 11,23% anual, cubriendo así la inversión total del negocio que es de \$80.364,80.

Tabla 5.12 Amortización

Tabla de Amortización Banco del Pacífico					
Beneficiario	Ana Emilia Gordillo Altamirano				
Inst. Financiera	Banco del Pacífico				
Monto	40.000,00				
Tasa	11,23%	T. EFECTIVA		11,83%	
Plazo	5				años
Gracia	0				años
Fecha de Inicio	02/09/15				
Moneda	DÓLARES				
Amortización cada	30				días
Número de períodos	60				
Meses	Fecha	Deuda Inicial	Pago de Intereses	Pago a Capital	Cuota Mensual a Pagar
1	02-sep-15	\$40.000	\$374	\$500	\$874,00
2	02-oct-15	\$39.500	\$370	\$505	\$874,00
3	01-nov-15	\$38.995	\$365	\$509	\$874,00
4	01-dic-15	\$38.486	\$360	\$514	\$874,00
5	31-dic-15	\$37.972	\$355	\$519	\$874,00
6	30-ene-16	\$37.453	\$351	\$524	\$874,00
7	29-feb-16	\$36.929	\$346	\$529	\$874,00
8	30-mar-16	\$36.401	\$341	\$534	\$874,00
9	29-abr-16	\$35.867	\$336	\$539	\$874,00
10	29-may-16	\$35.328	\$331	\$544	\$874,00
11	28-jun-16	\$34.785	\$326	\$549	\$874,00
12	28-jul-16	\$34.236	\$320	\$554	\$874,00
13	27-ago-16	\$33.682	\$315	\$559	\$874,00
14	26-sep-16	\$33.123	\$310	\$564	\$874,00
15	26-oct-16	\$32.559	\$305	\$570	\$874,00
16	25-nov-16	\$31.989	\$299	\$575	\$874,00
17	25-dic-16	\$31.414	\$294	\$580	\$874,00
18	24-ene-17	\$30.834	\$289	\$586	\$874,00
19	23-feb-17	\$30.248	\$283	\$591	\$874,00
20	25-mar-17	\$29.657	\$278	\$597	\$874,00
21	24-abr-17	\$29.060	\$272	\$602	\$874,00
22	24-may-17	\$28.458	\$266	\$608	\$874,00
23	23-jun-17	\$27.850	\$261	\$614	\$874,00
24	23-jul-17	\$27.236	\$255	\$619	\$874,00
25	22-ago-17	\$26.617	\$249	\$625	\$874,00
26	21-sep-17	\$25.992	\$243	\$631	\$874,00
27	21-oct-17	\$25.361	\$237	\$637	\$874,00

28	20-nov-17	\$24.724	\$231	\$643	\$874,00
29	20-dic-17	\$24.081	\$225	\$649	\$874,00
30	19-ene-18	\$23.432	\$219	\$655	\$874,00
31	18-feb-18	\$22.777	\$213	\$661	\$874,00
32	20-mar-18	\$22.116	\$207	\$667	\$874,00
33	19-abr-18	\$21.449	\$201	\$674	\$874,00
34	19-may-18	\$20.775	\$194	\$680	\$874,00
35	18-jun-18	\$20.095	\$188	\$686	\$874,00
36	18-jul-18	\$19.409	\$182	\$693	\$874,00
37	17-ago-18	\$18.716	\$175	\$699	\$874,00
38	16-sep-18	\$18.017	\$169	\$706	\$874,00
39	16-oct-18	\$17.311	\$162	\$712	\$874,00
40	15-nov-18	\$16.599	\$155	\$719	\$874,00
41	15-dic-18	\$15.880	\$149	\$726	\$874,00
42	14-ene-19	\$15.154	\$142	\$732	\$874,00
43	13-feb-19	\$14.422	\$135	\$739	\$874,00
44	15-mar-19	\$13.683	\$128	\$746	\$874,00
45	14-abr-19	\$12.936	\$121	\$753	\$874,00
46	14-may-19	\$12.183	\$114	\$760	\$874,00
47	13-jun-19	\$11.423	\$107	\$767	\$874,00
48	13-jul-19	\$10.655	\$100	\$775	\$874,00
49	12-ago-19	\$9.881	\$92	\$782	\$874,00
50	11-sep-19	\$9.099	\$85	\$789	\$874,00
51	11-oct-19	\$8.310	\$78	\$797	\$874,00
52	10-nov-19	\$7.513	\$70	\$804	\$874,00
53	10-dic-19	\$6.709	\$63	\$812	\$874,00
54	09-ene-20	\$5.898	\$55	\$819	\$874,00
55	08-feb-20	\$5.078	\$48	\$827	\$874,00
56	09-mar-20	\$4.252	\$40	\$835	\$874,00
57	08-abr-20	\$3.417	\$32	\$842	\$874,00
58	08-may-20	\$2.575	\$24	\$850	\$874,00
59	07-jun-20	\$1.725	\$16	\$858	\$874,00
60	07-jul-20	\$866	\$8	\$866	\$874,00
TOTAL			12.459,00	40.001,00	52.440,00

Fuente: Banco del Pacífico (2015)
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.10.5. Estado de Situación Inicial

Es importante analizar a la empresa contablemente en el inicio de su actividad económica, para ello se realiza el estado de situación inicial, donde se registra el activo, pasivo y patrimonio con el que cuenta la organización. En el caso del negocio propuesto, el activo total pertenece mayoritariamente a propiedad, planta y equipo y al capital de trabajo destinado para el primer año, el mismo que es financiado con un préstamo bancario registrado como pasivo a largo plazo y con capital propio que se convierte en el patrimonio de la empresa.

Tabla 5.13 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
Corriente		Obligaciones Corto Plazo	-
Efectivos y Equivalentes de Efectivo		Total Pasivo Corriente	-
Bancos	-	No Corriente	
Capital de Trabajo	70.178,56	Obligaciones Financieras	
Total Activo Corriente	70.178,56	Prestamos Bancarios	40.000,00
No Corriente		Total Pasivo No Corriente	40.000,00
Propiedad Planta y Equipo			
Enseres	962,57	Total Pasivo	40.000,00
Muebles	2.188,36		
Maquinaria	3.542,59	PATRIMONIO	
Equipos	942,72	Capital	40.364,80
Equipo de Computo	800,00		
Total Activo No Corriente	8.436,24	Total Patrimonio	40.364,80
Diferido			
Adecuaciones e Instalaciones	1.750,00		
Total Activo Diferido	1.750,00		
TOTAL ACTIVOS		TOTAL ACTIVO + PATRIMONIO	
	80.364,80		80.364,80

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.10.6. Flujo de Fondos

Las ventas del primer año se determinaron de acuerdo al número de crepes necesarios para cubrir la demanda insatisfecha existente que son 86 crepes diarios, y la proyección para los próximos años se realizó en base a la Tasa Anual de Inflación del segmento de alimentos y bebidas no alcohólicas en la ciudad de Ambato (INEC, Septiembre 2015) que es de 4,67%. La investigación de mercado arrojó un precio de venta al público estimado de \$3,50 en torno a la competencia y a las preferencias del consumidor, el mismo que para los próximos cinco años fue incrementando de acuerdo a la Tasa de Inflación Anual determinada en el mes de septiembre que es de 3,78% (INEC, 2015). Los costos variables fueron determinados bajo el mismo criterio.

Para el cálculo de flujo de fondos es necesario cuantificar monetariamente las depreciaciones que sufren los activos fijos y también la amortización correspondiente al rubro de adecuaciones e instalaciones del local, por lo tanto se debe realizar una depreciación lineal con los porcentajes determinados por el Servicio de Rentas Internas del Ecuador (2015).

La diferencia calculada entre los ingresos y egresos totales, es el valor para calcular la base imponible del impuesto a la renta de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 5.14 Base Imponible del Impuesto a la Renta

Año 2015 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.800	0	0%
10.800	13.770	0	5%
13.770	17.210	149	10%
17.210	20.670	493	12%
20.670	41.330	908	15%
41.330	61.980	4.007	20%
61.980	82.660	8.137	25%
82.660	110.190	13.307	30%
110.190	En adelante	21.566	35%

Fuente y Elaboración: Servicio de Rentas Internas Ecuador, (2015).

Los flujos netos de fondos para los próximos cinco años son:

Tabla 5.15 Flujo Neto de Fondos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	\$20.640,00	\$21.603,89	\$22.612,79	\$23.668,81	\$24.774,14
PRECIO	\$3,50	\$3,63	\$3,77	\$3,91	\$4,06
INGRESOS TOTALES	\$72.240,00	\$78.471,80	\$85.241,19	\$92.594,55	\$100.582,24
EGRESOS					
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56
ARRIENDO	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00
DEPRECIACIÓN	\$1.030,29	\$1.030,29	\$1.030,29	\$763,62	\$763,62
AMORTIZACIÓN A.I.	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00
INTERNET	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
PUBLICIDAD	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
CONTADOR	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
MANTENIMIENTO	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$28.423,85	\$28.423,85	\$28.423,85	\$28.157,18	\$28.157,18
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	\$30.960,00	\$32.130,29	\$33.344,81	\$34.605,25	\$35.913,33
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$540,00	\$560,41	\$581,60	\$603,58	\$626,40
AGUA	\$360,00	\$373,61	\$387,73	\$402,39	\$417,60
TELÉFONO	\$180,00	\$186,80	\$193,87	\$201,19	\$208,80
AMORTIZACIÓN CRÉDITO	\$6.320,00	\$7.065,00	\$7.901,00	\$8.834,00	\$9.881,00
INTERESES	\$4.175,00	\$3.427,00	\$2.589,00	\$1.657,00	\$611,00
UNIFORMES	\$360,00	\$373,61	\$387,73	\$402,39	\$417,60
ASEO Y LIMPIEZA	\$240,00	\$249,07	\$258,49	\$268,26	\$278,40
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$43.135,00	\$44.365,79	\$45.644,22	\$46.974,05	\$48.354,11
EGRESOS TOTALES	\$71.558,85	\$72.789,64	\$74.068,07	\$75.131,23	\$76.511,29
INGRESOS - EGRESOS	\$681,15	\$5.682,16	\$11.173,12	\$17.463,31	\$24.070,94
BASE IMPONIBLE	\$0,00	\$0,00	\$167,66	\$523,40	\$1.418,14
FLUJO NETO DE FONDOS	\$681,15	\$5.682,16	\$11.005,46	\$16.939,91	\$22.652,80
UTILIDAD/VENTAS	0,94	7,24	12,91	18,29	22,52
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$75.892,48	\$10.052,40	\$5.736,83	\$4.106,72	\$3.397,23

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Gracias a que los flujos netos de fondos son positivos, se puede decir que el proyecto en cuestión tiene cierta liquidez, la cual permitirá que el negocio siga funcionando a través del tiempo, tomando en cuenta que desde el año 2 los flujos aumentan

significativamente, lo que se debe al crecimiento notable en las ventas que permiten cubrir de mejor manera los costos existentes.

En el análisis de utilidad sobre ventas se puede notar que el primer año tiene un porcentaje de 0,94% debido a que las obligaciones financieras son bastante fuertes, pero se incrementa en los próximos años hasta alcanzar una tasa de rendimiento del 22,52% la cual es muy buena para el tipo de negocio.

Tabla 5.16 Depreciación Enseres

N°	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL (Años)	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Sartenes 24cm	\$48,50	10	0,10	4,85
2	Espátulas	\$31,30	10	0,10	3,13
3	Cuchillos	\$12,56	10	0,10	1,26
4	Pocillos	\$206,60	10	0,10	20,66
5	Cucharones	\$30,00	10	0,10	3,00
6	Cernidor Grande	\$4,70	10	0,10	0,47
7	Bowl 4 litros	\$45,48	10	0,10	4,55
8	Rallador Metálico	\$3,14	10	0,10	0,31
9	Tabla Plástica para carnes	\$17,62	10	0,10	1,76
10	Tabla Plástica para frutas y verduras	\$17,62	10	0,10	1,76
11	Salero y pimentero	\$11,42	10	0,10	1,14
12	Apoya Sartén	\$11,20	10	0,10	1,12
13	Dispensador de salsas	\$2,60	10	0,10	0,26
14	Trapeador	\$9,85	10	0,10	0,99
15	Escoba	\$5,25	10	0,10	0,53
16	Pala de Basura	\$4,51	10	0,10	0,45
17	Basurero	\$38,31	10	0,10	3,83
18	Botellón de Agua	\$19,71	10	0,10	1,97
19	Fregadero	\$45,00	10	0,10	4,50
20	Portarrollos	\$3,70	10	0,10	0,37
21	Juegos de Cubiertos	\$147,42	10	0,10	14,74
22	Azucarera	\$1,59	10	0,10	0,16
23	Botella para aceite	\$4,42	10	0,10	0,44
24	Olla de presión	\$45,75	10	0,10	4,58
25	Juego de ollas (7)	\$58,64	10	0,10	5,86
26	Juego de Paño de cocina	\$22,60	10	0,10	2,26
27	Dispensador de jabón	\$13,80	10	0,10	1,38
28	Dispensador de desinfectante	\$13,80	10	0,10	1,38
29	Dispensador de papel	\$29,98	10	0,10	3,00
30	Servilleteros	\$22,54	10	0,10	2,25
31	Basurero	\$32,96	10	0,10	3,30
	TOTAL	\$962,57			96,26

Fuente: Servicio de Rentas Internas de Ecuador, 2015
 Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Tabla 5.17 Depreciación Maquinaria

Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL (Años)	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Cocina 3 hornillas	\$267,85	10	0,10	26,79
2	Mostrador de self service	\$1.600,00	10	0,10	160,00
3	Refrigeradora	\$669,00	10	0,10	66,90
4	Refrigeradora para bebidas	\$869,75	10	0,10	86,98
5	Cafetera	\$49,00	10	0,10	4,90
6	Licuada	\$86,99	10	0,10	8,70
	TOTAL	\$3.542,59			354,26

Fuente: Servicio de Rentas Internas de Ecuador, 2015
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Tabla 5.18 Depreciación Equipo de Computo

Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL (Años)	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Computadora, Registradora e Impresora	\$800,00	3	0,33	266,67
	TOTAL	\$800,00			266,67

Fuente: Servicio de Rentas Internas de Ecuador, 2015
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Tabla 5.19 Depreciación Muebles

Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL (Años)	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Juegos de comedor	\$1.210,00	10	0,10	121,00
2	Silla Alta Individual	\$325,00	10	0,10	32,50
3	Silla individual	\$105,00	10	0,10	10,50
4	Menú Iluminado	\$160,00	10	0,10	16,00
5	Juegos de Sanitarios	\$140,00	10	0,10	14,00
6	Espejos	\$51,50	10	0,10	5,15
7	Counter	\$70,00	10	0,10	7,00
8	Mesa Alta	\$81,00	10	0,10	8,10
9	Mueble (Estanterías)	\$45,86	10	0,10	4,59
	TOTAL	\$2.188,36			218,84

Fuente: Servicio de Rentas Internas de Ecuador, 2015
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Tabla 5.20 Depreciación Equipos

Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL (Años)	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	Televisión LED 32"	\$688,00	10	0,10	68,80
2	Minicomponente	\$254,72	10	0,10	25,47
	TOTAL	\$942,72			94,27

Fuente: Servicio de Rentas Internas de Ecuador, 2015

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Tabla 5.21 Depreciación Adecuaciones e Instalaciones

Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL (Años)	AMORTIZACIÓN ANUAL
1	Adecuaciones e Instalaciones	\$1.750,00	5	350,00
	TOTAL	\$1.750,00		350,00

Fuente: Servicio de Rentas Internas de Ecuador, 2015

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.10.7. Estado de situación final

El estado de situación final refleja los activos, pasivos y patrimonio con el que cuenta la empresa luego del primer año de actividad económica, para el cual se toma en cuenta la depreciación que sufren los activos fijos y la amortización de las adecuaciones e instalaciones, los resultados del ejercicio pasa a ser parte del patrimonio.

Tabla 5.22 Estado de Situación Final

ESTADO DE SITUACIÓN FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
Corriente		Corriente	\$-
Efectivos y Equivalentes de Efectivo		Obligaciones a Corto Plazo	\$-
Caja			
Bancos	\$72.242,00	Total Pasivo Corriente	\$-
Total Activo Corriente	<u>\$72.242,00</u>	No Corriente	
No Corriente			
Propiedad Planta y Equipo		Obligaciones Financieras	
Enseres	\$962,57	Intereses por pagar	
(Depreciación Enseres)	\$96,26	Prestamos Bancarios	\$33.682,00
Muebles	\$2.188,36	Total Pasivo No Corriente	<u>\$33.682,00</u>
(Depreciación Muebles)	\$218,84		
Maquinaria	\$3.542,59	Total Pasivo	\$33.682,00
(Depreciación Maquinaria)	\$354,26		
Equipos	\$942,72	PATRIMONIO	
(Depreciación Equipos)	\$94,27	Capital	\$40.364,80
Equipo de Computo	\$800,00	Resultado del ejercicio	\$7.001,15
(Depreciación Equipo de Computo)	\$266,67		
Total Activo No Corriente	<u>\$7.405,95</u>	Total Patrimonio	<u>\$47.365,95</u>
Diferido			
Adecuaciones e Instalaciones	\$1.750,00		
(Amortización Adecuaciones e Instalaciones)	\$350,00		
Total Activo Diferido	<u>\$1.400,00</u>		
TOTAL ACTIVOS	<u>\$81.047,95</u>	TOTAL ACTIVO + PATRIMONIO	<u>\$81.047,95</u>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

5.10.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina las ventas necesarias para cubrir los costos y los gastos sin presentar pérdida ni ganancia.

$$\text{Punto de Equilibrio (\$)} = \frac{CF}{1 - \frac{cv}{ventas}}$$

Tabla 5.23 Punto de Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	28423,85	28423,85	28423,85	28157,18	28157,18
COSTOS VARIABLES	43135,00	44365,79	45644,22	46974,05	48354,11
VENTAS	72240,00	78471,80	85241,19	92594,55	100582,24
COSTOS VARIABLES / VENTAS	0,60	0,57	0,54	0,51	0,48
1 – (COSTOS VARIABLES / VENTAS)	0,40	0,43	0,46	0,49	0,52
PUNTO DE EQUILIBRIO	70549,35	65398,17	61188,59	57149,79	54225,81

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El punto de equilibrio en ventas para el primer año es de \$70.549,35, el cual comparado con las ventas proyectadas deja un margen de utilidad, que va aumentando en los próximos años, ya que el punto de ventas en que se cubren todos los costos va disminuyendo y las ventas proyectadas se incrementan.

5.10.9. Valor Actual Neto

Para determinar el valor presente de los flujos de caja anteriormente calculados, es necesario tomar en cuenta la Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento (TMAR), que se calcula en base a la Tasa de Interés Pasiva Referencial que es de 4,98%

(Banco Central del Ecuador, Septiembre 2015) y el Riesgo País (EMBI) que es de 1334 puntos para el mes de Octubre del 2015 según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 5.24 Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento

TMAR		
TASA PASIVA	4,98%	0,0498
EMBI	13,34%	0,1334
TMAR	0,18	18,33

Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de interés pasiva} + \text{EMBI} + (\text{Tasa de interés pasiva} * \text{EMBI})$$

$$\text{TMAR} = 4,98 + 13,34 + (0,0498 * 0,1334)$$

$$\text{TMAR} = 18,33\%$$

El mínimo rendimiento que se espera obtener del negocio propuesto de 18,98%, caso contrario el proyecto no será factible.

Una vez obtenida la TMAR, se procede a calcular el VAN, bajo la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -I.I. + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5$$

Tabla 5.25 Valor Actual Neto

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$681,15	\$5.682,16	\$11.005,46	\$16.939,91	\$22.652,80
TMAR	18,33%	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
FLUJO/ (1+i)		\$575,64	\$4.058,11	\$6.642,20	\$8.640,17	\$9.764,56
VAN	\$19.494,43					

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El VAN resultante es de \$19.494,43 el cual refleja que el proyecto es financieramente aceptable, ya que según las reglas de decisión cuando el VAN es

mayor a 0, el proyecto es factible ya que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

5.10.10. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento con la que los flujos netos de fondos se igualan a la inversión inicial, que se calcula bajo la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = -I.I. + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5 = 0$$

Tabla 5.26 Tasa Interna de Retorno

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$681,15	\$5.682,16	\$11.005,46	\$16.939,91	\$22.652,80
TIR	1,5949	1,5949	2,54370601	4,056956715	6,470440265	10,31970518
FLUJO/ (1+i)		\$427,08	\$2.233,81	\$2.712,74	\$2.618,05	\$2.195,10
VAN	\$0,00					

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El dinero que se va a invertir en el proyecto va a tener una Tasa de Retorno del 59,49%, la cual comparada a la TMAR y siendo mayor, se traduce en un proyecto financieramente aceptable.

5.10.11. Relación Costo – Beneficio

La relación costo – beneficio refleja el rendimiento por cada dólar invertido en cierto proyecto, para ello, es necesario determinar el VAN de los ingresos y de los egresos y hacer una relación entre los mismos.

Tabla 5.27 Relación Costo - Beneficio

		INGRESOS				
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$72.240,00	\$78.471,80	\$85.241,19	\$92.594,55	\$100.582,24
TMAR	18,33%	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
		\$61.049,61	\$56.043,28	\$51.446,19	\$47.227,66	\$43.356,28
VAN INGRESOS	\$248.936,78					

		EGRESOS				
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$71.558,85	\$72.789,64	\$74.068,07	\$75.131,23	\$76.511,29
TMAR	0,1833	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
		\$60.473,97	\$51.985,18	\$44.702,80	\$38.320,53	\$32.980,43
VAN EGRESOS	\$218.276,67					
COSTO BENEFICIO	1,140464443					

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Por cada dólar invertido en el negocio propuesto, se obtiene 14 centavos adicionales que representan un beneficio adecuado.

5.10.12. Pay Back

Es el número de años y meses necesarios para recuperar la inversión inicial del proyecto.

Tabla 5.28 Pay Back

	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS - INVERSIÓN INICIAL
	\$10.186,24		
AÑO 1		\$681,15	\$-9.505,09
AÑO 2		\$5.682,16	\$-3.822,93
AÑO 3		\$11.005,46	\$7.182,53
AÑO 4		\$16.939,91	
AÑO 5		\$22.652,80	

AÑO	DIFERENCIA (11005,46 - 7182,53)	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
3	3822,93	4,17	Meses
	11005,46	12	
DÍAS			
	1	30	Días
	0,17	5,1	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El tiempo de retorno de la inversión es adecuado, ya que es de 3 años, 4 meses y 5 días.

5.10.13. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite analizar qué tan sensible es el proyecto a distintos escenarios.

5.10.13.1. Escenario Pesimista

Para calcular los ingresos en un escenario pesimista se redujo a la mitad la tasa de inflación anual del segmento de alimentos y bebidas no alcohólicas de 4,67% (INEC, Septiembre 2015) a 2,335%, mientras que para la proyección de los egresos se duplicó la tasa de inflación anual del país de 3,78% (INEC, Septiembre 2015) a 7,56%.

Se determinó el flujo neto de fondos:

Tabla 5.29 Flujo Neto de Fondos – Escenario Pesimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	20640,00	21121,94	21615,14	22119,85	22636,35
PRECIO	\$3,50	\$3,63	\$3,77	\$3,91	\$4,06
INGRESOS TOTALES	\$72.240,00	\$76.721,24	\$81.480,46	\$86.534,90	\$91.902,89
EGRESOS					
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56
ARRIENDO	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00
DEPRECIACIÓN	\$1.030,29	\$1.030,29	\$1.030,29	\$763,62	\$763,62
AMORTIZACIÓN A.I.	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00
INTERNET	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
PUBLICIDAD	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
CONTADOR	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
MANTENIMIENTO	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$28.423,85	\$28.423,85	\$28.423,85	\$28.157,18	\$28.157,18
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	\$30.960,00	\$33.300,58	\$35.818,10	\$38.525,95	\$41.438,51
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$540,00	\$580,82	\$624,73	\$671,96	\$722,76
AGUA	\$360,00	\$387,22	\$416,49	\$447,98	\$481,84
TELÉFONO	\$180,00	\$193,61	\$208,24	\$223,99	\$240,92
AMORTIZACIÓN CRÉDITO	\$6.320,00	\$7.065,00	\$7.901,00	\$8.834,00	\$9.881,00
INTERESES	\$4.175,00	\$3.427,00	\$2.589,00	\$1.657,00	\$611,00
UNIFORMES	\$360,00	\$387,22	\$416,49	\$447,98	\$481,84
ASEO Y LIMPIEZA	\$240,00	\$258,14	\$277,66	\$298,65	\$321,23
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$43.135,00	\$45.599,58	\$48.251,72	\$51.107,50	\$54.179,11
EGRESOS TOTALES	\$71.558,85	\$74.023,43	\$76.675,57	\$79.264,69	\$82.336,29
INGRESOS - EGRESOS	\$681,15	\$2.697,80	\$4.804,89	\$7.270,22	\$9.566,60
BASE IMPONIBLE	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
FLUJO NETO DE FONDOS	\$681,15	\$2.697,80	\$4.804,89	\$7.270,22	\$9.566,60
UTILIDAD/VENTAS	0,94	3,52	5,90	8,40	10,41

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

La relación utilidad ventas, disminuyó notablemente en relación al escenario normal, ya que los ingresos no tienen un incremento que permite que la utilidad sea mayor en los próximos años.

Tabla 5.30 Punto de Equilibrio – Escenario Pesimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	28423,85	28423,85	28423,85	28157,18	28157,18
COSTOS VARIABLES	43135,00	45599,58	48251,72	51107,50	54179,11
VENTAS	72240,00	76721,24	81480,46	86534,90	91902,89
COSTOS VARIABLES / VENTAS	0,60	0,59	0,59	0,59	0,59
1	0,40	0,41	0,41	0,41	0,41
PUNTO DE EQUILIBRIO	70549,35	70070,60	69698,35	68776,69	68596,69

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El punto de equilibrio en un escenario pesimista es el mismo para el primer año, mientras que en los próximos años sigue presentando un margen de utilidad similar en relación a las ventas estimadas, es decir, a pesar de sufrir cambios el punto de equilibrio es alcanzable.

Tabla 5.31 Valor Actual Neto – Escenario Pesimista

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$681,15	\$2.697,80	\$4.804,89	\$7.270,22	\$9.566,60
TMAR	18,33%	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
FLUJO/ (1+i)		\$575,64	\$1.926,73	\$2.899,93	\$3.708,16	\$4.123,71
VAN	\$3.047,92					

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El VAN sigue siendo positivo, lo cual es bueno para el proyecto ya que demuestra su viabilidad financiera.

Tabla 5.32 Tasa Interna de Retorno – Escenario Pesimista

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$681,15	\$2.697,80	\$4.804,89	\$7.270,22	\$9.566,60
TIR	1,2720	1,2720	1,618085762	2,058269812	2,618201532	3,330457077
FLUJO/ (1+i)		\$535,48	\$1.667,28	\$2.334,43	\$2.776,80	\$2.872,46
VAN	\$0,00					

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

La tasa interna de retorno en un escenario pesimista es de 27,20%, la cual sigue siendo mayor a la TMAR.

Tabla 5.33 Pay Back– Escenario Pesimista

	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS - INVERSIÓN INICIAL
	\$10.186,24		
AÑO 1		\$681,15	\$-9.505,09
AÑO 2		\$2.697,80	\$-6.807,29
AÑO 3		\$4.804,89	\$-2.002,40
AÑO 4		\$7.270,22	\$5.267,82
AÑO 5		\$9.566,60	

AÑO	DIFERENCIA (7.270,22,46 - 5.267,82)	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
4	2002,40	3,31	Meses
	\$7.270,22	12	
DÍAS			
	1	30	Días
	0,31	9,3	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El periodo de recuperación en un escenario pesimista es de 4 años, 3 meses y 9 días.

Tabla 5.34 Costo - Beneficio – Escenario Pesimista

		INGRESOS				
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$72.240,00	\$76.721,24	\$81.480,46	\$86.534,90	\$91.902,89
TMAR	18,33%	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
		\$61.049,61	\$54.793,06	\$49.176,45	\$44.136,95	\$39.615,02
VAN INGRESOS	\$238.584,84					

		EGRESOS				
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$71.558,85	\$74.023,43	\$76.675,57	\$79.264,69	\$82.336,29
TMAR	0,1833	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
		\$60.473,97	\$52.866,33	\$46.276,52	\$40.428,79	\$35.491,31
VAN EGRESOS	\$225.350,69					
COSTO BENEFICIO	1,058726955					

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Por cada dólar invertido en el proyecto existirá un beneficio de 6 centavos, los cuales no son notables pero tampoco representan una pérdida de la inversión.

5.10.13.2. Escenario optimista

Para el cálculo de los ingresos de un escenario optimista se duplicó la tasa de inflación anual del segmento de alimentos y bebidas no alcohólicas de 4,67% (INEC, Septiembre 2015) a 9,34% , mientras que para la proyección de los egresos se redujo a la mitad la tasa de inflación anual del país de 3,78% (INEC, Septiembre 2015) a 1,89%.

Tabla 5.30 Flujo Neto de Fondos – Escenario Optimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	\$20.640,00	\$22.567,78	\$24.675,61	\$26.980,31	\$29.500,27
PRECIO	\$3,50	\$3,63	\$3,77	\$3,91	\$4,06
INGRESOS TOTALES	\$72.240,00	\$81.972,93	\$93.017,19	\$105.549,44	\$119.770,17
EGRESOS					
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56	\$18.103,56
ARRIENDO	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00	\$7.200,00
DEPRECIACIÓN	\$1.030,29	\$1.030,29	\$1.030,29	\$763,62	\$763,62
AMORTIZACIÓN A.I.	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00	\$350,00
INTERNET	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
PUBLICIDAD	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
CONTADOR	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
MANTENIMIENTO	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$28.423,85	\$28.423,85	\$28.423,85	\$28.157,18	\$28.157,18
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	\$30.960,00	\$31.545,14	\$32.141,35	\$32.748,82	\$33.367,77
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$540,00	\$550,21	\$560,60	\$571,20	\$582,00
AGUA	\$360,00	\$366,80	\$373,74	\$380,80	\$388,00
TELÉFONO	\$180,00	\$183,40	\$186,87	\$190,40	\$194,00
AMORTIZACIÓN CRÉDITO	\$6.320,00	\$7.065,00	\$7.901,00	\$8.834,00	\$9.881,00
INTERESES	\$4.175,00	\$3.427,00	\$2.589,00	\$1.657,00	\$611,00
UNIFORMES	\$360,00	\$366,80	\$373,74	\$380,80	\$388,00
ASEO Y LIMPIEZA	\$240,00	\$244,54	\$249,16	\$253,87	\$258,66
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$43.135,00	\$43.748,90	\$44.375,45	\$45.016,89	\$45.670,43
EGRESOS TOTALES	\$71.558,85	\$72.172,75	\$72.799,30	\$73.174,07	\$73.827,61
INGRESOS - EGRESOS	\$681,15	\$9.800,19	\$20.217,89	\$32.375,37	\$45.942,56
BASE IMPONIBLE	\$0,00	\$0,00	\$853,95	\$2.663,81	\$4.930,00
FLUJO NETO DE FONDOS	\$681,15	\$9.800,19	\$19.363,94	\$29.711,56	\$41.012,56
UTILIDAD/VENTAS	0,94	11,96	20,82	28,15	34,24

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Los flujos netos de fondos en un escenario optimista tienen un incremento notable en los años proyectados, gracias al aumento de las ventas que permiten cubrir de mejor manera los egresos causan una mejor relación utilidad ventas.

Tabla 5.31 Punto de Equilibrio – Escenario Optimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	28423,85	28423,85	28423,85	28157,18	28157,18
COSTOS VARIABLES	43135,00	43748,90	44375,45	45016,89	45670,43
VENTAS	72240,00	81972,93	93017,19	105549,44	119770,17
COSTOS VARIABLES / VENTAS	0,60	0,53	0,48	0,43	0,38
1	0,40	0,47	0,52	0,57	0,62
PUNTO DE EQUILIBRIO	70549,35	60956,05	54354,69	49097,13	45511,50

Fuente: Investigación Elaborado por:
Ana Emilia Gordillo

El punto de equilibrio en un escenario optimista permite que exista un margen de utilidad aún mayor entre el punto en el que la empresa cubre todos sus costos y gastos y las ventas proyectadas.

Tabla 5.32 Valor Actual Neto – Escenario Optimista

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$681,15	\$9.800,19	\$19.363,94	\$29.711,56	\$41.012,56
TMAR	18,33%	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
FLUJO/ (1+i)		\$575,64	\$6.999,13	\$11.686,85	\$15.154,32	\$17.678,59
VAN	\$41.908,29					

TIR

	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$681,15	\$9.800,19	\$19.363,94	\$29.711,56	\$41.012,56
TIR	1,8793	1,8793	3,53176849	6,637252523	12,47338867	23,44123932
FLUJO/ (1+i)		\$362,45	\$2.774,87	\$2.917,46	\$2.382,00	\$1.749,59
VAN	\$0,00					

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

En un escenario optimista el VAN es de \$41.908,29 dólares, el cual es bastante bueno mientras que la Tasa de Retorno es de 87,93% que siendo mayor a la TMAR, también es favorable.

Tabla 5.33 Pay Back – Escenario Optimista

	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS - INVERSIÓN INICIAL
	\$10.186,24		
AÑO 1		\$681,15	\$-9.505,09
AÑO 2		\$9.800,19	\$295,10
AÑO 3		\$19.363,94	
AÑO 4		\$29.711,56	
AÑO 5		\$41.012,56	

AÑO	DIFERENCIA (9800,19 - 295,10)	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
2	9505,09	11,64	Meses
	\$9.800,19	12	
DÍAS			
	1	30	Días
	0,64	19,2	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El tiempo de recuperación es de dos años, once meses y 19 días, que al igual que en el escenario normal es adecuado.

Tabla 5.33 Costo - Beneficio- Escenario Optimista

		INGRESOS				
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$72.240,00	\$81.972,93	\$93.017,19	\$105.549,44	\$119.770,17
TMAR	18,33%	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
		\$61.049,61	\$58.543,73	\$56.139,29	\$53.835,28	\$51.627,30
VAN INGRESOS	\$271.008,96					

		EGRESOS				
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$10.186,24	\$71.558,85	\$72.172,75	\$72.799,30	\$73.174,07	\$73.827,61
TMAR	0,1833	1,1833	1,4002	1,6569	1,9606	2,3199
		\$60.473,97	\$51.544,60	\$43.937,05	\$37.322,28	\$31.823,62
VAN EGRESOS	\$214.915,28					
COSTO BENEFICIO	1,261003684					

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Por cada dólar de inversión, en un escenario optimista se obtiene 26 centavos de beneficio.

Tabla 5.33 Análisis de Sensibilidad

	VAN	TIR	COSTO/BENEFICIO	PAYBACK
ESCENARIO PESIMISTA	\$2.784,97	27,20%	\$1,06	4 años 3 meses
ESCENARIO NORMAL	\$18.888,27	59,49%	\$1,14	3 años 4 meses
ESCENARIO OPTIMISTA	\$40.833,26	87,93%	\$1,26	2 años 11 meses

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

El proyecto es inelástico, es decir, en cualquier panorama sigue siendo favorable, los cambios en el entorno lo hace insensible.

5.11. Matriz de Impacto Ambiental

Es importante realizar un análisis del impacto que puede tener la creación del proyecto en el marco ambiental, para ello, se especificó acciones, actividades del negocio y componentes ambientales dentro de una matriz de Leopold, la cual permitió identificar las posibles afectaciones que conllevará la ejecución del proyecto.

Tabla 5.34 Matriz de Impacto Ambiental

Actividades y Acciones		Componentes Ambientales									
		AIRE		AGUA	SUELO	SOCIAL					
		Calidad de aire / Emisiones	Niveles de ruido y Vibraciones	Calidad de agua Superficial / Subterránea	Calidad de Suelo por presencia de desechos	Número de Visitantes	Calidad Visual	Generación de Empleo	Infraestructura / Servicio Público	Satisfacción al Cliente	Calidad de Vida de Población
Servicio de Alimentación	Consumo de productos locales	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	3,0	0,0	4,0	3,0
	Afluencia de Clientes	0,0	-0,5	-0,4	-1,0	0,0	-1,0	0,0	0,0	2,0	0,0
	Intercambio Cultural	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	2,0	1,0
	Servicio para llevar	0,0	0,0	0,0	-1,0	1,0	0,0	2,0	0,0	2,0	1,0
Infraestructura Local	Incremento de Comercio	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,4	1,8	1,0
	Incremento de demanda de energía eléctrica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	1,5
	Capacidad de carga turística	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	0,5

MAGNITUD TOTAL DE IMPACTO SOBRE EL COMPONENTE AMBIENTAL RESPECTIVO	0,0	-0,5	-0,4	-2,0	2,0	-1,0	6,4	0,4	14,7	8,0
VALORACIÓN DE IMPACTOS POSITIVOS	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	4,0	1,0	7,0	6,0
VALORACIÓN DE IMPACTOS NEGATIVOS	0,0	1,0	1,0	2,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Una vez determinados los problemas, es necesario crear un plan de contingencia o reducción de impacto.

Tabla 5.35 Actividades de Contingencia y Reducción de Impacto Ambiental

Actividad	Problema	Solución	Responsable	Tiempo
Servicio de Alimentación	Contaminación de suelo por presencia de desechos	Empaques Biodegradables	Gerente general	Año
		Clasificación de desechos y reciclaje.	Tap Cooker	Diariamente
	Afectación de la calidad de agua superficial y subterránea	Mensajes en los baños para el consumo responsable del agua	Gerente general	Mensual
		Buen aprovechamiento de agua sin desperdicio y sin botar aceites por el lavadero	Tap cooker	Diariamente

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Existen pocos restaurantes de comida rápida en la ciudad de Ambato que ofrezcan productos nutritivos dentro de su menú, por lo tanto, existe gran aceptación del mercado para la creación de los crepes en base a goma de tapioca.

Gracias al estudio técnico se pudo establecer un sitio estratégico adecuado para el funcionamiento del negocio propuesto, identificando cada uno de los factores externos e internos necesarios poner en marcha el proyecto.

Dentro del estudio financiero se puede observar algunos indicadores que reflejan la viabilidad del proyecto, tal es el caso del Valor Actual Neto (VAN), el cual arroja un resultado favorable para la ejecución del mismo.

La creación de empresas innovadoras basadas en una idea de negocio inexistente y novedosa en el país, es una oportunidad para acaparar gran cantidad de mercado y ofertar productos distintos pensando siempre en la satisfacción del cliente.

6.2.Recomendaciones

Es importante fortalecer y fidelizar la clientela mediante productos que cumplan las necesidades que el mercado las demanda, al ser un producto innovador es necesario superar las expectativas que la clientela piensa al respecto.

Promocionar y publicitar la ubicación y los servicios que el proyecto propone, al ser un sitio estratégico que cumple con características distintas a la competencia se puede convertir en una empresa líder en el mercado local.

Al arrojar resultados positivos en los indicadores financieros y la inversión no ser muy alta, es recomendable poner en marcha dicho proyecto puesto que la recuperación de la misma es en el corto y mediano plazo.

La biodiversidad de nuestro país es óptima, por lo que se debería aprovechar los recursos naturales que la misma ofrece en la ejecución de proyecto novedosos y futuristas.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajenjo, A. D. (2000). *Dirección y gestión de proyectos: un enfoque práctico*. Madrid: Rama Editorial.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Cambroner Esquivel, A., Zuñiga Blanco, M., & Montoya Maquín, M. (2003). *Gestión de Proyectos de conservación y manejo de recursos naturales*. EUNED.
- Ceballos, H., & Ospina, B. (2002). *La Yuca en el Tercer Milenio: Sistemas Modernos de Producción, Procesamiento, Utilización y Comercialización*. CIAT.
- Cock, J. (1989). *La yuca nuevo potencial para un cultivo tradicional*. CIAT.
- Cortazar Martinez, A. (2001). *Introducción al análisis de proyectos de inversión*. Mexico: Trillas.
- Espin, M. E. (2009). *"Estudio de Factibilidad para la Creación de una Heladería en la ciudad de Patate, provincia de Tungurahua"*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- FIDA. (Agosto de 2011). *El futuro de la seguridad alimentaria y nutricional mundial*. Roma, Italia.
- Food & Agriculture Org. (1991). *Raíces, tubérculos, plátanos y bananas en la nutrición humana*. Food & Agriculture Org.
- INEC. (2010). Recuperado el 17 de 03 de 2015, de *Ecuador en cifras*: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- Instituto de promoción de *Exportaciones e Inversiones* . (28 de Abril de 2012). Pro Ecuador. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/2012/04/28/el-movimiento-de-tendencias-saludables-en-alimentos-y-bebidas/>
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing* . (P. Educación, Ed.) Mexico.
- Méndez Lozano, R. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos: Enfoque para emprendedores* 6a. ed. Bogotá: Icontec Internacional.
- Mendez, R. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Sexta Edición ed.). (R. M. Lozano, Ed.) Bogotá: Icontec Internacional.
- Mercado de snacks más saludables crece a nivel mundial*. (28 de Noviembre de 2012). Industria Alimenticia.

- Montaldo , Á., & Gunz, T. (1985). *La Yuca o Mandioca*.
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. (M. G. Hill, Ed.) México.
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2009). *Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación*. México: Mc Graw Hill.
- Murcia, J., Diaz Piraquive, N., Medellín Duarte, V., Ortega Ceón, J., Santana Viloria, L., González Rodríguez, M., y otros. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. Bogota: Alfaomega Colombiana S.A.
- Pride, W., & Ferrel, O. (1986). *Marketing. Decisiones y conceptos básicos*. (Interamericana., Ed.) Mexico.
- Rendón, J. M. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una Cafetería Temática el Mundo del cine en la ciudad de Ambato, que brinde una nueva alternativa de servicio*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Rivas, S. A. (2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA-COMERCIALIZADORA DE PASTAS (FIDEOS) EN LA CIUDAD DE AMBATO* . Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Rivera Martinez, F., & Hernandez Chavez, G. (2010). *Administración de proyectos*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez Cairo, V., Bao García, R., & Cárdenas Lucero, L. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México: Limusa.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación* . Chile : Pearson Educación.
- Servicio de Rentas Internas. (2015). sri.gob.ec. Obtenido de SRI: <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leyruc.pdf>
- Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

ANEXOS

Glosario de términos

Amortización: Por una parte se refiere a la redención parcial que se va haciendo de una deuda, con pagos sucesivos mediante los cuales se va devolviendo el capital. Por otra parte, amortizar es el proceso a través del cual se van apartando fondos para cancelar un activo ya adquirido en un número determinado de años, generalmente el tiempo de su vida activa esperada

Comercialización: introducción de un producto nuevo en el mercado.

F.O.D.A: Técnica de valoración de potencialidades y riesgos organizacionales y personales, respecto a las decisiones y al entorno que afecta. Es un estudio de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que puede tener una organización.

Investigación de mercado: estudios documentales y encuestas cualitativas y cuantitativas, que abarcan todas aquellas preguntas que se plantea una empresa para conocer los mercados en los cuales interviene o los que pretende acceder.

Mercado: es el lugar económico donde la oferta y la demanda se juntan , el agregado de fuerzas dentro de los cuales los compradores y vendedores toman decisiones que resultan en la transferencia de bienes y servicios.

Mercado potencial: representa el mercado real actual más la parte estimada de los consumidores relativos, que son susceptibles de convertirse en compradores, incluye a los prospectos y a los que ya utilizan el producto.

Oportunidad de mercado: oportunidad que se presenta cuando ocurre la correcta combinación de circunstancias para permitir que una organización tome la acción hacia un mercado objetivo.

Organigrama: representación gráfica de la estructura formal de una organización, se refiere a la división del trabajo y niveles jerárquicos.

Rentabilidad: Porcentaje de utilidad o beneficio que rinde un activo durante un período determinado de tiempo. Rentabilidad, en un sentido más amplio, se usa para indicar la calidad rentable de producir beneficios que tiene una actividad, negocio o inversión.

Segmentación: método que consiste en operar una clasificación, un desglose de mercado o población, con el fin de establecer segmentos que respondan a diferentes valores y discriminantes con arreglo a ciertos criterios.

Segmentación de mercado: proceso dirigido a dividir un mercado total en grupos de mercado consistentes de personas que tienen necesidades del producto relativamente similares, con el fin de diseñar una mezcla de comercialización que embonen con exactitud con las necesidades de los individuos de un segmento o segmentos de mercado.



Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato

Encuesta: “Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de crepes en base a goma de tapioca en la ciudad de Ambato”

- Objetivo: Conocer el criterio de las personas respecto al consumo y beneficios de crepes en base a goma de tapioca.
- Dirigida a: La población económicamente activa de Ambato, que se encuentra en el segmento de empleo adecuado e inadecuado de la zona urbana.

12. ¿Conoce usted que son los crepes?

Si No (Fin de la encuesta)

13. ¿Ha consumido alguna vez crepes ?

Si No

14. ¿Con qué frecuencia consume usted crepes?

Siempre _____

A veces _____

Nunca _____

15. ¿Estaría usted dispuesto a probar crepes a base de goma de tapioca (almidón de yuca hidratado)?

Si No Tal vez

16. ¿Piensa que la creación de un producto nutritivo hecho a base de yuca, contribuirá a tener un estilo de vida saludable?

Mucho _____

Poco _____

Nada _____

6. ¿Conoce usted restaurantes de comida rápida en la ciudad de Ambato que tengan opciones de crepes nutritivos dentro de su menú?

Muchos _____

Pocos _____

Ninguno _____

7 ¿ Si se crearía un local que comercialice crepes a base de goma de tapioca con distintos rellenos saludables, lo visitaría?

Si No Tal vez

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un crepe de tapioca mediano con el relleno de su elección?

Entre \$2.50 a \$3.50 _____

Entre \$3.60 a \$4.50 _____

Entre \$4,60 a \$5.00 _____

De \$5,10 en adelante _____

9. ¿Cuál es el factor más importante en el que se basa al momento de elegir un restaurante de comida rápida?

Precio _____

Variedad _____

Calidad y Sabor _____

Servicio _____

Ubicación _____

10. ¿Conoce las bondades nutritivas del crepe en base a goma de tapioca?

Si No

11. ¿Estaría de acuerdo con que se cree en Ambato un sitio de expendio de crepes en base a goma de tapioca?

Mucho _____

Poco _____

Nada _____

Muchas Gracias!

Rol de Pagos Mensual

Nº	Cargo	Sueldo	Comisiones	Total Salario	Descuentos			Total Descuentos	Fondo de Reserva	Liquido a recibir
					Aporte Personal (9,45%)	Anticipos	Ret. Imp. Renta			
1	Gerente	0		0,00	0,00			0,00		0,00
2	Vendedor 1	354		354,00	33,45			33,45		320,55
3	Vendedor 2	354		354,00	33,45			33,45		320,55
TOTALES		708		708,00	66,91			66,91		641,09

Nº	Cargo	Aporte Patronal (11,15%)	XIII	XIV	Vacaciones	Total Provisiones	Total Costo Trabajador
1	Gerente	0,00	0,0	0,00	0	0,00	0,00
2	Vendedor 1	39,47	29,5	29,50	14,75	113,22	754,32
3	Vendedor 2	39,47	29,5	29,50	14,75	113,22	754,32
TOTALES		78,94	59,0	59,00	29,5	226,44	1508,63

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Costos de Productos

Banana Bang			
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo
Almidón de Yuca	2,5	Onza	\$0,10
Agua	0,09	Litro	\$0,03
Sal	1/3	Cucharadita	\$0,01
Azúcar	1/3	Cucharada	\$0,01
Bananas	1/2	Unidad	\$0,05
Nutella	1	Cucharada	\$0,62
Leche Condensada	1	Cucharada	\$0,30
COSTO TOTAL UNITARIO			\$1,12

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Capresse			
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo
Almidón de Yuca	2,5	Onza	\$0,10
Agua	0,09	Litro	\$0,03
Sal	1/3	Cucharadita	\$0,01
Tomate Deshidratado	50	Gramos	\$0,20
Albahaca	1/2	Atado	\$0,15
Queso Mozzarella	125	Gramos	\$0,40
Aceite de Oliva	1	Cucharadita	\$0,10
Orégano	1	Ramita	\$0,02
COSTO TOTAL UNITARIO			\$1,01

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Lomito Lomo			
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo
Almidón de Yuca	2,5	Onza	\$0,10
Agua	0,09	Litro	\$0,03
Sal	1/3	Cucharadita	\$0,01
Lomo	100	Gramos	\$1,25
Champiñones	25	Gramos	\$0,11
Cebollas	50	Gramos	\$0,06
Queso Mozzarella	50	Gramos	\$0,40
Pimienta	50	Gramos	\$0,05
Ajo	1	Pizca	\$0,01
Aceite de Oliva	1	Cucharadita	\$0,05
COSTO TOTAL UNITARIO			\$2,07

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Pollo Loco			
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo
Almidón de Yuca	2,5	Onza	\$0,10
Agua	0,09	Litro	\$0,03
Sal	1/3	Cucharadita	\$0,01
Pollo	100	Gramos	\$1,15
Champiñones	25	Gramos	\$0,11
Salsa de Champiñones	120	Gramos	\$0,40
COSTO TOTAL UNITARIO			\$1,80

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Costo Promedio Unitario	
Tipo de TAP TAP	Costo Unitario
Banana Bang	\$1,12
Capresse	\$1,01
Lomito Lomo	\$2,07
Pollo Loco	\$1,80
Costo Promedio	1,50

Fuente: Investigación
Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Servicios Básicos

Servicios Básicos			
Detalle	Unidades	Mensual	Año 1
Energía Eléctrica	Kw/h	\$45,00	\$540,00
Agua Potable	m3	\$30,00	\$360,00
Cable e Internet	kgbs	\$50,00	\$600,00
Teléfono	min	\$15,00	\$180,00
TOTAL		\$140,00	\$1.680,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo

Otros Gastos

Otros Gastos		
Detalle	Valor Anual	Valor Total
Gastos Administrativos		\$8.400,00
Arriendo	\$7.200,00	
Uniformes	\$360,00	
Aseo y Limpieza	\$240,00	
Pago Contador	\$600,00	
Gastos Ventas		\$540,00
Publicidad	\$300,00	
Mantenimiento	\$240,00	
TOTAL		\$8.940,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Ana Emilia Gordillo